

# **Estudio sobre Emprendimiento Femenino en la Comunidad de Madrid**

**2024**



# **Estudio sobre Emprendimiento Femenino en la Comunidad de Madrid 2024**



## CRÉDITOS

### Consejería de Familia, Juventud y Asuntos Sociales

#### Consejera de Familia, Juventud y Asuntos Sociales

Ana Dávila-Ponce de León Municio

#### Directora general de la Mujer

Patricia Reyes Rivera

#### Subdirectora general de Mujer e Igualdad de Oportunidades

María del Mar de Vicente Jiménez

#### Dirección del Proyecto

Marisa Cruzado Collado

#### Equipo de redacción (Comunicación de Valor Añadido)

Anabel Cuevas

Asunción Velasco

#### Diseño

Anabel Cuevas

### Emprendimiento Femenino en la Comunidad de Madrid

2024 nº 1

© Comunidad de Madrid



# Índice

<b>1</b>	<b>Introducción</b>	6
<b>2</b>	<b>Metodología</b>	8
<b>3</b>	<b>Una aproximación al concepto “emprendimiento”</b>	10
<b>4</b>	<b>Cuadro de Mando del emprendimiento femenino</b>	15
<b>5</b>	<b>Radiografía del emprendimiento femenino en la Comunidad de Madrid</b>	19
<b>6</b>	<b>Redes de apoyo al emprendimiento femenino</b>	46
<b>7</b>	<b>Oportunidades y barreras</b>	68
<b>8</b>	<b>Conclusiones</b>	75
<b>9</b>	<b>Propuestas estratégicas para la Comunidad de Madrid</b>	78
<b>10</b>	<b>Listado de referencias</b>	84
<b>11</b>	<b>Anexos</b>	89



# Agradecimientos

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas y organizaciones que han contribuido al desarrollo de este informe sobre *Emprendimiento Femenino*.

En primer lugar, nuestra gratitud se dirige a la Consejería de Familia, Juventud y Asuntos Sociales de la Comunidad de Madrid y, en especial, a la Dirección General de la Mujer, por haber confiado en nosotros para llevar a cabo este proyecto. Su apoyo y compromiso con la igualdad han sido fundamentales para la realización de este informe. Su visión y liderazgo han sido una fuente de inspiración constante y han permitido que este proyecto se convierta en una realidad.

Agradecemos también a nuestra red de empresarias su compromiso y dedicación, esenciales para el desarrollo de este trabajo. Apreciamos profundamente que hayan sacado tiempo de sus apretadas agendas para colaborar en el informe. Su predisposición a compartir sus conocimientos y experiencias, así como sus valiosas ideas, han sido cruciales para desmontar algunos tópicos sobre el papel de la mujer en la empresa. Su esfuerzo incansable y su pasión por promover la igualdad de oportunidades en el ámbito empresarial son dignas de mención.

Especialmente, queremos reconocer la colaboración de la veintena de autónomas, empresarias, franquiciadas y fundadoras de startup que han participado en los Focus Group y entrevistas: Ana Lozano, Ana Valera, Angélica Pimentel, Beatriz Gutiérrez, Beatriz Torrenz, Carmen Mayorga, Carmen Muñoz, Carolina Barceló, Clara Díez, Cristina Martín, Elena Corzán, Elena Méndez, Elena Pérez Mancusso, Graciel Garrido, Irene Fernández, Iría Fernández, Marisa Lazareno, Marta Puente, Mercedes Diez, Mertxe Idoate, Mónica Pérez Hurtado, Natalia Presas, Laura Baena, Patricia Martín, Sol Romero, Soledad Moro, Susana Rodríguez, Usue Madinaveitia y Yolanda Romero. En la sombra, Yolanda Gutiérrez, Eduardo Abadía y otras muchas personas que no podemos mencionar nos han prestado su apoyo incondicional y sus valiosas aportaciones. Su experiencia y conocimientos han enriquecido significativamente nuestro trabajo.

También queremos destacar la cooperación de Miguel Angoitia Grijalba y Yolanda Bueno Hernández, de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM), cuya ayuda ha sido esencial para la recopilación de datos y la elaboración de análisis.

La elaboración de este informe ha sido una maravillosa oportunidad para testar el emprendimiento femenino y descubrir el empuje de muchas mujeres a las que los medios de comunicación deberían dar mayor presencia. Sus testimonios han sido el corazón de este informe y esperamos que su valentía y determinación inspiren a muchas más.



# **CAPÍTULO 1:**

## **Introducción**

# Introducción

Entre las competencias de la Dirección General de la Mujer, establecidas en el Decreto 241/2023, de 20 de septiembre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Familia, Juventud y Asuntos Sociales, modificado por el Decreto 107/2024, de 4 de diciembre, se encuentra la *realización y fomento de estudios, la recopilación de información y documentación sobre la situación de las mujeres y hombres de la Comunidad de Madrid orientados a servir de base a la elaboración y la adopción de medidas para la plena participación en la vida política, económica, social, laboral y familiar, así como su difusión.*

Con el objetivo final de contribuir a una igualdad real y efectiva entre mujeres y hombres, se pretende fortalecer el compromiso que mantiene la Dirección General en las políticas de igualdad orientadas a conseguir la completa asunción e integración de la mujer en la sociedad desde el ámbito del empleo, potenciando la presencia de la mujer en el sector empresarial, promoviendo el emprendimiento en clave de igualdad y generando entornos que favorezcan la incorporación del talento femenino al mundo de la empresa.

Teniendo en cuenta todo esto, y con el fin de focalizar de forma adecuada las políticas, recursos, proyectos, actuaciones e inversiones de la Dirección General en este ámbito, surge la necesidad de realizar un estudio en el que se analice la situación actual del emprendimiento femenino en la región. Definir el perfil de la mujer emprendedora y elaborar un cuadro de mando que revele los parámetros en los que se desarrolla su actividad, permitirá analizar el impacto de las políticas madrileñas, fomentar la presencia de la mujer en el tejido empresarial y definir posibles acciones que permitan la eliminación de barreras entre mujeres y hombres.

Durante el proceso de elaboración del estudio han surgido cuestiones clave en el marco del acceso a la información y el tratamiento de los datos que han puesto de manifiesto el camino que queda por recorrer.

Toda la información generada en el proceso de desarrollo de este estudio se incorpora en forma de Cuadro de Mando para facilitar el desarrollo del Plan Estratégico de la Dirección General de la Mujer en materia de emprendimiento. Y al mismo tiempo, sentará las bases de las necesarias futuras líneas de actuación en materia de CULTURA DEL DATO, tan necesarias en la actualidad si tenemos en cuenta que nos dirigimos hacia un futuro digital en el que el almacenamiento y la gestión estratégica del dato es una de las piezas clave para frenar la desigualdad.



# **CAPÍTULO 2:**

## **Metodología**

# Metodología

La realización de este estudio ha tenido cuatro fases:

- **Primera fase:** revisión de literatura y un análisis de las fuentes oficiales de datos referentes a emprendimiento en general y emprendimiento femenino en particular.
- **Segunda fase:** recogida de información cualitativa sobre emprendimiento femenino y análisis de informes y estudios sobre perfiles de mujeres emprendedoras en diferentes ámbitos
- **Tercera fase:** entrevistas con profesionales que pertenecen a diferentes asociaciones e instituciones que conforman la red de apoyo al emprendimiento femenino.
- **Cuarta fase:** organización de la información y redacción del estudio.



# **CAPÍTULO 3:**

## **Una aproximación al concepto “emprendimiento”**

# Una aproximación al concepto “emprendimiento”

La actividad emprendedora es un proceso que se inicia con el germen de una idea, que puede dar lugar, más adelante, a la puesta en marcha de un proyecto, el cual pasa por una fase de consolidación y que, en una proporción indeterminada de casos, una vez consolidado, pasa a formar parte del tejido empresarial de un territorio, siendo múltiples las variables que intervienen.

Según el **GEM** (Global Entrepreneurship Monitor, un observatorio internacional de referencia sobre el fenómeno emprendedor, en el que participan regularmente varias decenas de países) la actividad emprendedora se desarrolla en cuatro fases:

1. **Emprendimiento potencial:** referido a la población entre 18 y 64 años que tiene intención de emprender en un plazo máximo de 3 años.
2. **Emprendimiento naciente:** son aquellas iniciativas que se están poniendo en marcha y que aún no han pagado salarios.
3. **Emprendimiento nuevo:** relativo a iniciativas que se hayan consolidado durante un plazo inferior a 42 meses.
4. **Emprendimiento consolidado:** empresas que han superado las fases anteriores y que llevan más de 42 meses en el mercado.

El hecho del emprendimiento analizado por el GEM en base a proyecciones estadísticas ofrece un marco académico de referencia pero no datos reales/absolutos de la labor de emprendimiento, ni en el ámbito autonómico, ni nacional ni internacional. Aun así, su colaboración en la elaboración de este informe ha sido de gran valor, siempre teniendo en cuenta que sus datos proceden de muestrazos fiables estadísticamente hablando y no de datos absolutos. El equipo investigador formado por académicos de la Universidad Autónoma (en el caso de los datos recogidos en la Comunidad de Madrid) avalan el rigor y el valor cuantitativo y cualitativo de la información aportada.

A la hora de plantear este estudio, el equipo de CVA ha tenido que dar respuesta a una serie de preguntas clave para determinar, en un entorno marcado por la dispersión de datos, la diversidad de fuentes, la contradicción y la indefinición terminológica, unas líneas básicas de trabajo que definan de qué estamos hablando, en qué términos metodológicos y con qué fuentes contrastadas.

## La cuestión del “dato”

No existe un consenso definido claro sobre conceptos como autónomos, emprendedores, empresarios que se mezclan aleatoriamente en fuentes institucionales como la EPA o el INE. Esta mezcla hace imposible cruzar información de diferentes fuentes de una forma fidedigna.

Así, para llevar a cabo el planteamiento de análisis de este estudio, hemos partido de una definición concreta de diversos conceptos. En el marco de este informe, entendemos por:

- **Autónoma:** persona que trabaja por cuenta propia, sin estar vinculada a ninguna empresa por contrato laboral. Debe estar dada de alta en el RETA (Régimen Especial de Trabajadores Autónomos) y su objetivo es obtener un beneficio directo de su trabajo, sin buscar la expansión,



la contratación de empleados o la innovación. A este grupo pertenecen numerosas profesiones liberales.

- **Emprendedora:** persona que identifica oportunidades de negocio y organiza los recursos necesarios para iniciar un proyecto empresarial. Este rol implica asumir riesgos financieros y económicos con el objetivo de obtener beneficios. Puede, o no, tener empleados en plantilla.
- **Empresaria:** persona que posee, dirige y/o administra una empresa. Su principal objetivo es gestionar los recursos de manera eficiente para obtener beneficios económicos. Está enfocada en la estabilidad y el crecimiento.

Para el desarrollo de este informe, por tanto, hemos intentado separar el concepto **autónoma** del de **empresaria y emprendedora**, al entender que el primero queda fuera de los objetivos de análisis planteados. Sin embargo, **no siempre ha sido posible**. Como elemento discriminador, a la hora de trabajar con los datos, se han tenido en cuenta todas aquellas actividades empresariales en las que consta al menos, un empleado. El motivo: una vez que una autónoma empieza a contratar personal laboral, está demostrada su intención de expansión.

Al determinar qué diferencia existe entre **emprendedora** y **empresaria**, se abrió un debate sobre la definición de los Focus Group (FG) que se iban a llevar a cabo en el marco de la investigación.

Las diferencias entre ambos conceptos se marcan en cuatro hitos del proceso de emprendimiento:

## ¿QUÉ ES SER AUTÓNOMA, EMPRESARIA O EMPRENDEDORA ?

### AUTÓNOMA

Persona que trabaja por cuenta propia, sin estar vinculada a ninguna empresa por contrato laboral. Debe estar dada de alta en el RETA y su objetivo es obtener un beneficio directo de su trabajo, sin buscar la expansión, la contratación de empleados o la innovación.

### EMPRESARIA

Persona que identifica oportunidades de negocio y organiza los recursos necesarios para iniciar un proyecto empresarial. Este rol implica asumir riesgos financieros y económicos con el objetivo de obtener beneficios. Puede, o no, tener empleados en plantilla.

### EMPRENDEDORA

Persona que posee, dirige o administra una empresa. Su principal objetivo es gestionar los recursos de manera eficiente para obtener beneficios económicos. Están enfocadas a la estabilidad y el crecimiento.

## DIFERENCIAS ENTRE EMPRESARIA Y EMPRENDEDORA

### ORIGEN DE LA IDEA



- La emprendedora desarrolla ideas innovadoras y originales a menudo basadas en su pasión o visión personal
- La empresaria puede adoptar ideas existentes y optimizarlas para obtener beneficios

### PROYECCIÓN



- La emprendedora busca materializar su visión y dejar una huella significativa, a menudo, priorizando la innovación sobre los beneficios inmediatos
- La empresaria se centra en la viabilidad económica y el crecimiento sostenido del negocio

### GESTIÓN DEL RIESGO



- La emprendedora asume riesgos elevados y está dispuesta a enfrentar la incertidumbre para lograr su visión
- La empresaria calcula y gestiona los riesgos de manera más conservadora, priorizando la estabilidad financiera

### CULTURA CORPORATIVA



- La emprendedora tiene un enfoque más colaborativo y flexible, trabajando estrechamente con su equipo
- La empresaria adopta un enfoque más estructurado en la gestión de su empresa



- **Origen de la idea:**

- La emprendedora desarrolla ideas innovadoras y originales a menudo basadas en su pasión o visión personal.
- La empresaria puede adoptar ideas existentes y optimizarlas para obtener beneficios.

- **Proyección:**

- La emprendedora busca materializar su visión y dejar una huella significativa, a menudo, priorizando la innovación sobre los beneficios inmediatos.
- La empresaria se centra en la viabilidad económica y el crecimiento sostenido del negocio.

- **Gestión del riesgo:**

- La emprendedora asume riesgos elevados y está dispuesta a enfrentar la incertidumbre para lograr su visión.
- La empresaria calcula y gestiona los riesgos de manera más conservadora, priorizando la estabilidad financiera.

- **Cultura corporativa:**

- La emprendedora tiene un enfoque más colaborativo y flexible, trabajando estrechamente con su equipo.
- La empresaria adopta un enfoque más estructurado en la gestión de su empresa.

Una vez determinados estos conceptos y definidas las diferencias entre labor emprendedora y empresarial, el equipo de CVA estableció el marco de organización de los Focus Group. El objetivo: dar respuesta a las cuestiones diferenciales -origen, proyección, riesgo y cultura- como elementos de análisis de las opciones elegidas por las mujeres que emprenden.

Así, el equipo de CVA definió cuatro grandes grupos de actividades de emprendimiento que estarían representados en los Focus Group:

- **Empresarias:** mujeres que han creado solas, o con otros socios, empresas que llevan operando en el mercado más de 3 años y cuentan con estructura.
- **Startups:** mujeres que han creado una compañía, en el entorno del mercado digital, con el objetivo de desarrollar su actividad en un nuevo nicho de alto impacto y que permita capitalizar su inversión con la venta del mismo.
- **Autónomas:** mujeres que están en un paso previo de emprendimiento, trabajando por su cuenta en un ámbito de actividad en el que crecerán o no en función de la evolución del mercado.
- **Franquicias:** mujeres que han optado por un modelo de negocio con una marca consolidada, en el que los trabajos de desarrollo, plan de negocio etc están definidos.

## FOCUS GROUP

Se establecen cuatro grandes grupos de actividades de emprendimiento que estarían representados en los focus group, con el objetivo de dar respuesta a las cuestiones diferenciales -origen, proyección, riesgo y cultura- como elementos de análisis de las diferentes opciones elegidas por las mujeres en su labor de emprendimiento.

### EMPRESARIAS

Mujeres que hayan creado solas, o con otros socios, empresas que llevan operando en el mercado más de 3 años y cuentan con estructura.

#### Integrantes:

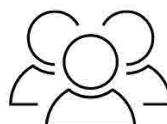
- Soledad Moro, Firetecnia
- Irene Fernández, Libertia Psicología
- Clara Díez, Formaje
- Susana Rodríguez, HGC
- Elena Méndez, enEvolucion
- Mercedes Diez, Pesquera y Asociados Arquitectos

### AUTÓNOMAS

Mujeres que están en un paso previo de emprendimiento, trabajando por su cuenta en un ámbito de actividad en el que crecerán o no en función de la evolución del mercado.

#### Integrantes:

- Ana Valera, People Analytics
- Sol Romero, Coaching
- Marta Puente, Bridge 4 Inclusion
- Yolanda Romero, Intalentgy
- Usue Madinaveitia, Mamiconcilia y Papiconcilia
- Mertxe Idoate, Coaching for Business



### STARTUPS

Mujeres que han creado una compañía, en el entorno del mercado digital, con el objetivo de desarrollar su actividad en un nuevo nicho de alto impacto y que permita capitalizar su inversión con la venta del mismo.

#### Integrantes:

- Carolina Barceló, Cuiico Tools
- Ana Lozano, Nidus Lab
- Angélica Pimentel, Poin
- Mónica Pérez Hurtado, Experience Ahead

### FRANQUICIAS

Mujeres que han optado por un modelo de negocio con una marca consolidada, en el que los trabajos de desarrollo, plan de negocio etc están definidos.

#### Integrantes:

- Iria Fernández, D-Uñas Nails & Beauty
- Beatriz Gutierrez, directora Financiera y negociadora con candidatas a franquiciadas de Alain Afflelou
- Marisa Lazareno García, Yves Rocher
- Beatriz Torrenz Ticona, Business Kidss Madrid
- Patricia Martín, Serhogar System



- su inversión con la venta del mismo.
- **Autónomas:** mujeres que están en un paso previo de emprendimiento, trabajando por su cuenta en un ámbito de actividad en el que crecerán o no en función de la evolución del mercado.
  - **Franquiciadas:** mujeres que han optado por un modelo de negocio con una marca consolidada, en el que los trabajos de desarrollo, plan de negocio etc están definidos.

Toda la información recogida en los Focus Groups será analizada y extrapolada con la recogida a través de las otras fuentes de información consolidadas con el objetivo de definir el perfil de la mujer emprendedora de la Comunidad de Madrid.



# **CAPÍTULO 4:**

## **Cuadro de Mando del emprendimiento femenino**

# Cuadro de Mando del emprendimiento femenino

Un cuadro de mando (*Balanced Scorecard*) es una herramienta de gestión que se utiliza para medir la situación y evolución de una actividad desde una perspectiva general. Ofrece una serie de indicadores numéricos y gráficos a través de los cuales se obtiene una visión general y objetiva de una realidad concreta que puede servir para la toma de decisiones.

En nuestro caso, el Cuadro de Mando del Emprendimiento Femenino se basa en datos absolutos extraídos de diversas fuentes oficiales seleccionadas en función de su marco de actuación. Así, los datos de población se han extraído del Instituto Nacional de Estadística (INE); los laborales de la Encuesta de Población Activa (EPA), los de régimen de cotización de la Seguridad Social, etc. Todos los datos seleccionados como marco de referencia son a 31 de diciembre de 2023.

Una de las principales dificultades a la hora de recabar datos absolutos sobre la población general es la disparidad de resultados según la fuente consultada. Por este motivo, el equipo investigador ha determinado qué fuente tomar como referencia para cada dato en función de la especialización del organismo que lo facilita.

El Cuadro de Mando del Emprendimiento Femenino de la Comunidad de Madrid elaborado para este estudio, cuenta con tres tipos de indicadores:

- Demográficos
- Laborales
- Sexo

Toda esta información se recoge a lo largo del estudio en forma de tablas, gráficos y cuadros que ofrecen una fotografía actualizada del emprendimiento en la Comunidad de Madrid, poniendo el foco en el emprendimiento femenino y su comparativa con el masculino.

A continuación, recogemos la definición de los términos utilizados con el fin de facilitar la comprensión del cuadro de mando:

- **Población total:** número de personas censadas.
- **Población activa:** número de personas en edad de trabajar, es decir, con 16 años o más, que están trabajando o en búsqueda activa de empleo.
- **Población ocupada:** número de personas que desempeñan una actividad económica ya sea por cuenta propia o ajena.

Una vez expuesto el Cuadro de Mando, se realiza una primera valoración de los datos que servirá como punto de partida del resto del informe.



# Cuadro de Mando del Emprendimiento Femenino

Datos a 31 de diciembre de 2023

01

## POBLACIÓN EN ESPAÑA

FUENTE: INE

**TOTAL:** 48.085.361

MUJERES: 24.519.768

HOMBRES: 23.565.593

**MAYORES DE 16 AÑOS:** 40.818.900

MUJERES: 20.996.800

HOMBRES: 19.822.100

02

## POBLACIÓN ACTIVA EN ESPAÑA

FUENTE: EPA

**TOTAL:** 24.077.400

MUJERES: 11.453.300

HOMBRES: 12.624.100

03

## POBLACIÓN OCUPADA EN ESPAÑA

FUENTE: EPA

**TOTAL:** 21.249.900

MUJERES: 9.923.400

HOMBRES: 11.323.500

04

## PERSONAS TRABAJADORAS

FUENTE: SEGURIDAD SOCIAL

**TOTAL:** 20.835.951

MUJERES: 9.856.223

HOMBRES: 10.979.728

05

## PERSONAS AUTÓNOMAS

FUENTE: SEGURIDAD SOCIAL

**TOTAL:** 3.344.364

MUJERES: 1.228.912

HOMBRES: 2.115.452



# Cuadro de Mando del Emprendimiento Femenino

Datos a 31 de diciembre de 2023

06

## POBLACIÓN EN LA COMUNIDAD DE MADRID - FUENTE: INE

**TOTAL:** 6.871.903

MUJERES: 3.583.706

HOMBRES: 3.288.197

### MAYORES DE 16 AÑOS:

MUJERES:

HOMBRES:

07

## POBLACIÓN ACTIVA EN COM. MADRID

FUENTE: EPA

**TOTAL:** 3.696.100

MUJERES: 1.820.800

HOMBRES: 1.875.300

08

## POBLACIÓN OCUPADA EN COM. MADRID

FUENTE: EPA

**TOTAL:** 3.353.500

MUJERES: 1.639.400

HOMBRES: 1.714.100

09

## P. AUTÓNOMAS EN LA COM. MADRID

FUENTE: SEGURIDAD SOCIAL

**TOTAL:** 425.278

**MUJERES:** 156.579

HOMBRES: 268.699



# **CAPÍTULO 5:**

## **Radiografía del emprendimiento femenino en la Comunidad de Madrid**

- 5.1 Análisis cuantitativo
- 5.2 Análisis cualitativo
- 5.3 Comparativa por sexo
- 5.4 Perfil de la mujer emprendedora por  
impulso vs la emprendedora genuina

# Radiografía del emprendimiento femenino en la Comunidad de Madrid

El Informe *Emprendimiento Femenino en la Comunidad de Madrid* parte de un análisis cuantitativo y comparativo del tipo de empleo de la mujer en España y Madrid. Al realizar el estudio, se ha detectado que no existen datos homogéneos sobre emprendimiento femenino y faltan estadísticas comparativas hombre-mujer en general y, en concreto, para el periodo objeto del estudio: 2023. Se plantea este asunto como un área de mejora que deberían abordar el Gobierno de España y las CC.AA y se advierte al lector que algunos datos pueden diferir según la fuente de información consultada. Para este informe, hemos utilizado como datos de referencia marco los incluido en el Cuadro de mando basado en datos, a 31 de diciembre de 2023, de la EPA, el INE y la Seguridad Social.

A partir de ahí, los encuentros con mujeres autónomas, empresarias, franquiciadas y creadoras de startups realizadas en la sede de la D. G. de la Mujer en Madrid; las entrevistas a los responsables de las entidades que fomentan el empleo de la mujer a nivel nacional, autonómico y municipal y la consulta de amplia literatura sobre emprendimiento, mujer, igualdad y competitividad, han hecho posible definir un perfil de la mujer emprendedora actual en la Comunidad de Madrid (CAM). Además de exponer los retos y barreras a los que se enfrentan estas mujeres, en este estudio se establecen las claves para impulsar su actividad emprendedora y para definir estrategias que tengan un efecto tractor de nuevas emprendedoras.

La elevada tasa de paro femenino de España y los “ismos” latentes, como el sexismoy edadismo, entre otras causas de discriminación, apelan a un mayor compromiso por parte de todos los agentes sociales y de la propia ciudadanía.

En la medida en que una empresa diversa representa mejor a la sociedad, aprovecha más el talento y es capaz de entender mejor a los clientes, es un reto para las personas implicadas en el emprendimiento femenino revisar qué impacto tienen las medidas puestas en marcha hasta el presente y poner el foco en las demandas de las emprendedoras entrevistadas y las conclusiones de este informe.



# 5.1 Análisis cuantitativo

La primera aproximación para entender cuál es el papel representativo que tienen las mujeres en el ámbito del emprendimiento es tener una imagen clara de la representación numérica a la que hacemos referencia en el marco de la Comunidad de Madrid.

## 5.1.a Ámbito poblacional

Según hemos visto en el Cuadro de mando, de los **48.086.361** habitantes que registra el INE a fecha de 31 de diciembre de 2023, están ocupados **21.249.900** (EPA) y trabajan **20.835.951** (según los datos de la Seguridad Social para el mismo periodo). De todas las personas trabajadoras, **3.344.368** están registradas como “autónomas” en la Seguridad Social.

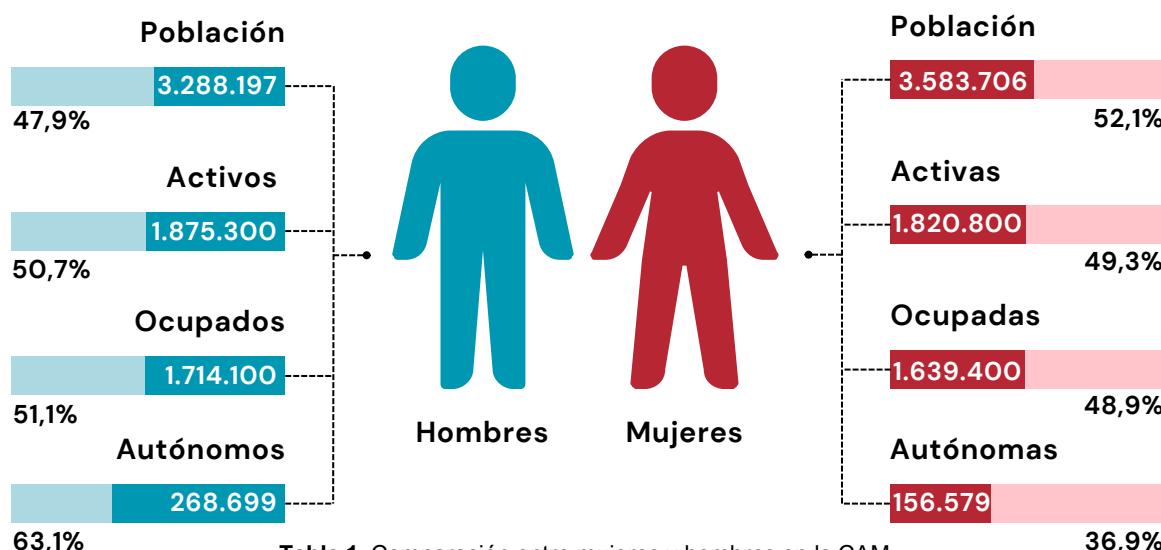
Aparece aquí la primera dificultad con los datos. Como ya se ha comentado, estar dado de alta como autónomo no implica necesariamente ser emprendedor o tener una empresa. Se acogen a este sistema de tributación, por ejemplo, los profesionales liberales (abogados, periodistas, fotógrafos, arquitectos, artistas) para el desarrollo de su actividad por cuenta propia. Lo que no implica que tengan perfil emprendedor. No se puede, por tanto, determinar con exactitud matemática el número de personas que integran el ecosistema emprendedor.

Con la información disponible, definimos el alcance del ecosistema emprendedor como base de análisis para nuestro estudio.

Ateniéndonos a estos datos, en España hay **24.519.768** mujeres (INE), de las cuales están ocupadas **9.923.400** (EPA) y registradas como autónomas **1.228.912** (Seguridad Social).

Veamos ahora los datos referidos a la Comunidad de Madrid. La población total a 31 de diciembre de 2023 según el INE se situaba en **6.871.903** personas, de las cuales, **3.288.197** son hombres y **3.583.706**, mujeres. Viven por tanto en esta comunidad **295.509** mujeres más que hombres.

Aún así, las mujeres activas en la Comunidad son **1.820.800** frente a **1.875.300** hombres activos; y las ocupadas **1.639.400** frente a los **1.714.100** hombres ocupados, según la EPA.



**Tabla 1.** Comparación entre mujeres y hombres en la CAM.  
Elaboración propia con datos del INE, EPA y Seguridad Social.



En cuanto a los autónomos, la Comunidad de Madrid registra un total de **425.278** según los datos de la Seguridad Social. De estos, **268.699** son hombres, y **156.579** mujeres (36,82%).

Por tanto, el universo de emprendimiento femenino de la Comunidad de Madrid tiene como referencia numérica un total de **156.579** mujeres que están registradas en la Seguridad Social como autónomas. Recordamos que esta cifra incluye tanto a las profesionales independientes, como a emprendedoras y empresarias.

## 5.1.b Tejido empresarial

En 2023, según datos del INE, se crearon en España **109.000** empresas, la cifra más alta desde 2008. Las nuevas compañías surgidas en 2023 supusieron el nombramiento de **128.170** administradores, lo que evidencia la existencia de unos órganos de gobierno reducidos en nuestro país (siendo el régimen de Administrador Único el más común). De todos ellos, tan solo el **24%** de los cargos creados están ocupados por mujeres.

En cuánto a las empresas que cerraron, 2023 arroja un índice a nivel nacional de **24.764** empresas. De todas ellas, **2.446** cesaron su actividad por fusión, mientras que **20.353** lo hicieron de forma voluntaria y **1.965** por otros motivos.

Si nos centramos en la Comunidad de Madrid, el territorio lidera el ranking nacional de creación de empresas, con un total de **24.671** altas. De las sociedades creadas, 246 han sido sociedades anónimas y **24.432** han sido limitadas. También fue el territorio donde más empresas se destruyeron, con un total de **8.244** sociedades cerradas. De ellas, **6.856** lo han hecho de manera voluntaria, **1.099** por fusión y **289** por otras causas.

El consejero de Economía y Hacienda, de la Comunidad de Madrid, Javier Fernández Lasquetty, afirmaba en 2023 que este dinamismo en la CAM se debe al ambiente propicio de ahorro y de inversión que se derivan de la política fiscal de Madrid de menos impuestos. También manifestó la preocupación que tiene la CAM por el efecto adverso que pueda tener en la economía, el impuesto de Solidaridad a las Grandes Fortunas que tiene en marcha el Gobierno y que, augura, impactará negativamente en el ahorro, la inversión y la creación de empresas y de trabajo.

En resumen, y según datos del INE, en la Comunidad de Madrid hay registradas **157.295** empresas de las cuales 85.237 tienen entre 1 y 2 empleados; 32.279, entre 3 y 5; y 15.110, entre 6 y 9. Todas ellas son por tanto micropymes. Pequeñas empresas (de 10 a 40 empleados) hay **20.258**; medianas (entre 50 y 249 empleados) **3.634** y grandes empresas (más de 250 empleados) 777.

No hemos obtenido ningún dato que refuerce o contradiga la idea de que la política fiscal pueda influir negativa o positivamente, a la hora de emprender.

Nos centramos ahora en las razones por las que, según el GEM, los propietarios toman la decisión de cerrar un negocio. Según el GEM, la principal razón de cierre de una empresa

es porque el negocio no ha sido rentable (**25,4%** de los casos). La segunda razón (**24%**), porque ha surgido una ocasión de vender, la tercera (**13%**) es porque ha surgido un nuevo trabajo u oportunidad de negocio. A continuación figura la dificultad para obtener financiación (**9,2%**), seguida del tema impuestos y excesiva burocracia (**7,5%**) y razones personales y familiares (**6,1%**).

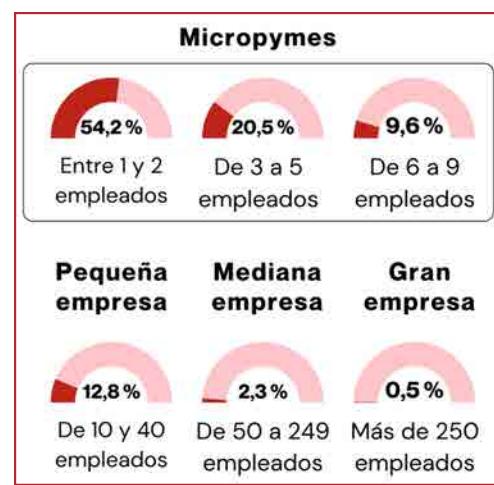
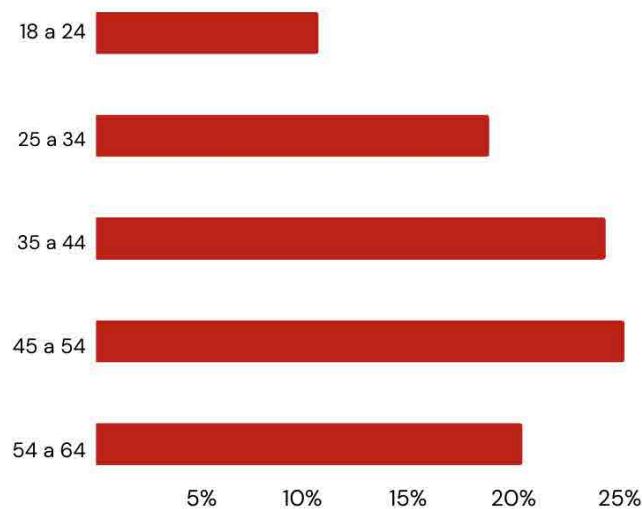


Tabla 2. Tamaños de empresa. Elaboración propia con datos del INE.



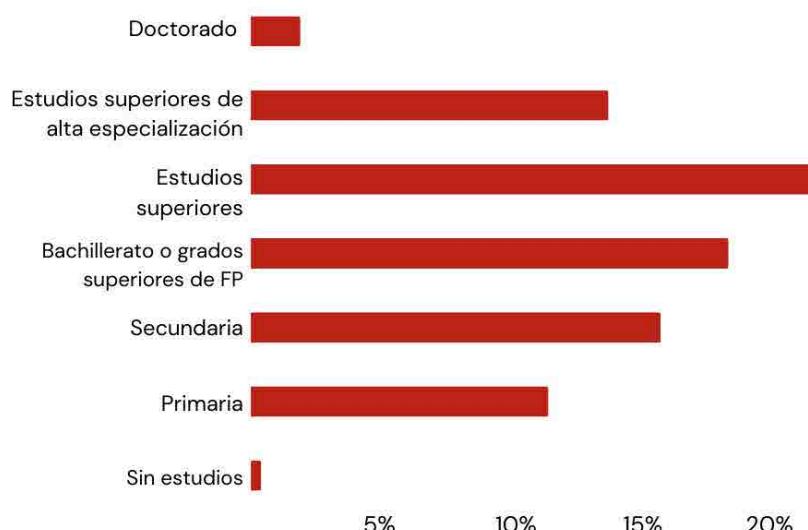
## 5.1.c Mujeres emprendedoras en la Comunidad de Madrid

Como hemos visto en el Cuadro de Mando, en la Comunidad de Madrid hay registradas como autónomas, según fuentes de la Seguridad Social, un total de **156.579** mujeres. Si trasladamos estos datos a las estadísticas del GEM, observamos que, por rango de edad, el mayor número de autónomas se encuentra entre los 45 y 54 años, con un **25,4%** del total; seguidas de cerca por las autónomas entre los 35 y los 44 años, con un **24,5%**. Es decir, más de un **50%** de las mujeres autónomas de la Comunidad de Madrid están por encima de los 35 años. El siguiente rango de edad, son las mujeres de entre 55 y 64 años, con un **20,5%**, seguidas de las mujeres entre 25 y 34 años (**18,9%**) y los 18 y 24 (**10,7%**).



**Tabla 3.** Edad de mujeres en la CAM. Elaboración propia con datos del GEM

Por nivel educativo (el GEM utiliza el sistema de clasificación de estudios armonizado UNEDUC), descubrimos que el **21,9%** de las mujeres autónomas de la Comunidad de Madrid tienen estudios superiores; y un **18,3%**, Bachillerato o grados superiores de FP. Es destacable que sólo un **13,7%** de las emprendedoras han realizado másters, esto es, estudios superiores de alta especialización. En los extremos de la tabla están las que no tienen estudios (**0,4%**) y las que se han doctorado (**1,9%**). Y en los puestos intermedios, las que tienen estudios de primaria (**11,4%**) o secundaria (**15,7%**).



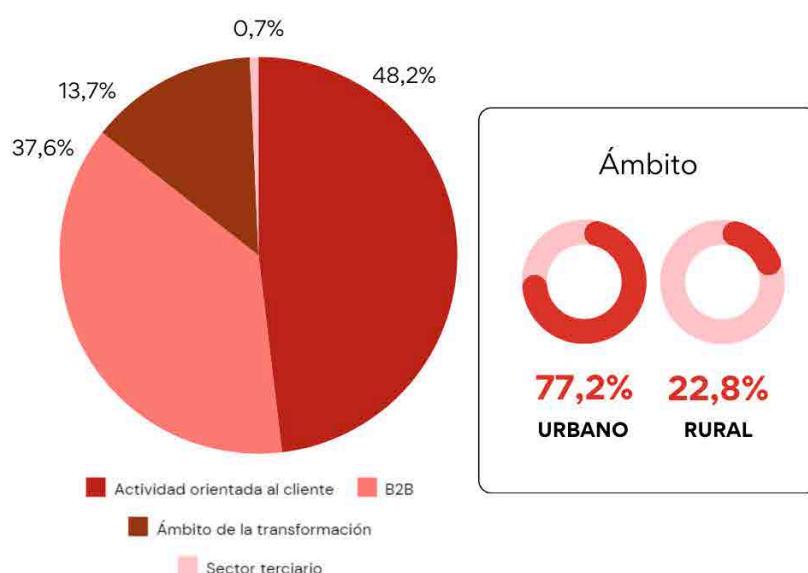
**Tabla 4.** Nivel de estudios de las mujeres en la CAM. Elaboración propia con datos del GEM



Respecto al tipo de empresas que crean las mujeres, el GEM recoge la información agrupando las actividades empresariales en cuatro grandes grupos: extractivas (entidades que se dedican a la extracción de recursos directamente de la naturaleza, pertenecientes al sector primario de la economía -se incluyen tanto las actividades agrícolas como las relacionadas con materiales minerales, petróleo, gas, carbón, etc-; transformadoras (aquellas que convierten materias primas en bienes y producen a gran escala); servicios profesionales (empresas que operan en el B2B) y orientadas a cliente (ofrecen productos y servicios al cliente final).

Según esta división de sectores, el **48,2%** de las emprendedoras se dedican a alguna actividad orientada al cliente y un **37,6%**, al B2B. En el ámbito de la transformación participan un **13,7%** de las mujeres de la comunidad y sólo el **0,7%** desarrolla su actividad en el sector terciario.

Un dato importante en el ámbito de la Comunidad de Madrid es que el 22,8% de las mujeres emprendedoras desarrollan su actividad en el ámbito rural y un 77,2% en el entorno urbano.

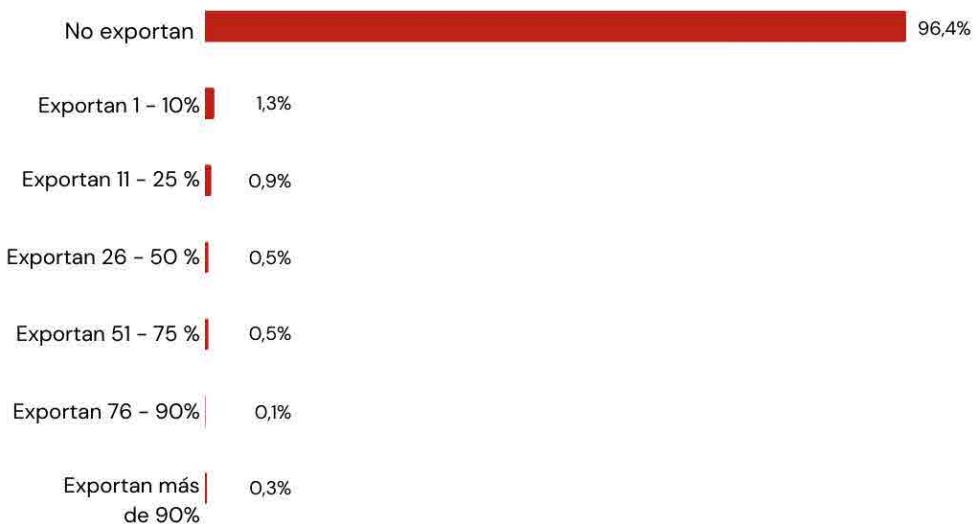


**Tabla 5.** Sectores y ámbito en el que emprenden las mujeres de la CAM. Elaboración propia con datos del GEM

Aunque no ha sido posible encontrar un dato que revele el nivel de facturación de las empresas creadas por mujeres -tampoco lo hemos localizado a través de otras fuentes y el GEM nos ha confirmado que esa información no se recoge en ninguno de los países que participan en la monitorización del emprendimiento-, recogemos la perspectiva de internacionalización de las emprendedoras de la región. El **96,4%** de las mujeres que tienen su propia empresa trabajan exclusivamente en el mercado nacional. Un **1,3%** afirma que las exportaciones representan entre un **1%** y un **10%** de su facturación y sólo un **0,3%** afirma que su negocio exterior representa más del **90%** de su facturación.



En resumen, el análisis cuantitativo de los datos recogidos en el marco de este informe revelan que las mujeres emprendedoras de la Comunidad de Madrid tienen, mayoritariamente, más de 35 años, estudios superiores, desarrollan su actividad en el ámbito de los servicios -ya sea a clientes particulares o empresas (B2B)- y lo hacen desde el entorno urbano principalmente. Son en su mayoría autónomas sin empleados o entre 1 y 5 trabajadores a su cargo, y su mercado está centrado en el territorio nacional.



**Tabla 6.** Porcentaje de exportación de las empresas femeninas. Elaboración propia con datos del GEM

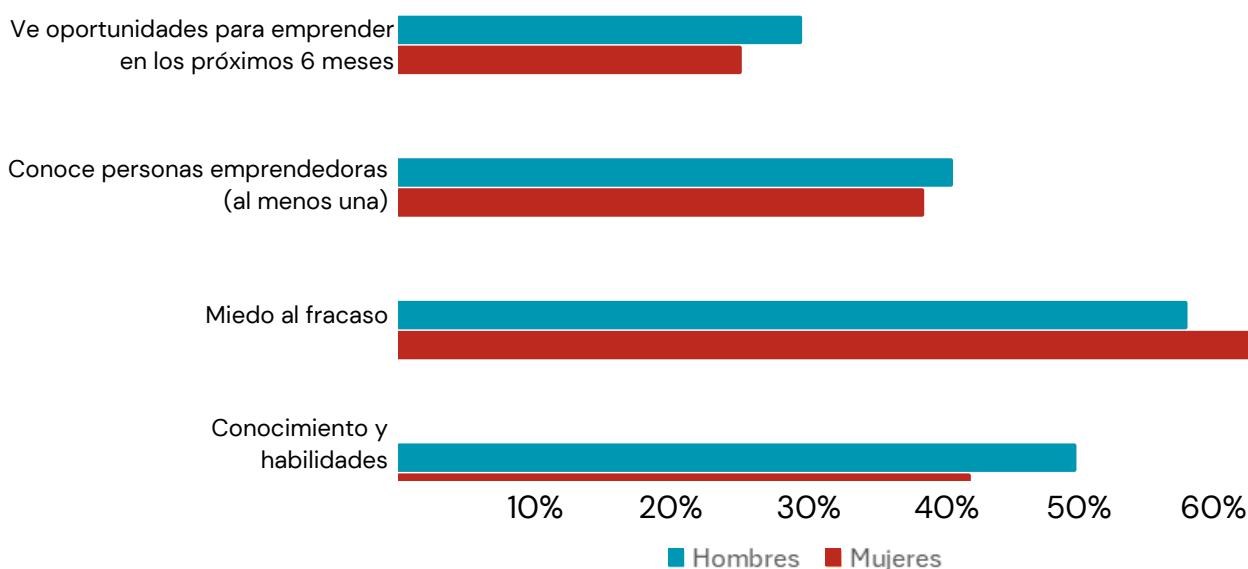


## 5.2 Análisis cualitativo

Antes de trazar el perfil de la mujer emprendedora, conviene definir el entorno social y la percepción acerca del emprendimiento en la Comunidad de Madrid. Tomamos como fuente de referencia la información recogida en los Focus Group a la pregunta: ¿Cuáles son las condiciones del entorno social de la Comunidad de Madrid?

1. La mujer tiene la misma **capacidad para emprender** que el hombre, aunque se enfrenta a unas normas sociales y culturales condicionadas por prejuicios debidos a razón de sexo.
2. Aunque las empresas creadas por mujeres obtienen buenos resultados, siguen teniendo más difícil el **acceso a la financiación**, manifiestan las participantes en los FG.
3. Existe un **gap formativo**, en especial en el área STEM, según *Global Gender Gap 2024* del World Economic Forum (incluye datos sobre España en la pág. 362). Según las participantes en los FG, a veces los propios padres se muestran reacios a que sus hijas se formen en el área.
4. En cuanto al **acceso a ayudas gubernamentales**, consideran que es necesaria una revisión a fondo en el marco de la conciliación trabajo y familia.
5. **Factor corresponsabilidad:** la sociedad avanza gradualmente hacia un reparto más equitativo de las responsabilidades familiares, pero lo cierto es que la decisión de tener hijos tiene mayor peso en la mujer que en el hombre, así como la atención a personas dependientes. Esto repercute tanto en las personas como en las empresas con altas tasas de maternidad y requiere una reflexión profunda por parte de todos los interlocutores sociales.

Mujeres y hombres se enfrentan a ese entorno con percepciones diferentes sobre las oportunidades, valores y actitudes para emprender. Poco a poco, se van acortando distancias acerca de las oportunidades de emprender, el conocimiento de otros emprendedores y el miedo al fracaso. La principal diferencia se observa en el área de conocimiento y habilidades: mientras que alrededor de la mitad de los hombres considera que posee competencias, conocimientos o habilidades suficientes, la cifra de mujeres desciende al 40%. Por eso, el GEM recomienda seguir reforzando los programas de formación y acompañamiento destinados a las mujeres de la Comunidad de Madrid.



**Tabla 7.** Entorno social y la percepción acerca del emprendimiento en la CAM. Elaboración propia con datos del GEM



Este último punto ha sido abordado en todos los Focus Group. Las fundadoras de startups hicieron hincapié en que en la Comunidad de Madrid harían falta iniciativas formativas para cubrir las carencias de las emprendedoras en áreas concretas como Recursos Humanos, Marketing, Financiación... La oferta formativa del SEPE relacionada con el emprendimiento no cubre las necesidades que se plantea una mujer a la hora de crear su propia empresa.

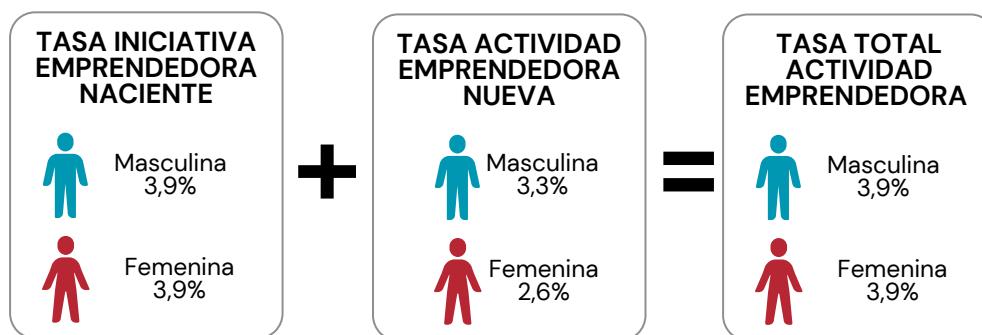
No hay grandes diferencias si introducimos la variable de zonas de la comunidad, a excepción de la capital, que registra los valores más altos en los cuatro indicadores relacionados con la percepción acerca del emprendimiento.

## 5.2.a Características del emprendimiento femenino

Una vez descrito el entorno y la percepción, describimos a la mujer emprendedora de la Comunidad de Madrid, en función de las siguientes características particulares:

1. Fase del proceso
2. Motivación
3. Edad
4. Educación
5. Renta y financiación
6. Sector
7. Carácter familiar
8. Empleo y contrataciones
9. Innovación y digitalización
10. Internacionalización

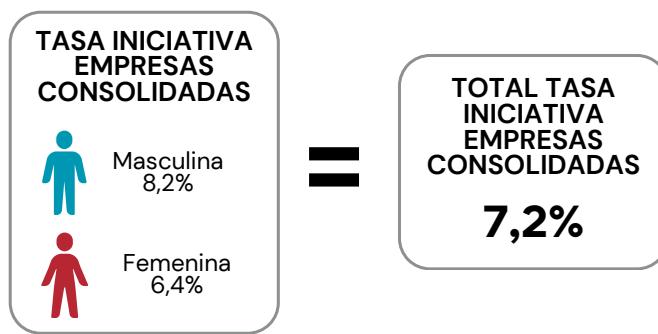
**1. Fase del proceso emprendedor:** como veíamos en la introducción, el GEM distingue cuatro fases en el proceso emprendedor: emprendedores potenciales, emprendedores nacientes, emprendedores nuevos/iniciales y empresarios consolidados. La actividad emprendedora total (TEA), principal indicador de GEM, se refiere a las iniciativas de los emprendedores en sus fases naciente e inicial.



**Tabla 8.** Tasas de iniciativa y actividad emprendedora. Datos del GEM

Como la Tasa de Iniciativa Emprendedora Naciente es exactamente la misma para ambos性 (3,9%) en la Comunidad de Madrid, la diferencia se observa en la creación de nuevas empresas: **3,3%** los hombres frente al **2,6%** de las mujeres. Aun siendo mayor el TEA en Madrid que en el resto de España, la brecha entre mujeres y hombres también es más marcada: en términos medios, los valores son casi idénticos en el resto de CC. AA **-6,0%** para los hombres y **5,9%** para las mujeres-, mientras que en la CAM la diferencia porcentual asciende a **1,1%**.



**Tabla 9.** Tasa de iniciativa de empresas consolidadas. Datos del GEM

El estudio combina la relación de iniciativas nuevas y nacientes por sexo y zona. Aunque la capital lidera el ranking, es interesante ver el creciente potencial de varias áreas de la Comunidad de Madrid, como el sur metropolitano.

**2. Motivaciones:** según las diversas fuentes consultadas para la elaboración del estudio, las mujeres emprenden más que los hombres para obtener recursos y poder ganarse la vida ante la escasez de empleo, así como para marcar una diferencia en el mundo. Sin embargo, a los hombres les motiva más obtener un elevado nivel de renta o seguir una tradición familiar. Estas motivaciones se repiten en el caso de la Comunidad de Madrid con un matiz: en la región se observa una mayor motivación por seguir la tradición familiar en el caso de las mujeres respecto a los hombres.

**3. Edad:** en 2022 fue mayor el porcentaje de las mujeres que emprendieron en la fase TEA -59%- en edades comprendidas entre los 25 a los 44 años en comparación con los hombres -52%. Asimismo, destaca el porcentaje de hombres, un 44% de ellos en edades comprendidas entre los 45 a los 65 años respecto al porcentaje de mujeres emprendedoras -33%.

**4. Educación:** el porcentaje de mujeres emprendedoras con educación universitaria superó al de los hombres en todas las fases del proceso emprendedor, menos en la fase de empresas consolidadas. Es menor el porcentaje de mujeres con estudios de máster -16,7% de las emprendedoras potenciales-, en comparación al 17,6% de los emprendedores.

El nivel de formación específica de los emprendedores, mujeres y hombres, se encuentra entre muy alto y alto en la fase de emprendedores recientes (TEA). Sin embargo, en la etapa de consolidación el nivel de formación específica se reparte entre los niveles muy alto y medio; en esta etapa, las mujeres emprendedoras han recibido una formación específica para emprender de nivel muy alto, 25,2%, por encima del 21,1% de la recibida por los hombres.

**5. Renta y financiación:** en la Comunidad de Madrid, el porcentaje de personas emprendedoras es superior en el caso de personas con el nivel de renta más alto. La aportación de capital más habitual para la puesta en marcha de un proyecto emprendedor se sitúa en los



La mitad de las empresas precisan de un capital semilla por debajo de

**14.966 euros**

Valor más frecuente

**4.000 euros**



La mitad de las empresas precisan de un capital semilla por debajo de

**38.389 euros**

Valor más frecuente

**6.000 euros**

**Tabla 10.** Capital semilla que invierten mujeres y hombres. Datos del GEM

## PERFIL DE LA MUJER EMPRENDEDORA

### DESAFÍOS DE LAS EMPRENDEDORAS

El entorno social en la Comunidad de Madrid presenta desafíos para las mujeres emprendedoras debido a normas sociales y culturales que limitan su acceso a la financiación y a la formación en áreas como STEM.



### FASES DEL EMPRENDIMIENTO

Las mujeres están involucradas en todas las etapas del proceso emprendedor, desde el emprendimiento potencial hasta la fase de empresa consolidada.



### EDAD Y EDUCACIÓN



También juegan un papel importante en el perfil de las mujeres emprendedoras, con una mayor presencia de mujeres con educación universitaria y en edades más jóvenes en comparación con los hombres.

### FINANCIACIÓN Y MOTIVACIONES

A pesar de tener un menor acceso a la financiación, las mujeres demuestran una mayor motivación para emprender en busca de recursos para ganarse la vida ante la escasez de empleo y para marcar la diferencia en el mundo.



### INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN



Los hombres lideran en iniciativas más tecnológicas. Sin embargo, las mujeres muestran una mayor disposición a adoptar tecnologías digitales en el proceso emprendedor.

### CONCILIACIÓN ENTRE EL TRABAJO Y LA FAMILIA

Sigue siendo un obstáculo, ya que las responsabilidades familiares recaen principalmente en las mujeres. Esto tiene un impacto a nivel personal y también empresarial en las compañías con un alto índice de maternidad.



3.000 euros (igual que la media nacional). Este dato tiene asociada una importante dispersión derivada de la diversidad de proyectos emprendidos por la población encuestada en los estudios consultados. La mitad de los emprendedores madrileños han invertido menos de 20.000 euros, aunque está por encima de la media nacional que se sitúa en 15.000 euros, lo que refleja que no son proyectos de gran envergadura.

El capital aportado por los propios emprendedores cubre el **58,2%** de las necesidades de financiación. A estos recursos se les unen los fondos aportados por familiares (3,2%) y por amigos (2,9%), fuentes de financiación informales que en conjunto satisfacen el **64,3%** de las necesidades de financiación. El resto procede, principalmente, de entidades financieras (18,3%), subvenciones públicas (5,8%) e inversores privados (2,3%). Esta situación no es homogénea en todas las zonas: en el oeste metropolitano o en el sudeste de la región la aportación de los ahorros personales suponen más del **70%** del capital semilla [2]; en Madrid capital, las aportaciones de bancos e instituciones financieras suponen aproximadamente el **30%** de las necesidades de financiación; o en el sur metropolitano y oeste de la región, destaca el peso de la aportación de los inversores privados (Business Angels) en más de un **10%** de la financiación necesaria.

Las empresas lideradas por hombres tienen un capital semilla medio de 6.000 euros, frente a los 4.000 de las mujeres.

**Conocimientos financieros:** el conocimiento financiero de las personas que emprenden sigue



creciendo en los últimos años. El número de emprendedores que tienen conocimientos financieros medios o altos para conocer las fuentes de financiación posibles para su proyecto es superior en la Comunidad de Madrid que en el conjunto nacional. Sin embargo, se observa un menor conocimiento en las mujeres que en los hombres.

**6. Sectores:** el **90%** de las iniciativas emprendedoras de la Comunidad de Madrid se dan en el sector servicios. Pero existe un matiz que se aprecia con claridad en el siguiente cuadro: mientras que las mujeres emprenden principalmente en servicios al consumidor, los hombres se orientan a servicios a otras empresas.



**Tabla 11.** Principales actividades económicas desarrolladas por mujeres en la CAM. Elaboración propia con datos de la Seguridad Social

**7. Carácter familiar:** el porcentaje de mujeres emprendedoras involucradas en iniciativas en fase TEA que mantienen la propiedad -71,6% -y la administración de la actividad en la familia -78,7%- es superior al de los hombres. En el caso de las iniciativas en fase consolidada estos porcentajes son superiores -86,3% y 82,4%, respectivamente- y, prácticamente, no hay diferencias por sexo.

**8. Empleo:** la mayoría de las iniciativas emprendedoras, tanto en fase inicial como consolidada, son microempresas. En función del sexo del emprendedor no hay diferencias relevantes, salvo en el caso de las empresas consolidadas de hombres que cuentan con un mayor porcentaje con empleados -**59,8%**.

En cuanto a las expectativas de las iniciativas en fase TEA de creación de más de 5 empleos en los próximos cinco años son superiores para las iniciativas madrileñas que para el conjunto nacional, pero las mujeres -13,4%- mantienen expectativas más conservadoras que los hombres -16%-.

**9. Innovación y digitalización:** el nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras recientes, tanto en el conjunto nacional como en la Comunidad de Madrid, no es elevado, aunque en la Comunidad de Madrid se presentan datos con un nivel tecnológico ligeramente superior. Las empresas con base tecnológica alta en La Comunidad de Madrid, se sitúan en el **11,7%** mientras que la cifra en España es del **10%**. Sin embargo, en las actividades consolidadas con más de 42 meses de actividad, la base tecnológica es algo más elevada: en un **14,5%** en el caso de las iniciativas de emprendimiento de Madrid y de un **14%** en el conjunto del territorio nacional.

por sexos, el **16,25%** de las empresas creadas por mujeres en la Comunidad de Madrid pertenecen a un sector con base tecnológica media alta; y lo es también en el **21,15%**.

**10. Internacionalización:** aunque las diferencias por sexo son pequeñas, existe un gap a favor del hombre de un **3,5%** en las iniciativas TEA, algo mayor -**5%** en las empresas consolidadas.

[2] *El capital semilla es un tipo de inversión que proporciona financiación a empresas emergentes o proyectos en etapas tempranas de desarrollo. Puede provenir de diversas fuentes, como business angels, fondos de capital riesgo, incubadoras, programas gubernamentales o crowdfunding, entre otros, aunque sobre todo destacan los fondos propios de los socios fundadores, amigos, familia...*



## 5.2.b Disparadores del emprendimiento

Partimos de nuevo del (GEM) para la comunidad 2023, para definir unos parámetros básicos de análisis que compartir con las participantes en los Focus Group. El objetivo es contrastar datos, encontrar similitudes y completar la propuesta inicial. Según este informe, las personas se deciden a trabajar por cuenta propia o emprender principalmente por cuatro causas que expondremos a continuación. Destacamos, en este punto, que estos factores son los mismos, tanto en las empresas de reciente creación (TEA en la nomenclatura del GEM), como en las empresas consolidadas (aquellas que llevan en el mercado más de 42 meses).

Tanto las participantes en los focus group, como las representantes entrevistadas de la Red de Apoyo coinciden en los siguientes disparadores:

- **Falta de oportunidades en el mercado laboral**

La principal motivación para emprender en la Comunidad de Madrid, en cualquiera de las fases del proceso emprendedor, es suplir la falta de oportunidades en el mercado laboral. Esta motivación es la misma que en todo el territorio nacional, y afecta por igual a mujeres y hombres.

Esta motivación principal tiene sus raíces en la falta de oportunidades laborales, con un mercado de trabajo con la tasa de desempleo más alta de Europa que se configura, además, como un problema estructural.

Esta motivación de carácter “forzoso” nos lleva en este estudio a una reflexión profunda que nos servirá para definir líneas estratégicas de actuación por parte de la Administración.

Si nos atenemos a las definiciones de “emprededora” y “empresaria” recogidas anteriormente y, teniendo en cuenta que ambas figuras tienen como objetivos principales identificar oportunidades de negocio y gestionar recursos, e implica, asumir riesgos en el proceso, es poco probable que una persona que decide emprender porque no encuentra otra salida laboral tenga las cualidades, habilidades o conocimientos propios de un emprendedor.

Esta realidad quizás explique por qué, según CEPYME, el **61,5%** de las empresas que se crean no superan los 5 años de vida. Si detrás de las organizaciones no hay personas con una idea clara de negocio, un enfoque a largo plazo y predisposición a asumir riesgos, es lógico que cuando empiezan las dificultades, después del entusiasmo inicial, se decida dar un paso atrás.

- **Obtener una renta más alta**

Siguiendo con el análisis de los factores de motivación para emprender, el segundo motivo para emprender es “Crear riqueza o renta muy alta”. La expectativa es, por tanto, que al tener un negocio propio mejorarán los ingresos. Una de las grandes dificultades en la realización de este estudio es la falta de datos económicos. No hemos encontrado ninguna fuente disponible que facilite datos de facturación por empresas y mucho menos, por empresas en función del sexo del fundador/autónomo correspondiente.

La futura Ley de Transparencia Retributiva, que resultará de la trasposición de la Directiva UE 2023/970, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de mayo de 2023, cuyo plazo finaliza el 7 de junio de 2026) arrojará quizás una mayor luz a los datos salariales de empleados por cuenta ajena y autónomos. Será quizás una fuente de información a tener en cuenta de cara a futuros estudios. Estos



datos ayudarían a determinar si realmente el objetivo de tener una renta más alta se cumple y en qué porcentaje de casos.

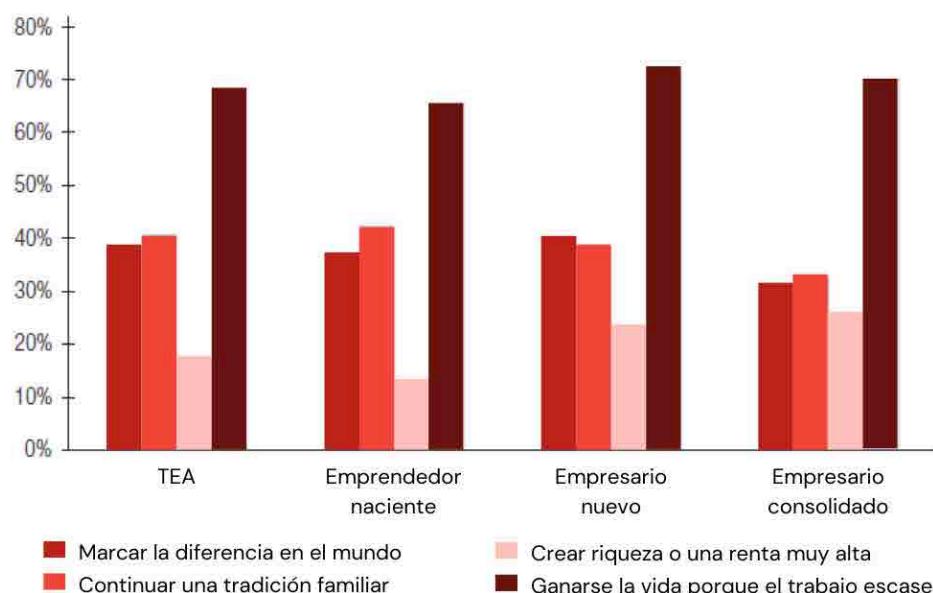
La norma, además, refuerza la aplicación del principio de igualdad de retribución entre mujeres y hombres por un mismo trabajo o un trabajo de igual valor por lo que se tendrán que dar a conocer los datos retributivos por sexo, elemento clave para futuros estudios sobre la materia desde la perspectiva de Igualdad.

- **Marcar la diferencia en el mundo**

El tercer factor de motivación al emprendimiento es marcar la diferencia con el mundo. Es el primer factor de carácter emocional, pues los dos primeros identificados como determinantes, están relacionados con el factor económico. Querer cambiar las cosas o hacer las cosas mejor es más propio de las personas emprendedoras que se encuentran en un primer estadio de desarrollo y va disminuyendo según avanza la organización en el tiempo.

- **Continuar una tradición familiar**

Esta motivación no establece la diferencia entre seguir con el negocio iniciado por un familiar (Empresa Familiar) o emprender siguiendo los pasos de otros miembros de la familia pero con un negocio nuevo. En el primer caso, y ateniéndonos a la segmentación de perfiles de referencia para este estudio -emprendedoras, empresarias y autónomas-, el primer grupo (es decir, aquellas personas que asumen la dirección de una empresa familiar) no podrían ser consideradas emprendedoras, aunque puedan ser o no autónomas. Al menos no para el objetivo de este estudio que es servir de base para el desarrollo de estrategias de promoción e impulso del emprendimiento femenino.



**Tabla 12.** Motivaciones para emprender en las distintas fases del emprendimiento. Datos del GEM



Si bien todos estos disparadores aparecen referenciados en los Focus Groups organizados en el marco de este estudio y en las entrevistas, sorprende que en el GEM no aparezca uno de los disparadores clave que sí apareció en estas fuentes de información: la necesidad de conciliar la vida profesional con la personal.

Prácticamente, todas las mujeres y representantes de la Red de Apoyo afirmaron que desarrollar de forma autónoma su actividad les facilitaba la posibilidad de gestionar su agenda y poder así compaginar su vida profesional y poder atender sus responsabilidades familiares.

- **Conciliación de la vida profesional y personal.**

Si nos atenemos a la información recogida en los Focus Group y lo combinamos con el análisis cuantitativo realizado más arriba concluimos que es lógico el efecto disparador de la falta de conciliación en las mujeres emprendedoras. Teniendo en cuenta que la mayor parte de las mujeres autónomas de la CAM tienen más de 35 años, es de suponer que están en época de crianza y por tanto, las exigencias de conciliación están en su punto álgido.

Si valoramos también que las mujeres entre 45 y 55 años pueden tener también responsabilidades de cuidado de sus progenitores, el disparador se convierte de nuevo en una de las claves básicas del emprendimiento.

Si la situación laboral no mejora, se continuará expulsado de las empresas a las mujeres mayores de 50 años. En caso de no conseguir flexibilizar horarios, ofrecer teletrabajo y garantizar una racionalización horaria para los empleados y empleadas por cuenta ajena que facilite la corresponsabilidad, seguiremos construyendo una sociedad de autónomos y autónomas forzados; o como los hemos denominado: Emprendedoras y emprendedores por impulso.



## 5.3 Comparativa por sexo

Para analizar la dimensión del emprendimiento femenino y establecer un diagnóstico que permita diseñar actuaciones efectivas que impulsen el empoderamiento de las mujeres y contribuyan a alcanzar la igualdad entre mujeres y hombres, es necesario realizar un análisis comparativo que revele los puntos fuertes y débiles de la situación actual.

En el marco del desarrollo de este estudio, hemos diseñado un DAFO con el objeto de definir claramente cuáles son las Debilidades y Amenazas; las Fortalezas y Oportunidades de la actividad emprendedora de la región. La información para la elaboración de estos datos parte de las conversaciones mantenidas en los Focus Group y las entrevistas realizadas a la red de apoyo al emprendimiento femenino.

Esta herramienta de uso estratégico analiza las materias desde la perspectiva endógena (lo que parte de la propia actividad) y exógena (lo que viene dado por el entorno en el que se desarrolla) y es muy interesante para entender los contextos en los se desenvuelve la actividad.

### 5.3.a DAFO

#### Emprendimiento femenino

##### Debilidades

- Acceso limitado a financiación: las mujeres emprendedoras a menudo enfrentan más dificultades para obtener financiación en comparación con los hombres.
- Redes de contactos menos desarrolladas: las emprendedoras pueden tener menos acceso a redes empresariales consolidadas.
- Desigualdad en la carga familiar: las responsabilidades familiares y domésticas suelen recaer más en las mujeres, afectando su disponibilidad para el emprendimiento.
- Innovación y crecimiento: la falta de innovación en los negocios creados por mujeres puede limitar las tasas de crecimiento.
- Sector de actividad: las mujeres tienden a emprender en sectores menos rentables como la consultoría, sanidad y actividades recreativas.
- Falta de confianza para alcanzar el éxito

##### Amenazas

- Estereotipos: los prejuicios y estereotipos según el sexo pueden limitar las oportunidades y el crecimiento de las mujeres emprendedoras.
- Entorno empresarial competitivo: la alta competencia en el mercado puede ser una barrera significativa.
- Falta de políticas de apoyo específicas: aunque existen programas de apoyo, la falta de políticas gubernamentales específicas y continuas puede dificultar el desarrollo del emprendimiento femenino.
- Cambios en la legislación: las modificaciones en la legislación fiscal y laboral pueden afectar negativamente a los emprendedores.



## Fortalezas

- Capacidad de resiliencia: las mujeres emprendedoras tienen una gran capacidad para superar obstáculos.
- Habilidades de gestión y liderazgo: contribuyen al éxito en los negocios.
- Adaptabilidad y flexibilidad: les permite adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y las nuevas oportunidades.

## Oportunidades

- Creciente apoyo institucional: cada vez hay más programas y organizaciones que apoyan el emprendimiento femenino.
- Mercados emergentes: existen numerosos mercados emergentes que ofrecen oportunidades para las mujeres emprendedoras.
- Tendencia hacia la igualdad entre mujeres y hombres: la creciente conciencia y movimiento hacia la igualdad de oportunidades puede abrir más puertas y oportunidades para las mujeres en el mundo empresarial.

## Emprendimiento masculino

### Debilidades

- Menor enfoque en la sostenibilidad: los hombres pueden estar menos enfocados en prácticas empresariales sostenibles en comparación con las mujeres.
- Menor diversidad en la toma de decisiones: la falta de diversidad en equipos liderados por hombres puede limitar la creatividad y la innovación.

### Amenazas

- Competencia intensa: la alta competencia en el mercado puede ser una barrera significativa.
- Cambios en la legislación: las modificaciones en la legislación fiscal y laboral pueden afectar negativamente a los emprendedores.

## Fortalezas

- Confianza en el éxito: los hombres muestran una confianza claramente mayor en el éxito de sus empresas que las mujeres.
- Sector de actividad: tienden a emprender en sectores más rentables como la construcción, industrial e ingeniería.
- Amplia red de contactos profesionales: trabajan mejor la parte social que influye en el desarrollo de los negocios.
- Orientación financiera: los emprendedores tienen una mayor capacidad para anteponer los objetivos financieros. Saben poner valor de mercado a sus productos y servicios.

## Oportunidades

- Mercados emergentes: existen numerosos mercados emergentes que ofrecen oportunidades para los emprendedores.
- Innovación tecnológica: la adopción de nuevas tecnologías puede abrir nuevas oportunidades de negocio.





Para los objetivos de este apartado nos vamos a centrar ahora en el DAFO comparativo entre el emprendimiento de las mujeres y los hombres. Las principales diferencias están en las debilidades y las amenazas.

Es interesante concluir que mientras las oportunidades son las mismas tanto en el caso de las mujeres como en los hombres que emprenden, no ocurre lo mismo en el caso de las amenazas y las debilidades que son más numerosas y evidentes en el caso de las mujeres emprendedoras.

La comparativa de los datos nos ayuda a definir mejor cómo estas debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades se convierten en una realidad en materia de emprendimiento.

Empezamos poniendo el foco en la edad para emprender. Según los datos revisados, las perspectivas de emprendimiento tomando como referencia este parámetros son muy similares entre los dos sexos. Los que más emprenden son los que se encuentran entre 45 y 54 años (25,5%), seguidos de los que tienen entre 35 y 44 años (24,8%). Inmediatamente por detrás, los que tienen entre 55 y 64 (20,5%), los de entre 25 y 34 (19%) y los de entre 18 y 24 (11,6%). Es en este rango de edad, los más jóvenes, donde la diferencia es mayor entre mujeres y hombres.



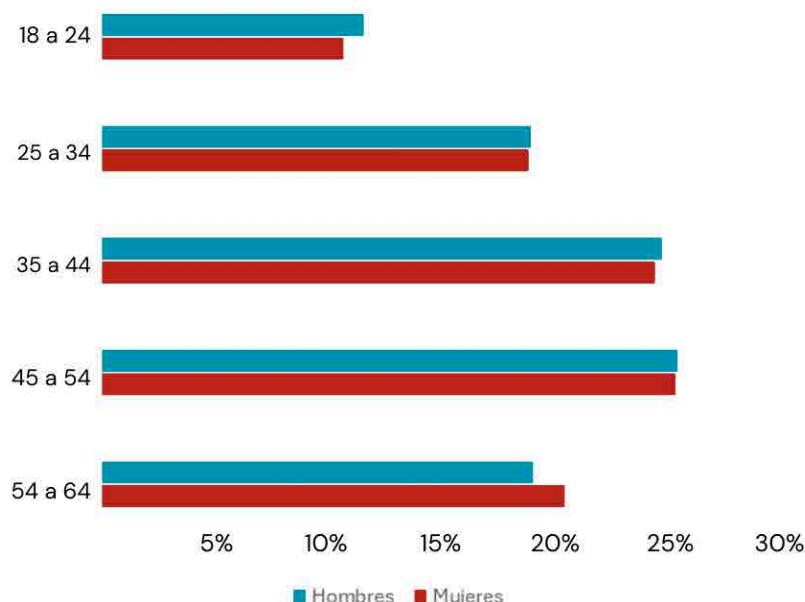


Tabla 13. Edades según el sexo. Elaboración propia con datos del GEM

### 5.3.c Comparativa emprendimiento masculino vs femenino por nivel educativo

Por nivel educativo observamos una importante diferencia en el emprendimiento por sexo. Mientras en el caso de las mujeres, son las que tienen estudios universitarios las que más emprenden (22,1%) en el caso de los hombres son los que tienen un nivel de estudio similar al de bachillerato o FP de segundo grado los que más emprenden (21,5% de la muestra). A continuación los que tienen estudios universitarios (19,9%) seguidos por los que tienen nivel educativo de secundaria (17,3%). También hay un dato diferencial curioso que es que mientras solo el **1,9%** de las emprendedoras tienen un doctorado, han alcanzado este nivel académico el **2,3%** de los emprendedores.

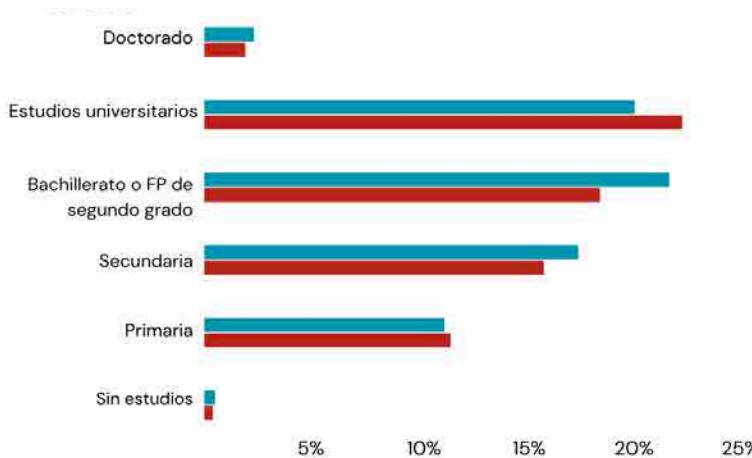


Tabla 14. Nivel de estudios por sexo. Elaboración propia con datos del GEM

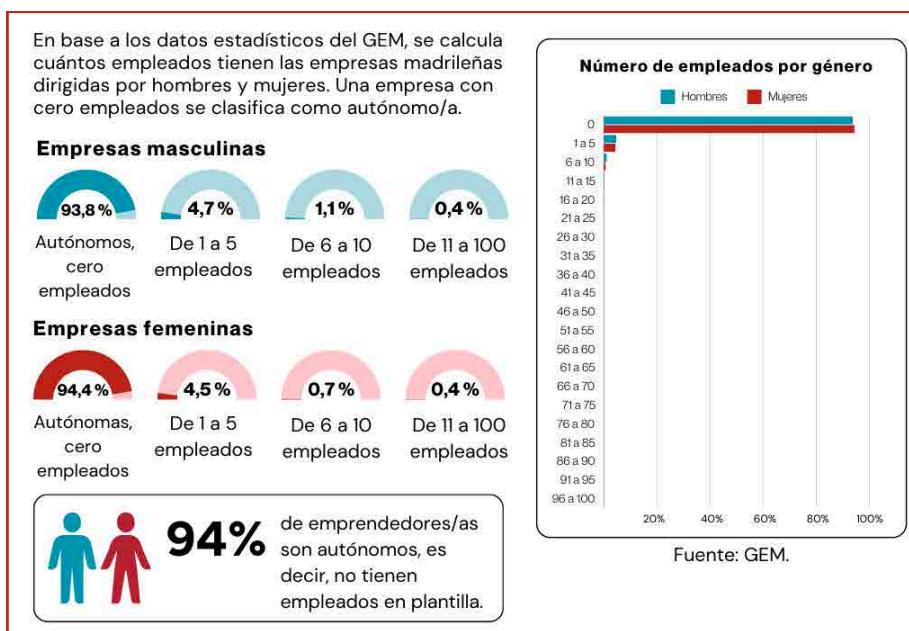
Los datos del nivel educativo son una evidencia de la influencia del DAFO. La falta de confianza en las mujeres (amenaza) hace que busquen la confianza a través de un mayor nivel de estudios, mientras que los hombres se lanza a la aventura emprendedora con seguridad, sin necesidad de estar tan preparados.

La segunda lectura es que la sobrecarga familiar hace que las mujeres prescindan mientras emprenden, por ejemplo, de realizar un doctorado y si lo hacen, que se decanten por investigación o educación en el ámbito público, un trabajo por cuenta ajena.



## 5.3.d Comparativa emprendimiento masculino vs femenino por número de empleados

En cuanto a número de empleados, las empresas creadas por mujeres solo superan a las creadas por los hombres en el caso de un empleado. Según los datos de diversas fuentes analizados, mientras que el **2,2%** de las empresas de las mujeres tienen un empleado; en el caso de las empresas creadas por hombres la cifra se reduce al **1,6%**. A partir de ahí, las empresas creadas por hombres siempre superan a las de las mujeres levemente.



Destaca la diferencia en las contrataciones parte del número de autónomos. Como explicábamos al principio de este estudio, hemos considerado autónomos a aquellos profesionales, dados de alta como tales, pero que no tienen personal a su cargo. En este caso, del 100% de emprendedoras de la CAM, aproximadamente un 94,4% pertenecen a este rango (93,8% en el caso masculino).

**Tabla 15.** Número de empleados en empresas masculinas y femeninas. Elaboración propia con datos del GEM

Como información añadida, comentamos que estos autónomos pueden trabajar como tales o bajo el paraguas de una sociedad limitada pero, en ningún caso, tendrán empleados a su cargo.

## 5.3.e Comparativa emprendimiento masculino vs femenino por sector de actividad

Por sector de actividad, apreciamos también una notable diferencia entre las preferencias de mujeres y hombres a la hora de emprender. Mientras que en el caso de las mujeres veíamos que un **48,2%** desarrollaban una actividad dirigida al cliente final; en el caso de los hombres el principal ámbito de actividad es el de los servicios B2B, con un **51,0%** del total. Le siguen en el caso de los hombres la actividad dirigida a cliente final, **30,4%**. Y superan con mucho a las mujeres que están en el ámbito de la transformación (13,5%), con un **17,3%** de los negocios; y de la extracción, con un **1,3%** de las empresas, frente al **0,7%** creado por mujeres.

En la Comunidad de Madrid no existe gran diferencia en cuanto a la distribución por sexo del emprendimiento en el ámbito rural y el urbano. Como hemos visto hay un **22,8%** de mujeres que trabajan en ese ámbito. En el caso de los hombres, el porcentaje es algo inferior y se sitúa en el 22,5%.



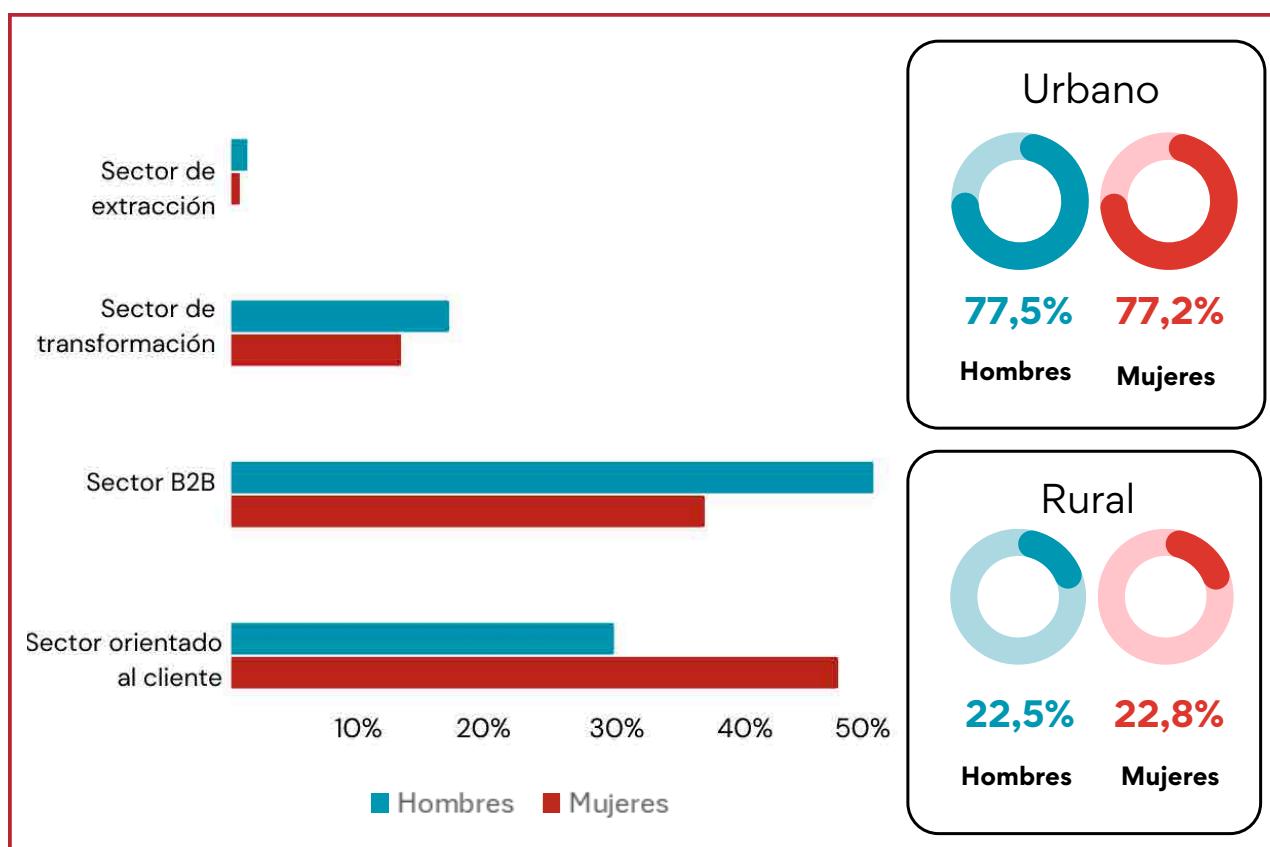


Tabla 16. Sectores y ámbito de emprendimiento por sexo. Elaboración propia con datos del GEM

### 5.3.f Comparativa emprendimiento masculino vs femenino por exportaciones

En cuanto a las exportaciones, la diferencia es de un poco más de 1 punto porcentual. Mientras que un **96,4%** de las empresas creadas por mujeres no exportan, en el caso de las creadas por los hombres no lo hacen un **95,8%**. Esto hace que haya casi un **1,8%** de empresas creadas por hombres que exportan entre un **1%** y un **19%** de su facturación. La mayor diferencia está, sin embargo, en el otro lado de la tabla. El **0,6%** de las empresas creadas por hombres exportan entre el **76%** y el **90%** de su facturación (frente al **0,1%** de las creadas por mujeres) y el **0,4%**, más del **90%** (un **0,3%** de las creadas por mujeres).

Estas diferencias en el ámbito de la exportación reflejan la influencia de las debilidades en materia financiera: tanto en conocimiento como en el acceso a líneas de financiación que, en el caso de los hombres, es una fortaleza.



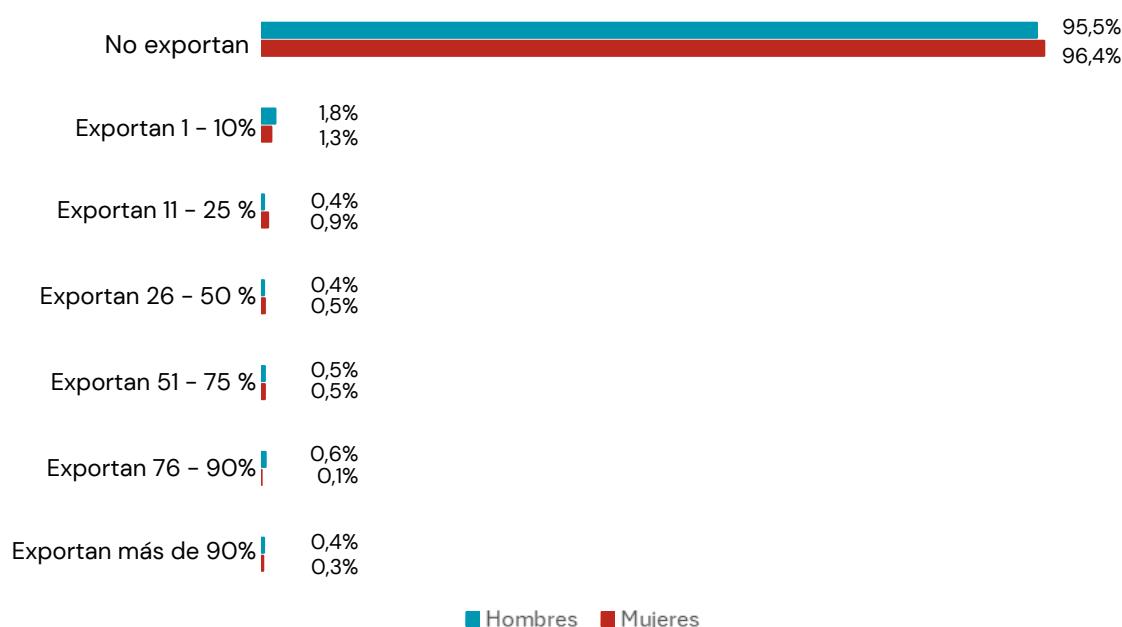


Tabla 17. Exportaciones por sexo. Elaboración propia con datos del GEM

### 5.3.g Comparativa emprendimiento masculino vs femenino por motivo de cierre

De cara a los objetivos de este estudio es muy interesante comparar los motivos por los que cierran las empresas creadas por hombres y las creadas por mujeres. Tomando como referencia los datos recogidos en el GEM, lo primero que llama la atención es que el principal motivo por el que los hombres dejan su negocio es porque surge una oportunidad de venderlo (26,7%). Si sumamos a este porcentaje el 5,6% de empresas en las que el emprendedor tenía previsto un corto desarrollo (startup) concluimos que más de un 32% de los negocios desarrollados por emprendedores tienen el objetivo de generar altos ingresos en un corto plazo. Sin embargo, recordemos que el principal motivo para el cierre en el caso de empresas creadas por mujeres era que el negocio no había resultado rentable (29,5%), lo que sólo ocurre en el 20,8% de las empresas creadas por mujeres.

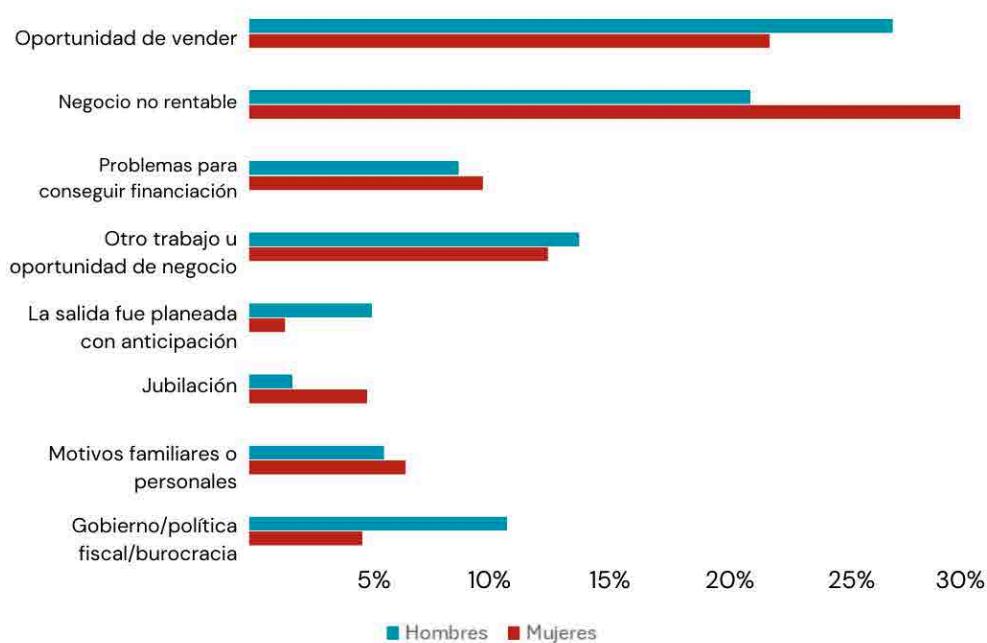


Tabla 18. Motivos de cierre por sexo. Elaboración propia con datos del GEM



En el caso de las mujeres, la falta de conocimientos financieros y de red profesional; además de emprender en sectores menos rentables económicamente, pueden incluirse entre los factores que expliquen el fracaso más habitual desde el punto de vista económico.

Es interesante también que las mujeres que emprenden llegan a jubilarse en su empresa en un porcentaje superior a los hombres. En concreto un **4,9%** frente a un **1,8%**. Y destacamos también un último dato: tanto hombres como mujeres aprovechan la oportunidad de abandonar su situación de autónomo cuando surge una buena oportunidad laboral. (12,4% en el caso de las mujeres y 13,7% en el caso de los hombres).



## 5.4 Perfil de la mujer emprendedora frente a la emprendedora genuina

Una vez analizada toda la información, contrastados los datos que existen en el mercado y ante la dispersión de información y la falta de unificación de criterio entre las diferentes fuentes oficiales, aprovechamos el marco de este estudio para establecer una diferenciación básica de dos perfiles de emprendimiento femenino que nos ayudarán a determinar, de manera más eficiente, algunas recomendaciones de por dónde debería ir el apoyo desde la administración a la actividad emprendedora.

Como ya hemos explicado, los principales motivos que impulsan a la mayor parte de la población a emprender son la falta de oportunidades laborales y, en el caso de las mujeres, la necesidad de conciliar la vida profesional y personal. Estos motivos son una exigencia, y por tanto, muchas de las personas que están desarrollando su actividad como profesionales autónomos, tengan o no personal a su cargo, son supervivientes, personas que se buscan la vida con mayor o menor éxito, para tener ingresos. Pero en sus objetivos no está crecer, crear empleo, producir a mayor escala, abrir diferentes centros de trabajo.... Podríamos decir que son personas que, como no encuentran un empleo por cuenta ajena, se ven obligados a crear su propio puesto de trabajo. A recurrir al autoempleo.

Este es sin duda el grupo más amplio de emprendedores y emprendedoras no sólo en la Comunidad de Madrid, sino en todo el territorio nacional.

Después hay un grupo de personas, mujeres y hombres, que serían emprendedores y emprendedoras genuinos, es decir, que llevan en su ADN unas características que les impulsan a querer trabajar por cuenta propia, desarrollar una idea de negocio para transformar las cosas y crear un proyecto que les sobreviva en el tiempo y les trascienda puesto que genere empleo y riqueza para ellos, su familia y la sociedad en al que se implante. Este es un número mucho más reducido de personas pero en ellas radica la innovación, el cambio y sobre todo, la generación de riqueza a mayor escala.

Esta diferenciación no trata de poner en valor un perfil sobre el otro. Lo que pretende es establecer un plan director de acciones que den respuestas a ambos colectivos. Las necesidades que tiene una autónoma o emprendedora, respecto a las que tiene una emprendedora genuina, nada tienen que ver. Y esta diferenciación no es sólo en el momento del emprendimiento, sino a lo largo de la vida del negocio que se ha puesto en marcha.

Ambos grupos de emprendimiento son fundamentales para impulsar el empoderamiento de la mujer y, por eso, hay que contribuir desde la administración a garantizar su éxito, para lo que es imprescindible conocer bien las características de cada grupo con el objetivo de poder actuar en consecuencia.

Utilizaremos la información recogida en los Focus Group y en las entrevistas realizadas a la red de apoyo al emprendimiento femenino para desarrollar un perfil básico de competencias y habilidades de la emprendedora vs la emprendedora genuina.



## 5.4.a Habilidades y competencias del emprendimiento por impulso vs emprendimiento genuino

Las personas que recurren al autoempleo suelen tener algunas de estas habilidades:

- Buena gestión del tiempo: priorizar y organizar tareas y maximizar la productividad.
- Capacidad de comunicación: son capaces de transmitir ideas claramente y negociar.
- Resolución de problemas: identifican y solucionan obstáculos.
- Buena red de contactos.

Entre las competencias que comparten, las más comunes son:

- Conocer sus limitaciones.
- Experiencia profesional.
- Autodisciplina y autoexigencia.

Sin embargo, en el emprendimiento genuino, tanto hombres como mujeres pueden no tener experiencia profesional y sin embargo, suelen ser:

- Creativos.
- Innovadores.
- Saben anticiparse al futuro.
- Tienen capacidad para tomar decisiones en medio de la incertidumbre.
- Poca aversión al riesgo.
- Resiliencia.
- Capacidad de liderazgo.
- Elevada motivación.

Las emprendedoras genuinas suelen emprender más de un negocio a lo largo de su vida porque están constantemente observando el entorno para buscar oportunidades de negocio donde otros sólo ven cambio o transformación. Esa inquietud por crear algo diferente, por sorprender al mercado con una idea innovadora o incluso generar una necesidad nueva en los clientes, es lo que marca la diferencia entre el emprendimiento genuino y el emprendimiento por impulso.

## 5.4.b Necesidades diferentes

Durante la elaboración de este estudio y una vez identificados estos dos perfiles de emprendedores, el siguiente paso ha sido definir cuáles son las diferentes necesidades que tienen las mujeres emprendedoras que pertenecen a cada uno de estos grupos.

Existe un nexo común: políticas de apoyo a la conciliación y la crianza de los hijos. Pero las emprendedoras por impulso tienen las siguientes necesidades:

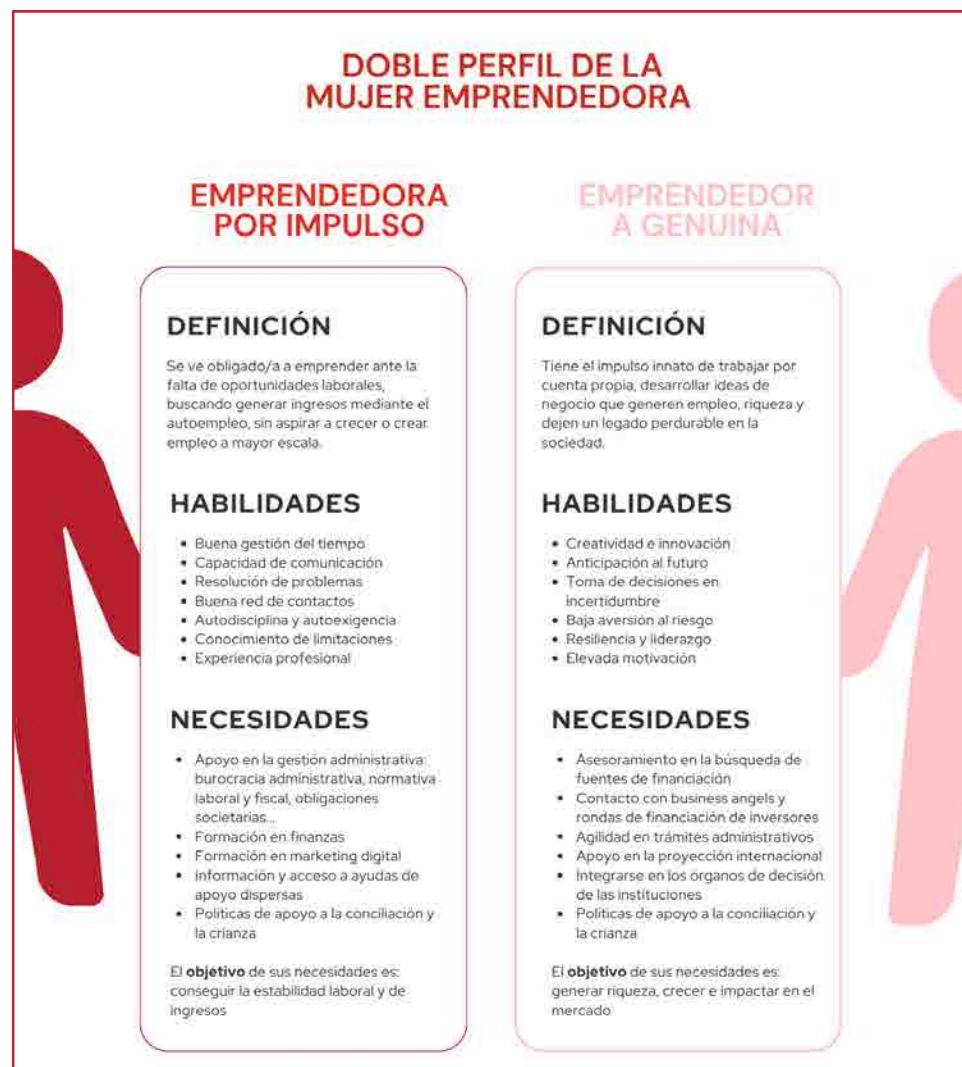
- Apoyo en la gestión administrativa: las personas que se lanzan a emprender se encuentran con muchas dificultades por la falta de conocimientos relacionados con la burocracia administrativa, normativa laboral y fiscal, obligaciones societarias, etc.
- Formación financiera: para el desarrollo de un plan de negocio o buscar recursos económicos.



- Formación de marketing: especialmente en marketing digital para poder redimensionar los negocios y vender a través del comercio electrónico.

- Información sobre ayudas de apoyo: normalmente las fuentes están dispersas y son de difícil acceso.

Las emprendedoras genuinas suelen tener preparación de negocio porque para desarrollar la idea que quieren poner en marcha han tenido que analizar el mercado, hacer una proyección de futuro, definir público objetivo.



Estas mujeres afirman que uno de los frenos que encuentran es que se pone mucho el foco en aquellos grupos de interés que crean las mujeres para dar soporte a las mujeres. Sin embargo, reclaman que el objetivo debería estar integrarse en los órganos de decisión de CEIM, CEOE, Cámara de Comercio, ICEX que es dónde se toman las decisiones de inversión de alto nivel. Esto refuerza el hecho de que sus necesidades sean principalmente de carácter financiero:

- Asesoramiento en la búsqueda de fuentes de financiación.
- Contacto con *business angels* y rondas de financiación de inversores.
- Agilidad en los trámites administrativos.
- Apoyo en la proyección internacional.
- Integrarse en los órganos de decisión de las instituciones: CEOE, CEIM, Cámara de Comercio, ICEX.

Las necesidades, en el caso de las emprendedoras por impulso, están claramente orientadas a conseguir la estabilidad laboral y de ingresos. En el caso de las emprendedoras genuinas, el objetivo es generar riqueza, crecer e impactar en el mercado; son el núcleo duro del emprendimiento femenino y pueden ser un ejemplo a seguir por las nuevas generaciones de mujeres.



Identificar a estas profesionales para que se conviertan en referente, podría ser una manera de contribuir a generar más mujeres dispuestas a ser un motor diferencial de la sociedad.

En este punto, destacamos una circunstancia que nos parece relevante. Entre las emprendedoras por impulso puede haber muchas mujeres que con la motivación adecuada se puedan convertir en emprendedoras genuinas. En ocasiones, se puede llegar al emprendimiento de una manera forzada y descubrir que es el camino profesional que se quiere seguir.

Uno de los objetivos de la Administración debería ser identificar y potenciar esos perfiles para que pasen de ser autoempleados a convertirse en motores de transformación de la economía. A más emprendimiento genuino, más empleo y más competitividad para la economía. Y las empresarias genuinas son un valor indispensable para que la Comunidad de Madrid pueda mantener su posición tractora de desarrollo en España.



# **CAPÍTULO 6:**

## **Redes de apoyo al emprendimiento femenino**

- 6.1 Estado de la cuestión
- 6.2 Entrevistas a la red de apoyo
- 6.3 Directorio
- 6.4 Iniciativas para el emprendimiento

# Redes de apoyo al emprendimiento femenino

## 6.1 Estado de la cuestión

Definimos redes de apoyo como aquellos grupos de personas o entidades que se conectan para ofrecer recursos, conocimientos y apoyo a las mujeres emprendedoras. Estas redes de apoyo al emprendimiento femenino se centran principalmente en ofrecer formación, mentoría y asesoramiento, *networking* y apoyo emocional. Sin embargo, este estudio revela que las necesidades de apoyo de las mujeres emprendedoras van mucho más allá de la oferta actual.

Las mujeres emprendedoras que han participado en este estudio afirman que la principal necesidad en materia de red de apoyo es la relacionada con las finanzas porque, en la actualidad tienen un acceso muy limitado a los ámbitos de financiación.

Las personas consultadas y las fuentes analizadas revelan que en esta reivindicación, las mujeres emprendedoras no hablan de ayudas o subvenciones sino de que facilite su acceso a los circuitos de financiación: rondas financieras, foros de *business angels*, propuestas de entidades financieras.

Reclaman además, un papel más activo de la administración, en este caso de la Comunidad de Madrid. Afirman que el acceso a información burocrática de interés es complejo, que no existen fuentes claramente identificadas donde buscar la información y manifiestan sentirse al margen de las propuestas que se realizan desde la Comunidad de Madrid. Esto es: no se sienten escuchadas.

Con el objeto de profundizar en la situación de la red de apoyo al emprendimiento femenino, recogemos a continuación una serie de entrevistas realizadas a diferentes organizaciones que ofrecen su apoyo a la actividad empresarial de las mujeres en la Comunidad de Madrid con el objetivo de dar voz a sus inquietudes.



## 6.2 Entrevistas a la red de apoyo

### Gricell Garrido Presidenta de ASEME

ASEME (Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid) es una organización sin ánimo de lucro que apoya y promueve el liderazgo femenino en el ámbito empresarial, brindando asesoramiento, formación y networking a emprendedoras y empresarias en España.

#### **¿Cuál es su percepción acerca de cómo evoluciona el emprendimiento femenino en esta segunda década del siglo XXI?**

**Gricell Garrido (GG)-** Hemos percibido un aumento, y lo hemos notado por el crecimiento en la participación de la propia Asociación, hemos pasado de un **19%** a un **23%**. También han aumentado las candidaturas de los premios que organizamos. Hace poco hemos tenido los Premios Madrid Emprende, del que somos jurado, y ha habido más de 200 participantes en la categoría de emprendedoras de los primeros 3 años de actividad.

#### **¿Cómo pueden los programas de mentoría o asociaciones como ASEME ayudar a las emprendedoras?**

**G G.-** Entre las acciones de ASEME se encuentra la organización y fomento de premios a mujeres emprendedoras. Participamos en los del Ayuntamiento Madrid Emprende, somos cocreadoras y jurado de los mismos. Además, tenemos nuestros propios premios que van por su edición número XXI.

Aparte de estos galardones y programas creemos que tenemos que fomentar la colaboración, la participación y la actitud del lobby, que es una de las asignaturas pendientes de las mujeres. Los hombres llevan haciendo lobby siglos pero las mujeres lo tenemos como asignatura pendiente, por ello es algo a lo que nos dedicamos con verdadero ahínco, promoviendo la sinergia entre mujeres empresarias. Para ello, tenemos una intranet en la que nuestras socias pueden estar comunicadas y pueden contactar cuando necesitan servicios o colaboración entre ellas.

Son muchas las sinergias comerciales que se han podido dar gracias a esto, no solamente a nivel de España sino también de Europa y de Latinoamérica.

**Creemos que tenemos que fomentar la colaboración, la participación y la actitud del lobby, que es una de las asignaturas pendientes de las mujeres**

En materia de formación, participamos en el programa que se realiza con la Cámara de Comercio y el Ayuntamiento de formación empresarial 360. Además, desde ASEME tenemos píldoras formativas sobre temas de candente actualidad: temas legislativos, temas que nos afectan de manera directa en un determinado momento... Pero sobre todo hacemos muchos convenios de colaboración con entidades formativas desde la Cámara de Comercio, el Centro de Estudios Financieros, la Universidad Carlos III, la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA)... Con el objetivo de ayudar y apoyar a nuestras empresarias a que continúen en esa formación continua que es tan necesaria. Una empresaria no puede dejar de formarse nunca.

Además, facilitamos el networking; tenemos un equipo específico de personas que se dedican a organizar todos los meses un encuentro para facilitar ese contacto que tanto nos cuesta a las mujeres. Se hacen dinámicas específicas aparte de los grandes encuentros como cenas de verano, cenas de invierno, ferias...

Presente en aquellas instituciones en la que están presentes los hombres, como es la Cámara de Comercio, CEOE, CEIM, ATA, pleno



del Ayuntamiento... Somos también una patronal, es decir, no somos solo una asociación, sino que somos una representación formal ante organismos públicos.

### **Desde ASEME, ¿Qué debilidades y fortalezas han podido identificar en las mujeres emprendedoras?**

**G. G.-** Sobre las debilidades, nos quedamos paralizadas en el análisis, tenemos miedo el miedo o el síndrome del impostor, que

hace que nos pongamos un techo, yo le llamo el techo de cemento. El de cristal es el que nos ponen otros cuando somos directivas, pero cuando somos empresarias nos limita y paraliza el miedo al fracaso, a la propia capacidad, tenemos miedo de si seremos capaces o no, dudamos de hasta dónde debemos llegar apoyando nuestro proyecto. El informe GEM revela que las empresas de las mujeres suelen ser de media un poco más pequeñas que las de los hombres, porque tenemos un poco de aversión al riesgo.

También destaco como fortaleza una mayor capacidad para gestionar la economía. Precisamente porque tenemos aversión al riesgo, nuestras empresas duran de media tres veces más que las de los hombres. Es decir, que lo que es una debilidad también es una fortaleza en la gestión económica, por eso nuestras empresas fracasan menos.

Además, tenemos una mayor tasa de permanencia de recursos humanos, es decir, tenemos una mayor gestión de los recursos humanos. Tenemos una mayor capacidad empática y por lo tanto tenemos menos rotación y menos absentismo que en las empresas de los hombres.

### **Al hilo de la pregunta anterior, ¿contribuye el creciente empoderamiento femenino a que las mujeres muestren sus fortalezas?**

## **Debilidades**

“Sobre las debilidades, nos quedamos paralizadas en el análisis, tenemos miedo o el síndrome del impostor, que hace que nos pongamos un techo, yo le llamo el techo de cemento. El de cristal es el que nos ponen otros cuando somos directivas, pero cuando somos empresarias nos limita y paraliza el miedo al fracaso”.

## **Fortalezas**

“Como fortaleza una mayor capacidad para gestionar la economía. Precisamente porque tenemos aversión al riesgo, nuestras empresas duran de media tres veces más que las de los hombres. Es decir, que lo que es una debilidad también es una fortaleza en la gestión económica, por eso nuestras empresas fracasan menos”.

**G. G.-** No solamente nos beneficia, es que es una necesidad que las mujeres dejemos de competir entre nosotras y que aprendamos lo que también han hecho los hombres: lobby. Por esto damos tanta importancia en ASEME a nuestra intranet, nuestros actos mensuales para tomar contacto entre nosotras y hacer sinergias empresariales...

En ASEME tenemos dos lemas: “Mujer tira de mujer” y “Solas somos una gota y juntas un tsunami”. No podemos esperar a que los hombres nos ayuden, tenemos que ayudarnos nosotras mismas, porque la auténtica independencia es la independencia económica. Creemos que el planeta cambiará cuando seamos nosotras las que estemos pagando las facturas, porque entonces tendremos la capacidad de cambiar las cosas.

### **¿Considera que las motivaciones para emprender varían entre mujeres y hombres?**

**G. G.-** Últimamente han cambiado. Antes el hombre emprendía mutu propio por la idea de innovar, de crear... Y nosotras emprendíamos más por necesidad. Es el ejemplo de nuestras fundadoras. ASEME nace en el año 1969, cuando aún era ilegal el asociacionismo, aunque se constituyó legalmente en 1971. Por ello somos la asociación más antigua de España, porque empezamos en la clandestinidad. En aquel momento nuestras



fundadoras eran empresarias por necesidad, en muchas ocasiones se habían quedado viudas o sus maridos las habían abandonado. Ese era el estándar en ese momento, emprendían para sacar adelante a la familia. Hoy en día vemos un cambio significativo en los últimos 5 o 10 años. Las mujeres están emprendiendo porque tienen un proyecto vital y porque buscan la independencia económica.

**ASEME participa en mesas de negociación del Ayuntamiento de Madrid y de la Comunidad Autónoma ¿Considera que en Madrid hay más ayudas que en el resto de las autonomías o que, al menos, cada vez es más fácil para las emprendedoras lanzarse a la aventura empresarial?**

**G. G-** Creo que se ve la actitud positiva que tiene la Comunidad de Madrid en este ámbito. Lo demuestra por ejemplo dejando que celebremos nuestros premios anuales en la sede de la Comunidad de Madrid, en la puerta del Sol. Eso ya te dice cuál es la actitud a este nivel de la comunidad y del Ayuntamiento. Además, estos premios de Madrid Emprende, no solo ofrecen dotaciones económicas, sino sobre todo formativa, que creo que es la parte más importante. En definitiva, hay muchos canales de apoyo.

**Proponga alguna medida que facilitaría el emprendimiento de la mujer en la CAM.**

**G. G.-** Aún necesitamos la discriminación positiva. Creo que una emprendedora necesita lo mismo que un emprendedor hombre, que no le pongan trabas, que les faciliten la gestión. Tenemos una carga legislativa muy importante, demasiadas leyes que cumplir dentro de una empresa. Esto es un obstáculo para alguien que al final lo que hace es producir, generar un beneficio propio, pero también social, y es clave para el empleo en España, el 98% del PIB lo producen las PYMES. Es muy complicado cumplir con toda la carga normativa cuando eres una empresa pequeña.

El Estado exige cosas como el Plan de Igualdad, que, si bien es cierto que se pide a las empresas de más de 50 empleados, muchas empresas pequeñas que quieren trabajar con el Estado necesitan tenerlo. Esto supone una gran carga burocrática. Debería revisarse qué peticiones son realmente necesarias y cómo se deberían organizar.

Esto en cuanto a lo empresarial. Pero, por otro lado, la administración también debe fomentar el emprendimiento femenino, ayudar a las emprendedoras a que no tengan miedo y rompan ese techo de cemento. Haciendo que mujeres referentes sean visibles, para que las jóvenes puedan ver que sí se puede y que no hay sector en el que no podamos estar.

**Desde ASEME también ofrecen formaciones para las empresarias todos los meses, ¿Qué formación necesitan autónomas y empresarias para emprender?**

**G. G.-** Tenemos acuerdos formativos con universidades y centros formativos. En una empresa hay dos patas muy importantes. Por una parte está marketing o ventas, porque si no sabes cómo vender o enfocar tu producto no vas a tener nada que gestionar. La segunda es cómo gestionar lo que has vendido, es decir, saber interpretar un balance y presentarlo a un banco, cómo hacer una gestión logística... La mujer tiene una mayor tendencia, precisamente por la versión al riesgo, a no trabajar con bancos. Trabajan con la propia financiación, con lo que ellas tienen ahorrado o les deja la familia, pero a veces es necesario trabajar con bancos, y el banco necesita que tú le presentes tu negocio. Deben saber explicar cuál es su proyecto, hacia dónde se encaminan, cuál va a ser tu futuro... Para que el banco vea que es rentable y que vas a poder devolverle el dinero. Una asociación por sí misma no puede, y no debe dar esa formación, pero sí que puede hacer convenios acuerdos y colaboraciones con aquellas entidades que están especializadas. Por ejemplo con la Cámara de Comercio hemos diseñado dos cursos: son mujeres liderazgo y empresarias 360, destinados a un grupo de 25 empresarias donde se les da formaciones coaching y asesoramiento específico.



## ¿Sabe si las autónomas/empresarias invierten lo mismo que los hombres en sus negocios?

G. G.- Es la oscuridad total. Aun así, nosotras este pasado 8 de marzo pusimos el foco en el problema, y comprobamos que donde sí había análisis descubrimos a quién financian los fondos de capital riesgo. Esto ponía de manifiesto en qué invertían los fondos de capital riesgo. Si las mujeres representan más del 20% de las empresas, deberían tener el mismo porcentaje de financiación, pero no, los fondos de capital riesgo invierten un 1,8% en mujeres, y en Estados Unidos un 2,5%. Es decir, que todavía existe un sesgo según el sexo cuando el inversor ve los proyectos. No podemos hablar de las entidades bancarias porque no existe información sobre ello, pero si esto es lo que pasa a los fondos de capital riesgo, a los bancos les pasará lo mismo. Al dinero no le gusta el miedo. Y la mujer le sigue inspirando miedo. Nosotras debemos ayudarlas a romper con esto, a que aprendan a defender sus proyectos de una manera más dinámica, más agresiva.

 *Las mujeres emprende porque tienen un proyecto vital y buscan la independencia económica*

**Por su experiencia propia o laboral, describa brevemente la cara y cruz del emprendimiento femenino.**

G. G.- El camino del emprendimiento, para hombre o mujeres, es un camino intenso, no es fácil ni para hombres ni para mujeres. No existe mayor satisfacción para ambos que la independencia financiera, y para las mujeres más.

Ser dueña de ti y de tu tiempo, es la única manera que he encontrado para lograr la conciliación. Mis dos primeros hijos nacieron durante mi etapa como directiva, y la conciliación fue muy complicada. El tercero nació cuando ya había emprendido, y a pesar de ser una etapa mucho más intensa, más dinámica, activa y exigente, me permitió conciliar, porque era dueña de mi tiempo y mis prioridades.

## Diferencias en la inversión

Desde ASEME denuncian la desigualdad en la inversión que reciben las empresas masculinas y femeninas.

*“Si las mujeres representan más del 20% de las empresas, deberían tener el mismo porcentaje de financiación, pero no, los fondos de capital riesgo invierten un 1,8% en mujeres, y en Estados Unidos un 2,5%. Es decir, que todavía existe un sesgo según el sexo cuando el inversor ve los proyectos”.*

## Sugerencias para la administración desde ASEME

La Asociación de Mujeres Empresarias cree que aún es necesaria la **discriminación positiva**.

*“Una emprendedora necesita lo mismo que un emprendedor: que no le pongan trabas, que les faciliten la gestión”.*

En este sentido, creen que hay una gran **carga legislativa** que puede suponer obstáculos para las emprendedoras.

También consideran necesario el **fomento del emprendimiento femenino** desde la administración para “ayudar a las emprendedoras a que no tengan miedo y rompan ese techo de cemento”, “haciendo que las mujeres referentes sean más visibles” e inspiren a las más jóvenes.



## Elena Pérez Mancusso

Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Madrid

Elena Pérez Mancusso es coordinadora de emprendimiento de la Cámara de Comercio de Madrid, entidad que impulsa el desarrollo empresarial en la región mediante servicios de asesoramiento, formación y apoyo a la internacionalización.

### **¿Cuál es la percepción de la Cámara de Madrid acerca de cómo ha evolucionado el emprendimiento femenino en esta segunda década del siglo XXI?**

**Elena Pérez Mancusso (E.P.M.)-** En primera instancia, comentar que la visión de la Cámara de Comercio implica la visión de una organización donde sus equipos de trabajo se conforman por un 70% de mujeres, y donde sus cargos directivos son ocupados en un 66% por mujeres.

En España la diferencia entre mujeres y hombres se ha estrechado un 36% en los últimos diez años, y según el último Informe Especial GEM sobre Emprendimiento Femenino; refleja que la brecha entre mujeres y hombres emprendedores está disminuyendo. Este cambio de comportamiento también se percibe en el aumento de estudios referentes al emprendimiento femenino. En el año 2020, el GEM mencionaba la palabra “mujer” o “mujeres” en cinco ocasiones, aumentando a 112 menciones en el informe de 2024. Incluso en la actualidad cuenta con un Informe exclusivo para analizar el emprendimiento femenino.

En marzo de este año, El Economista publicaba el siguiente titular: “Mujeres, desempleadas y con estudios: las nuevas protagonistas del emprendimiento en España” haciendo referencia al protagonismo que las mujeres han ganado en la creación de empleo.

En los últimos 20 años, la participación de la mujer en la economía mundial y nacional ha sufrido fuertes cambios, y en el caso de España, ha impulsado una mayor participación de la mujer en el ámbito de participación económica. En 2024, según el informe GEM, el 70% de las mujeres emprendedoras en España inician sus negocios por oportunidad.

Sin embargo, si hablamos del ámbito específico de la financiación, en el año 2022 las empresas fundadas exclusivamente por mujeres recibieron solo el 2% de toda la inversión en capital riesgo, y solo el 15% de quienes firman los cheques de capital riesgo son mujeres. Esto muestra que, en los últimos 20 años, las mujeres han ido ganando un rol paritario frente a los hombres al momento de crear negocios, pero en términos de financiación y por tanto, de creación de negocios de mayor crecimiento, aún queda camino por recorrer.

### **¿Cuáles creen que son las principales barreras y obstáculos a los que se enfrentan autónomas/ emprendedoras?**

**E. P. M.-** Si bien este factor puede tener una visión multifactorial, uno de los principales elementos es el acceso al capital riesgo. Como mencionamos, de todo el capital riesgo del 2022, solo el 2% fue destinado a impulsar empresas fundadas exclusivamente por mujeres.

Por otro lado, es necesario seguir fomentando los espacios de encuentro y networking entre mujeres y en sus sectores de actividad. Acompañando de acciones que permitan una mayor conciliación familiar para aquellas que deben ejercer acciones de cuidados.

 *En los últimos 20 años, las mujeres han ido ganando un rol paritario frente a los hombres al momento de crear negocios, pero en términos de financiación y por tanto, de creación de negocios de mayor crecimiento, aún queda camino por recorrer*



**Desde esta institución, ¿Consideran que las motivaciones para emprender varían entre mujeres y hombres?**

**E. P. M.-** Desde los servicios de emprendimiento, hemos notado una evolución en la tipología de empresa que se crea por parte de las mujeres, donde la figura de autónoma disminuye significativamente. Esto indicaría que las motivaciones también varían y podrían tender a un incremento en el emprendimiento por oportunidad.

**Según la Cámara de Madrid, ¿Cuál es el estado de las ayudas en la CCAA?**

**¿Consideran que esta comunidad posee más ayudas que el resto de las autonomías o que, al menos, cada vez es más fácil para las emprendedoras lanzarse a la aventura empresarial?**

**E. P. M.-** La Comunidad de Madrid ofrece una variedad de ayudas y subvenciones para apoyar a emprendedores. Estos programas incluyen apoyo en la búsqueda de financiación (Avalmadrid), asesoramiento y capacitación para facilitar el desarrollo y crecimiento de nuevos negocios.

Desde la Comunidad de Madrid se apoya el emprendimiento en general de personas desempleadas que necesiten financiar parte de la inversión inicial en su negocio, así como con el pago único de la prestación contributiva por desempleo. Además, nuevos autónomos se benefician de ayudas como la tarifa CERO y el apoyo para el abono de cuotas de la Seguridad Social tras capitalizar dicha prestación por desempleo.

El ecosistema emprendedor de la Comunidad de Madrid se fortalece también con una serie de ayudas y subvenciones dirigidas a autónomos y empresas de la economía social. Estas medidas buscan fomentar la innovación, la responsabilidad social empresarial (RSE), y mejorar la conciliación laboral y familiar. Igualmente, se promueve la iniciativa

## Barreras

- **Menor acceso al capital de riesgo:** de todo el capital riesgo del 2022, solo el 2% fue destinado a impulsar empresas fundadas exclusivamente por mujeres
- **Estereotipos** que provocan que las entidades concedan menos créditos a las mujeres

## Propuestas

- **Fomentar espacio de encuentro y networking** entre mujeres y en sus sectores de actividad
- **Acciones que permitan una mayor conciliación familiar** para aquellas que deben ejercer acciones de cuidados

empresarial con programas específicos de apoyo y financiación en determinados sectores como industria, turismo y pymes comerciales y artesanas.

Además, para mejorar la competitividad empresarial de las empresas madrileñas, ofrece ayudas e incentivos destinados a la creación y mantenimiento del empleo.

En cuanto a otras Comunidades Autónomas, conocemos que se aprueban ayudas similares para la promoción autoempleo y creación de empresas (nuevos autónomos, tarifa cero etc.) pero algunas son puntuales y otras con un corto plazo de convocatoria. En general, tenemos el convencimiento de que Madrid es una de las ciudades españolas más atractivas para abrir un negocio. Esto no solo es por ser la capital del país, sino también por su dinamismo económico y empresarial y tener un gran flujo turístico, por lo que pensamos que nuestra Comunidad ofrece un enorme potencial de mercado.

**¿De qué manera apoya o fomenta la Cámara de Madrid el emprendimiento femenino?**

**E. P. M.-** Todos los programas desarrollados por los servicios de emprendimiento en la Cámara de Madrid, se diseñan y ejecutan con perspectiva de sexo. En consecuencia, desde el diseño de los programas y servicios disminuyen los elementos que incrementan las brechas entre mujeres y hombres.

De forma sintetizada, los servicios de



emprendimiento dan soporte a emprendedoras y emprendedores, en las etapas de creación, impulso y consolidación de sus negocios. Para esto contamos con programas donde:

- Brindamos información y asesoramiento de inicio de actividad.
- Realizamos -de forma gratuita- los trámites para el alta de una empresa (PAE).
- Brindamos capacitación general para emprender, y capacitaciones específicas en sectores de actividad específicos, como es el caso del programa SALE UP para la promoción del emprendimiento en el sector del retail.
- También apoyamos la búsqueda de fuentes de financiación y ayudamos a tramitar microcréditos de hasta 30.000€ de MicroBank.
- Contamos con programas de incubación para la validación de MVPs y programas de aceleración en ventas para startups.

Desde el año 2016, también contamos con un programa EPRENDEDORAS, una iniciativa financiada por el Fondo Social Europeo, el Instituto de la Mujer y el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, que brinda asesoramiento específico para mujeres que quieran emprender. Gracias a este programa, contamos con una técnica específica para la atención de mujeres que da soporte para el análisis de los negocios, acceso a la financiación y realización de trámites necesarios para la creación de los negocios.

Desde el año 2016, se han atendido una media de 2.450 mujeres y facilitado la solicitud de más de 1.250.000€ en financiación a través de los créditos de Microbank.

También A través de Cámara Madrid LAB, se diseñan programas que fomentan la conexión entre las startups, la inversión y las pymes. Para la empresa, ayudamos a trazar estrategias y a conectar el negocio con nuevas oportunidades.

**¿La Cámara de Madrid tiene manera de saber si las autónomas/empresarias invierten lo mismo que los hombres en sus negocios?**

**E. P. M.-** Contamos con información de solicitudes de microcréditos a través de nuestro

servicio, pero no podríamos confirmar los niveles de inversión de los negocios en la vida de sus negocios.

**¿Y en cuanto a la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres a la hora de acceder a financiación?**

**E. P. M.-** A la hora de buscar financiación, detectamos que hay una diferencia potencial a la hora de solicitar financiación y es que las pequeñas empresas lideradas por mujeres experimenten mayores dificultades que las dirigidas por hombres. Esto se debe a la existencia de estereotipos que causarían que las entidades de crédito estuvieran dispuestas a conceder menos créditos a las emprendedoras. En cualquier caso, observamos que las empresas lideradas por mujeres experimentan un menor acceso al crédito, lo que tiene consecuencias negativas para el desarrollo de sus proyectos empresariales.

Como ya mencionamos, cuando hablamos de capital de riesgo, menos del 2% se destina a empresas lideradas de forma exclusiva por mujeres.

 *Madrid es una de las ciudades españolas más atractivas para abrir un negocio. Esto no solo es por ser la capital del país, sino también por su dinamismo económico y empresarial y tener un gran flujo turístico*

**En esta misma línea, ¿En qué sectores es mayor la presencia de autónomas/emprendedoras y en cuáles sería importante una mayor presencia?**

**E. P. M.-** Desde la Cámara de Madrid observamos en los últimos años una fuerte transformación de los sectores de actividad, donde las mujeres están ganando presencia en sectores tradicionalmente asociados con la figura masculina como logística, industria, tecnología, etc. Sin embargo, hasta la fecha, la tendencia se mantiene y observamos mayores niveles de iniciativas en los sectores de



asistencia, educación, comercio, restauración y servicios asistenciales y personales.

### ¿Qué tipos de formación ofrecen a autónomas y empresarias?

**E. P. M.-** Además de los programas ya mencionados, donde se realizan capacitaciones para emprender en sectores específicos y capacitaciones de carácter genérico para emprender, desde la Escuela de Negocios de la Cámara de Comercio, se brinda formación específica para promover el crecimiento empresarial de las mujeres a través del programa:

- Mujer y Liderazgo
- Empresarias líderes 360°

Por último, comentar que también contamos con un servicio específico que promueve la Igualdad y corresponsabilidad en las empresas, brindando asesoramiento y capacitación a las pymes y sus equipos.

### ¿En qué sectores emprenden las mujeres?

Desde la Cámara de Madrid en los últimos años han observado una mayor presencia femenina en:

- Logística
- Industria
- Tecnología, etc.

Sin embargo, la tendencia se mantiene y observan mayores niveles de iniciativas en los sectores de:

- Asistencia
- Educación
- Comercio
- Restauración
- Servicios asistenciales y personales



## Laura Baena

### Presidenta 'Yo No Renuncio'

La Asociación 'Yo No Renuncio', fundada por el Club de Malasmadres, trabaja para visibilizar y combatir la desigualdad en el ámbito laboral, promoviendo la conciliación y apoyando a las madres trabajadoras.

**Como presidenta de la Asociación 'Yo No Renuncio', ¿Cuál es su percepción acerca de cómo evoluciona el emprendimiento femenino en esta segunda década del siglo XXI?**

**Laura Baena (L.B.)-** El tema que más me preocupa desde nuestra organización es “el emprendimiento por necesidad” que hacemos las mujeres cuando llega la maternidad o cuando estamos pensando en ella. El sistema laboral está expulsando a las madres. No existe apoyo público y social, no hay reconocimiento y esto nos empuja a muchas mujeres madres a renunciar. Llegamos, como digo, a un emprendimiento por necesidad y no por talento. Nos convertimos en madres autónomas, perdiendo derechos como madres. Las políticas públicas que se aprueban, insuficientes, no tienen en cuenta este régimen laboral y entramos en una carrera imposible por conciliar nuestra vida personal, familiar y laboral. Tenemos que trabajar por un modelo que reconozca a las madres autónomas, a las madres que generan negocio y emprenden, muchas generando empleo para otras personas, acompañarlas y dotarlas de herramientas y recursos. La soledad de la emprendedora es una realidad incontestable que impacta muchísimo en la salud mental. La presión se hace muchas veces insostenible y llega la renuncia al proyecto.

**¿Cuáles son las principales barreras y obstáculos a las que se enfrentan autónomas / emprendedoras?**

- La falta de acompañamiento: emprender es una carrera de fondo, llena de incertidumbre y retos. No hay disponible asesoramiento de calidad.

- La falta de red. Una red potente para hacer equipo.
- La falta de corresponsabilidad. Muchas mujeres emprendedoras no cuentan con la pareja, si la tienen, que les apoye y que comparta los cuidados y tareas doméstico-familiares.
- La complicada burocracia a la hora de acceder a ayudas y subvenciones. Muchas veces no se accede a estas ayudas porque los procesos son muy complicados, suponen costes para la organización y un trabajo ingente administrativo que la mayoría de las emprendedoras no puede sostener.
- La falta de recursos. Necesitamos más apoyo a la hora de abrir un local, a la hora de exportar, internacionalizar nuestros negocios, etc.
- La falta de derechos cuando somos madres.
- La competencia imposible con las grandes corporaciones que se están cargando los pequeños negocios.
- Los altos costes de producción cuando quieres ser una marca, por ejemplo, sostenible, de proximidad y compites con grandes empresas que producen en China, sin cumplir con los procesos éticos de sostenibilidad y humanidad.
- La falta de reconocimiento social y familiar. Muchas no encuentran los apoyos necesarios en su círculo más cercano y esto es un obstáculo más.

**Al hilo de la pregunta anterior, ¿Cree que contribuye el creciente empoderamiento femenino a que las mujeres muestren sus fortalezas?**



**L.B.-** Por supuesto que la incorporación de las mujeres al mercado laboral, la existencia de referentes en el emprendimiento ayuda y mucho. A mí me han inspirado grandes mujeres a sentir que es posible. Pero hay que tener cuidado con mensajes peligrosos como “si quieras, puedes” porque sin los apoyos y recursos que comentaba anteriormente no es posible. Muchas mujeres emprenden con apoyo económico familiar, por ejemplo, pero muchas otras contracorriente emprenden sin ese soporte, además de encontrarse en un terreno de gran competitividad, donde además cuando creces encuentras barreras como la desigualdad entre mujeres y hombres. Los datos lo dejan claro, el emprendimiento de la mujer acaba antes, los proyectos mueren antes y reciben infinitamente menos inversión. Pero, por supuesto, las mujeres vamos ganando en autoestima y en poder de decisión.

#### **¿Considera que las motivaciones para emprender varían entre mujeres y hombres?**

**L.B.-** Sí, sobre todo en lo que hemos analizado respecto a la maternidad. Los hombres están más enfocados en el negocio cuando las mujeres piensan también en la conciliación, en vivir mejor, ser dueñas de su tiempo y poder organizarse mejor. Yo siempre digo que lo mejor de emprender para una madre es poder tener flexibilidad laboral y ser dueña de tu tiempo, a costa de horas de sueño y de vivir un poco en el caos, sobre todo los primeros años. ¿Crees que muchos hombres están pensando que si emprenden podrán estar más presentes en la vida de sus hijos o hijas? Haberlos haylos, claro está, pero pocos son. Las mujeres cargamos con la mochila del cuidado, con el rol de cuidadora, mientras ellos son los proveedores, los conquistadores, los que descubren y llegan a la luna. ¿Acaso nosotras no podemos? Claro que sí, pero necesitamos cambiar los roles y que toda la sociedad se implique. Faltan referentes. Una cosa que me da mucha rabia es la falta de lecturas de emprendimiento desde la mirada femenina. “Serás el líder que quieras ser”, “El líder que no tenía cargo”, hay mucho escrito sobre

emprender, pero la mayoría con una mirada masculina del líder que debemos ser. Es necesario incluir la perspectiva feminista, que no es solo propia de las mujeres sino también de los hombres, para incluir valores tan necesarios en el emprendimiento como la empatía, la conciliación, la familia, el ejemplo, el hacer equipo... Que ya está comprobado que mejora la productividad.

#### **¿Considera que en Madrid hay más ayudas que en el resto de las autonomías o que, al menos, cada vez es más fácil para las emprendedoras lanzarse a la aventura empresarial?**

**L.B.-** En Madrid es más fácil al inicio porque existe mayor desarrollo económico, más oportunidades de negocio, muchas más iniciativas donde poder coincidir, crear red, propuestas de reconocimiento social. Yo tengo clarísimo que sin el impulso de Madrid no hubiera quizás conseguido mantener mi proyecto en el tiempo. La pandemia ha ayudado mucho a poder hacerlo desde cualquier lugar y es estupendo. Pero estamos asistiendo a una fuerza empresarial que nos devuelve al presencialismo que no favorece al emprendimiento. La emprendedora puede crear desde cualquier lugar y eso no podemos perderlo, hay que potenciarlo porque es parte del éxito personal de las que emprendemos.

### **Principales barreras:**

- Falta de acompañamiento
- Carencia de red
- No existe corresponsabilidad
- Complicada burocracia
- Escasez de recursos
- Carencia de derechos con la llegada de la maternidad
- Competencia imposible con las grandes corporaciones
- Altos costes de producción
- Ausencia de reconocimiento social y familiar



Pero a la vez Madrid gira muy rápido y puede arrastrarte. Antes de emprender hay que pensar bien, valorar bien qué vamos a hacer y un trabajo previo que necesita de ayudas reales que no existen o no son suficientes.

### **¿De qué manera apoya o fomenta su asociación el emprendimiento femenino?**

**L.B.-** Hemos hecho distintas acciones para “Malasmadres emprendedoras” para inspirarlas y darles herramientas, por ejemplo, con la oficina española del Parlamento Europeo. Además, damos visibilidad a pequeñas marcas, colaboramos con ellas e intentamos que en nuestros eventos y proyectos sean parte. Para crear red y apoyarnos. En nuestros eventos se conocen y de ellos han salido a veces hasta ideas de negocio. Para ellas lo más valioso es compartir y no sentirse solas.

### **¿Qué medidas cree que se podrían tomar desde la administración para potenciarlo?**

- Crear una red potente que nos conecte, con mentoras que podamos acompañar, formar e inspirar. Esto sería maravilloso.
- Ayudas económicas al inicio y seguridad financiera.
- Cuotas de autónomas graduales.
- Apoyo a las madres autónomas.
- Más formación en las distintas fases del emprendimiento, pero no desde la teoría sino desde la práctica.
- Espacio de cuidado para las madres autónomas y para sus familias.

### **¿Cómo pueden gestionar las mujeres empresarias el equilibrio de la vida profesional y personal, sobre todo tras la maternidad o cuidado de personas dependientes? ¿De qué manera ayudan en ‘Yo No Renuncio’?**

**L.B.-** Desde la Asociación hacemos talleres y compartimos información de calidad para inspirarlas y acompañarlas, para mejorar su currículum, para hacer red y para comenzar el camino. El equilibrio necesita de equipo, dentro y fuera de casa, de hacer red, de rodearte de personas, proveedores, clientes que suman y

creen en el proyecto, de conectar y estar en constante formación. Y de tomar decisiones, donde hay una clave imprescindible: el autocuidado. Tú eres el mayor valor de tu proyecto. No se nos habla de esto y muchas emprendedoras ven como sufre su salud mental para sacar adelante sus negocios. Hay que trabajar duro, pero hacer un plan de negocio realista, estable y que tenga durabilidad.

### **Sugerencias para la administración desde ‘Yo no renuncio’**

“En Madrid es más fácil al inicio porque existe mayor desarrollo económico, más oportunidades de negocio...”. Para mejorarlo, proponen:

- Crear una red potente que nos conecte, con mentoras que podamos acompañar, formar e inspirar. Esto sería maravilloso.
- Ayudas económicas al inicio y seguridad financiera.
- Cuotas de autónomas graduales.
- Apoyo a las madres autónomas.
- Más formación en las distintas fases del emprendimiento, pero no desde la teoría sino desde la práctica.
- Espacio de cuidado para las madres autónomas y para sus familias.

### **Desde ‘Yo No Renuncio’, ¿Ofrecen algún tipo de formación o acompañamiento que ayude a las mujeres emprendedoras?**

**L.B.-** A nuestras socias les damos acceso ilimitado a nuestros servicios:

- El teléfono amarillo de la conciliación, asesoramiento legal de conciliación.
- El servicio psicológico yo me cuido, para cuidar su salud mental.
- Además estamos desarrollando una APP para estar más conectadas
- Y tenemos talleres de interés en [yonorenuncio.com](http://yonorenuncio.com)



## Carolina Barceló

### Fundadora de 'CUiiCO Tools'

Carolina Barceló, fundadora de Cuiico, es una emprendedora que, tras una carrera en comunicación, creó una spin-off en plena pandemia para digitalizar el comercio y la restauración en Madrid. Su empresa, CUiiCO Tools, ofrece soluciones SaaS (Software como Servicio) para mejorar la gestión digital en estos sectores, abordando los retos que enfrentan en su transformación tecnológica.

**Aunque ya hablamos de las barreras y dificultades en el Focus Group del pasado mes de junio, cite, por favor, las que le parezcan más importantes.**

**Carolina Barceló (C.B.)-** El principal obstáculo es el acceso a la financiación. Aunque está comprobado que las empresas lideradas por mujeres obtienen mejores resultados, las startups solo tienen acceso al 2% de las ayudas. A esto se une el hecho de que es un sector masculinizado y, por tanto, es más difícil para la mujer tener visibilidad.

**¿Cómo se podría mejorar ese acceso a la financiación?**

**C.B.-** Se puede conseguir a través de iniciativas diversas. Es evidente que los fondos de inversión gestionados por mujeres tienen ese “sesgo” que los lleva a facilitar el emprendimiento femenino. Desde la Administración, se podría canalizar líneas de ayuda a través de fondos reinvertibles que tengan el compromiso de invertir las ganancias en nuevos proyectos de emprendimiento femenino.

Por otra parte, hace falta una mayor comunidad de apoyo al emprendimiento femenino.

Colaboro con Female Startups Lider, asociación de fundadoras de startups innovadoras de habla hispana cuyo objetivo es contribuir a dar visibilidad a referentes femeninos en el ecosistema emprendedor.

**QQ** *Tenemos un gran trabajo por delante para que la aportación de la mujer al crecimiento y desarrollo sea mucho mayor*

**¿Cuáles son los principales fondos con presencia de la mujer?**

**C.B.-** Sin ánimo de ser exhaustiva, quiero destacar la aportación de WA4steam y Fides Capital. Las emprendedoras necesitan financiación para moverse no solo en sectores emergentes como las energías renovables o la inteligencia artificial, si no para poder contribuir de forma más decidida al crecimiento económico de España.

**Para la mujer es más complicado gestionar la conciliación entre el trabajo y la familia.**

**¿Existe una edad ideal para emprender?**

**C.B.-** No, hay que lanzarse cuando surja la oportunidad. Yo lancé Cuiico con 28 años, pero soy agnóstica respecto a la edad más adecuada. No obstante, es cierto que, por ejemplo, en el caso de una de las principales multinacionales españolas, a pesar de que hay igualdad de oportunidades, hay una franja de liderazgo de mujeres de 35 a 45 años, cuando tienen que atender a los hijos y detallar a sus maridos “cómo” les pueden ayudar. Por eso, es necesario un cambio estructural que hay que abordar desde la base a través de la formación y esto no es responsabilidad de empresas y administración. El hombre no debería preguntar a la mujer cómo puede ayudarle con las tareas domésticas, ni esperar a que sea ella quien le dé la lista de la compra o le recuerde que hay que recoger a los niños del colegio...

**¿Qué empresas creadas por mujeres le vienen a la cabeza?**

**C.B.-** Aunque hay muchas, se me vienen a la



cabeza Hola Luz y GOI... La ayuda que necesitan las mujeres va más allá del cheque. La administración pública debería invertir más en formación y visibilidad para que aumente de forma significativa el número de referentes femeninos en el área del emprendimiento.

### Barreras:

- Acceso a la financiación dificultado por los sesgos de los fondos de inversión
- Falta de visibilidad femenina en sectores masculinizados

 *Las emprendedoras necesitan financiación para moverse no solo en sectores emergentes como las energías renovables o la inteligencia artificial, si no para poder contribuir de forma más decidida al crecimiento económico de España*

A través de la Dirección General de Cultura, por ejemplo, el Gobierno lanzó un proyecto orientado a artistas para enseñarles y ayudarles a gestionar sus proyectos. Esta iniciativa es trasladable al mundo tecnológico: la Comunidad de Madrid podría organizar iniciativas formativas para cubrir las carencias de las emprendedoras en áreas concretas como Recursos Humanos, Marketing, financiación. Los cursos de formación para el empleo se quedan cortos.

**Finalmente, ¿en qué área cree que podría trabajar la Comunidad de Madrid para favorecer el emprendimiento femenino?**

C.B.- Es difícil elegir, pero yo apuesto por la creación de un Consejo Asesor de emprendedoras, no remunerado, que se reúna o dos veces al año con la administración para ver cómo va la actividad emprendedora femenina, con el reto claro de crear nuevas iniciativas. Tenemos un gran trabajo por delante para que la aportación de la mujer al crecimiento y desarrollo sea mucho mayor.

### Sugerencias para la administración

- Canalizar líneas de ayudas a través de fondos reivertibles
- Mayor comunidad de apoyo al emprendimiento femenino
- Difundir las ayudas existentes
- Invertir en formación y visibilidad para que aumente el número de referentes femeninos en emprendimiento
- Creación de un Consejo Asesor de emprendedoras no remunerado, que se reúna o dos veces al año con la administración para ver cómo va la actividad emprendedora femenina, con el reto claro de actividad nuevas iniciativas



## 6.3 Directorio

Institución	Descripción	Email	Teléfono
<u>Asociación Española de Business Angels (AEBAN)</u>	Asociación que fomenta la inversión privada en startups a través de redes de business angels.	info@aeban.es verticales@aeban.es	617 924 067
<u>Área de Autónomos</u>	Espacio dedicado a los servicios y recursos para trabajadores autónomos en España.		91 420 77 07
<u>Asociación de Jóvenes Empresarios AJE Madrid</u>	Asociación que fomenta la inversión privada en startups a través de redes de business angels.	info@ajemadrid.es marketing@ajemadrid.es	91 364 10 55
<u>Asociación Española de Franquicias</u>	Agrupa a empresas franquiciadoras y fomenta el sistema de franquicias en España.	direccion@aefranquicia.es administracion@aefranquicia.es	91 461 22 26
<u>Asociación Española de Mujeres Empresarias ASEME</u>	Apoya el emprendimiento y liderazgo empresarial femenino en España.	unete@aseme.es atencionasociadas@aseme.es	911 547 400
<u>Ayuntamiento de Madrid</u>	Madrid Emprende tiene diferentes ayudas para desarrollar una empresa y para las ya creadas.		
<u>Business Angels (IESE)</u>	Red de inversores vinculada a IESE que apoya startups innovadoras.		91 211 30 00



Institución	Descripción	Email	Teléfono
<u>Cámara de Comercio de Madrid</u>	Institución que apoya el comercio y desarrollo empresarial en Madrid.	camara@camaramadrid.es	91 538 35 00
<u>Camerdata</u>	Proporciona bases de datos y servicios de información comercial en España.	informacion@camerdata.es	
<u>CEIM Confederación Empresarial de Madrid-CEOE</u>	Agrupa y representa a empresarios de Madrid, promoviendo el desarrollo empresarial y económico.	Info@ceaje.es	914 350 905
<u>Consejería De Economía, Hacienda y Empleo</u>	Departamento regional que gestiona políticas económicas, fiscales y laborales.	prensa.hacienda@madrid.org	91 420 82 33
<u>Emprendedores</u>	Publicación que ofrece recursos, consejos y noticias sobre emprendimiento y startups.	info@emprendedores.es	648 29 08 85
<u>Federación Española de Mujeres Directivas y Empresarias (FEDEPE)</u>	Promueve la igualdad y el liderazgo femenino en el ámbito empresarial.	secretaria@mujeresfedepe.com	91 436 18 96
<u>Franquicia Directa</u>	Portal que pone en contacto a franquiciadores y posibles franquiciados	info@franquiciadirecta.com	91 198 83 87



Institución	Descripción	Email	Teléfono
<u>Franquicias hoy</u>	Plataforma online dedicada a la difusión de franquicias y asesoramiento para futuros franquiciados.	info@franquiciashoy.es comunicacion@franquiciashoy.es	911 592 106
<u>Fundación más humano</u>	Promueve la humanización del entorno laboral y el bienestar de los trabajadores en las empresas.	impulsodigital@mashumano.org	
<u>Fundación para el Conocimiento Madrid+d</u>	Fomenta la innovación, el emprendimiento y el desarrollo científico-tecnológico en la Comunidad de Madrid.	oficina.emprededores@madrimasd.org	917 816 570 649 706 437
<u>Global Entrepreneurship Monitor (GEM)</u>	Estudios que miden la actividad emprendedora y el entorno para el emprendimiento.	contacto@gem-acede2024.com	
<u>Instituto Nacional de Estadística (INE)</u>	Organismo oficial encargado de producir estadísticas y censos nacionales en España.		915 839 363
<u>Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM)</u>	Iniciativa que impulsa el emprendimiento femenino a través de orientación y apoyo financiero.	camara@camaramadrid.es	915 383 500
<u>Programa desafío mujer rural</u>	Proporciona formación y recursos para mujeres rurales emprendedoras.	desafiomujerrural@inmujeres.es	914 528 552
<u>Registro Mercantil de Madrid</u>	Oficina pública donde se registran los actos legales y financieros de las empresas en Madrid.	madrid.cuentas@registromercantil.org	915 761 200 915 760 117



Institución	Descripción	Email	Teléfono
<u>Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE)</u>	Organismo encargado de gestionar el empleo, formación profesional y prestaciones por desempleo en España.		919 267 970
<u>Women angels for steam (WA4steam)</u>	Red de mujeres inversoras que apoya startups lideradas por mujeres en los campos de ciencia, tecnología, ingeniería, arte y matemáticas.		662 928 229
<u>Yo no renuncio</u>	Iniciativa de la que lucha por la conciliación laboral y familiar, apoyando a mujeres que enfrentan dificultades para equilibrar ambos ámbitos.	hola@yonorenuncio.com empresas@yonorenuncio.com	
<u>Comisión de Igualdad de CEIM</u>	Se interesa por la configuración de políticas de empleo que favorezcan la igualdad y la introducción voluntaria de medidas de flexibilidad y conciliación	mcruzmarino@ceim.es	914 115 317
<u>Coworking para mujeres en Tres Cantos</u>	El networking, la sinergia y la colaboración entre los miembros del coworking, motiva, abre nuevas oportunidades de negocio y promueve la compañía que tanta falta nos hace a las emprendedoras en sus inicios.	hola@coworking3c.es	911 401 904



Institución	Descripción	Email	Teléfono
<u>Madrid emprende</u>	Portal de apoyo al emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid	emprendedores@madrid.es	
<u>Premio emprendedoras</u>	Iniciativa del Ayto. de Madrid para contribuir al reconocimiento de proyectos originales, creativos e innovadores liderados por mujeres		
<u>Womenalia</u>	Empresa de impacto social española con más de 8 años de experiencia, que se dedica al desarrollo profesional y empoderamiento de las mujeres	info@womenalia.com	914 112 542
<u>Declarando</u>	Red de información fiscal al emprendimiento femenino	hola@declarando.es	914 112 542



## 6.4 Iniciativas para mujeres emprendedoras

### 6.4.a Qué ofrece la Comunidad de Madrid

Es posible acceder a toda la oferta gratuita de formación profesional para el empleo de la Comunidad de Madrid a través de un buscador público de cursos. Esta sencilla herramienta proporciona información sobre la oferta disponible, permitiendo realizar la búsqueda mediante uno o varios criterios. Esta formación gratuita se imparte en colaboración con la administración central - SEPE (Servicio Público de Empleo Estatal, dependiente del Ministerio de Trabajo y Economía Social) - y el Ministerio de Educación y Formación Profesional - y local, además de otras instituciones. Hay cursos tanto para desempleados como para personas ocupadas.

En la página web es posible consultar otras iniciativas que contribuyen al desarrollo de una empresa, como las siguientes:

- Asesoramiento y formación.
- Ayudas y financiación.
- Espacios e Infraestructuras.

### 6.4.b Ayuntamiento de Madrid

Madrid Emprende ofrece ayuda en la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras. Tiene una amplia batería de ayudas para montar una empresa y para aquellas ya creadas.

Existen, además otros canales de apoyo que desconocen muchas de las emprendedoras que han colaborado en la elaboración de este informe: viveros de empresas, servicio de coworking gratuito, foros de inversión...

El Premio Emprendedoras es una de las líneas de reconocimiento del Ayuntamiento de Madrid al trabajo de las mujeres emprendedoras, con la finalidad de promover, fomentar, apoyar, impulsar y motivar la capacidad emprendedora de las mujeres. También sería aconsejable listar todas las iniciativas de este tipo y darles mayor visibilidad.

### 6.4.c Ayuntamientos locales

Hemos elegido algunos ejemplos de 2024 ante la imposibilidad de recopilar todas las iniciativas:

- Ayuntamiento de Arroyomolinos: Taller de Emprendimiento Femenino, a través de la Concejalía de la Mujer y la mancomunidad de servicios del suroeste.
- Ayuntamiento de Collado Villalba: Acciones para fomentar el autoempleo y el emprendimiento femenino.
- Ayuntamientos del Corredor del Henares: Curso El Futuro del Emprendimiento Femenino, en colaboración con la Asociación de Empresarios del Henares, en colaboración con la Asociación



de Emprendedores del Henares.

- Ayuntamiento de Humanes: Taller Apoyo al Emprendimiento Femenino, organizado por la Concejalía de la Mujer en colaboración con la Comunidad de Madrid y el Fondo Social Europeo.
- Ayuntamiento de Torrelodones: Galapagar ofrece un curso para mujeres de Empleo y Emprendimiento, con la Comunidad de Madrid y mashumano.org.
- Ayuntamiento de Valdemoro: Servicio de apoyo empresarial a mujeres emprendedoras, subvencionado por la Comunidad de Madrid y cofinanciado al 40% por el Fondo Social Europeo Plus (FSE+).

Una vez que se haya mapeado el emprendimiento femenino en la CAM, sería interesante analizar las diferentes iniciativas y ver cuáles podrían ser presenciales y cuáles podrían ser online para cubrir la geografía madrileña por zonas: Norte, Suroeste...

## 6.4.d Cámara de Comercio de Madrid

En este apartado ponemos en valor la actividad que desempeña la Cámara de Comercio de Madrid, institución empresarial nacida hace más de 130 años que forma parte de una red internacional de más 12.000 Cámaras de Comercio presentes en todos los países del mundo, otorgando a tu titulación una validez empresarial internacional.

Trabaja directamente con las empresas ayudándoles a nacer, crecer y salir al exterior. Además analiza los perfiles profesionales que necesitan los diferentes sectores de actividad en colaboración con las administraciones y asociaciones para diseñar programas formativos que se adapten a las demandas reales del mercado.

En el terreno de la formación, destaca el programa de Empresarias Líderes 360, un curso integral de desarrollo personal, profesional y consolidación empresarial, para mujeres que han emprendido antes de 2020 en el municipio de Madrid.

Exponemos algunos cursos de “Experto” que dan respuesta a la demanda formativa de las empresarias:

- Experto en Administración de RR.HH.
- Experto en Análisis Contable y Presupuestario.
- Experto en Contabilidad para Pymes.
- Experto en Desarrollo de negocios online.

Además, la Cámara de Madrid alquila sus instalaciones completamente equipadas a empresas para impartir formación, celebrar reuniones, seminarios, congresos, foros, conferencias, localizaciones para TV, cine y series...

Como colofón a este apartado, se recomienda establecer un Plan de Comunicación Coordinado de todas estas iniciativas para favorecer su divulgación. La existencia de una plataforma para emprendedoras podría ser de gran ayuda, en especial para las mujeres autónomas.



# **CAPÍTULO 7:**

## **Oportunidades y barreras**

- 7.1 Condicionantes externos y prejuicios sociales
- 7.2 Barreras para las emprendedoras activas
- 7.3 Oportunidades y barreras según la edad
- 7.4 Barreras para colectivos de riesgo

# Oportunidades y barreras

Siguiendo el orden de otros capítulos, empezaremos por las oportunidades y barreras en la Comunidad de Madrid y, a continuación, introduciremos diversas variables. En este capítulo se hace más hincapié en las barreras puesto que las oportunidades han quedado referenciadas en el punto 5.3.1 (DAFO) de este informe.

En la Comunidad de Madrid, las empresas cuentan con más infraestructuras y recursos en el entorno rural y el contexto urbano favorece a todos los empresarios la adopción de nuevos desafíos. Aún así, la realidad es que las mujeres emprendedoras se enfrentan a algunas barreras específicas que exponemos a continuación.



# 7.1 Condicionantes externos y prejuicios sociales

Los condicionantes externos y los prejuicios sociales determinan gran parte de las barreras a las que se enfrentan las mujeres emprendedoras y se extienden por toda la geografía, aunque alguno de ellos tiene menor intensidad en el caso de la capital. Aquí exponemos algunos de estos factores:

1. **Prejuicios:** la percepción de que el éxito empresarial es más propio de los hombres puede desmotivar a las mujeres y limitar su acceso a oportunidades y recursos. Ya hemos visto anteriormente que tienen una menor visibilidad y cuentan con menor reconocimiento, lo que suele afectar a su confianza.
1. **Reparto tradicional de roles:** la expectativa de que las mujeres deben priorizar las responsabilidades domésticas sobre sus carreras profesionales es una reminiscencia del pasado que cada vez más parejas saben solucionar. Para que deje de ser una barrera, sería necesario avanzar en el fomento de la corresponsabilidad.
1. **Empresarias "de segunda":** no es cierto que la mujer tenga mayor aversión al riesgo que el hombre. La gestión del riesgo no es una característica inherente a la persona sino que se desarrolla a edad temprana, y suele cultivarse más en los niños que en las niñas.

Estos factores externos no solo afectan a la percepción y las oportunidades de las mujeres, sino que también pueden influir en su autoconfianza y en la manera en que se ven a sí mismas como líderes y emprendedoras.



## 7.2 Barreras para las emprendedoras activas

Durante los cuatro Focus Groups se puso de relieve de forma taxativa que lo que para algunas mujeres son oportunidades, para otras son barreras y que, además, a lo largo de la trayectoria empresarial suele evolucionar la forma de verlas. A estas alturas del informe, ya se ha hablado de muchos de estos temas, pero vamos a tratar de sacar una foto que ilustre las barreras introduciendo nuevos matices.

- **Acceso a financiación:** las mujeres suelen tener más dificultades para acceder a capital y financiación en comparación con los hombres. En el caso de los fondos de inversión, por ejemplo, sólo reciben el 2% del capital para sus proyectos. Además, tienen más dificultades para establecer parámetros económicos para comercializar sus productos y servicios. Hablar de dinero se convierte en una barrera por cuestión de sexo ([Informe Coste de oportunidad de la brecha de género en el emprendimiento innovador](#), publicado por closinggap en mayo de 2024).
- **Discriminación:** los estereotipos y roles pueden limitar las oportunidades y el reconocimiento de las emprendedoras. Esto afecta, sobre todo, a las emprendedoras del baby boom; las nuevas generaciones han crecido y se han formado en un ambiente de igualdad de oportunidades y combaten con eficacia esta discriminación latente.
- **Falta de referentes:** la escasez de modelos a seguir femeninos en el mundo empresarial puede desmotivar a las mujeres a emprender. En este caso, la igualdad de oportunidades no juega a su favor porque en juntas de organismos, eventos, etc., sigue siendo mayor la presencia de los hombres. Como dato anecdótico, en un importante foro celebrado en la Comunidad de Madrid este año, solo había una mujer ponente, a pesar de que las iniciativas que habían presentado las mujeres en la fase previa eran mucho mejores que las de los hombres.
- **Equilibrio entre vida laboral y personal:** las responsabilidades familiares y domésticas suelen recaer más en las mujeres en la primera etapa de la maternidad, por lo que hay que redimensionar el problema a efectos de sensibilización y concentrar parte de las ayudas en lo que puede suponer una barrera real al emprendimiento.
- **Redes de contactos:** las mujeres que han trabajado por cuenta ajena, pueden tener menos contactos por no seguir la corriente de alargar la jornada laboral con reuniones a partir de las 20:00 horas.
- **Educación y formación:** no se fomenta activamente su orientación hacia los estudios STEM.
- **Preferencias profesionales:** Muchas mujeres desarrollan su actividad profesional en el ámbito de los cuidados, la educación, la atención a dependientes... Son sectores muy necesarios y de carácter vocacional pero tienen una relevancia económica inferior a otros en los que los hombres tienen una mayor presencia. Esto frena las inversiones, la capitalización, etc.



- **Autoexigencia:** es un arma de doble filo por varias razones:

- El hecho de ir más despacio puede garantizar que la decisión sea mejor. Muchas consideran que es una fortaleza que les ha permitido ir hacia delante o, sin más, algo para minimizar el miedo a hacer el ridículo por tema de sexo.
- También se interpreta como una actitud de supervivencia para verificar una serie de actitudes que al hombre no se le exigen. El problema, admiten, es cuando esa autoexigencia deriva en perfeccionismo.
- Influyen la generación y el sector a la hora de aplicar capacidades como la negociación.
- En los FG se ha hecho hincapié, sobre todo entre las franquiciadas y startups, acerca del "Síndrome del impostor" debido a la masculinización de algunos sectores. Todavía se ve con recelo que la mujer ambicione el éxito tanto como el hombre y que tenga la misma ambición económica.



# 7.3 Oportunidades y barreras según la edad

Si introducimos la edad en el análisis de las barreras, encontramos algunas diferencias importantes.

## JÓVENES

### OPORTUNIDADES

- **Mayor familiaridad con la tecnología:** suelen estar más al día de las herramientas digitales y las tendencias tecnológicas.
- **Redes sociales:** tienen más facilidad para utilizar las redes sociales y otras plataformas digitales para promocionar sus negocios.
- **Flexibilidad y adaptabilidad:** suelen ser más flexibles y abiertas a nuevas ideas y métodos.

### BARRERAS

- **Experiencia limitada:** pueden carecer de la experiencia y el conocimiento del mercado que tienen las emprendedoras mayores.
- **Credibilidad:** a veces pueden ser subestimadas debido a su juventud.
- **Acceso a financiación:** encuentran más difícil acceder a capital debido a la falta de historial crediticio o experiencia empresarial.

## MAYORES

### OPORTUNIDADES

- **Experiencia y conocimiento:** tienen una mayor comprensión del mercado y más experiencia en la gestión de negocios.
- **Redes de contactos:** suelen tener redes de contactos más amplias y establecidas.
- **Credibilidad:** pueden ser vistas como más confiables y competentes debido a su experiencia

### BARRERAS

- **Adaptación tecnológica:** pueden tener más dificultades para adaptarse a nuevas tecnologías y tendencias digitales.
- **Roles tradicionales:** se enfrentan a mayor presión para cumplir con roles tradicionales, especialmente si tienen responsabilidades familiares.
- **Salud y energía:** algunas disponen de menos energía física y enfrentar problemas de salud que dificultan la gestión de un negocio.



## 7.4 Barreras para colectivos de riesgo

Vamos a introducir una segmentación imprescindible para destacar la situación de un colectivo vulnerable: mujeres mayores de 45 años y aquellas que están en riesgo de exclusión social. Además de la edad, algunas de las barreras citadas anteriormente tienen una mayor incidencia:

- **Brecha digital:** limita su capacidad para aprovechar herramientas tecnológicas y plataformas en línea.
- **Responsabilidades familiares:** a menudo tienen responsabilidades familiares que limitan el tiempo y la energía disponibles para emprender; y carecen de recursos económicos para contratar apoyo.
- **Salud:** pueden enfrentar problemas de salud que dificultan la gestión de un negocio.

En el caso de la discapacidad:

- **Accesibilidad:** las barreras arquitectónicas y de comunicación pueden dificultar el acceso a recursos y oportunidades.
- Se enfrentan una “**triple discriminación**” por ser mujeres, mayores y tener una discapacidad, lo que agrava las dificultades para encontrar empleo y emprender.
- **Brecha digital:** la falta de acceso a tecnologías y formación digital es un obstáculo significativo.
- **Apoyo limitado:** pueden tener menos acceso a redes de apoyo y mentores que entiendan sus necesidades específicas.

Estas barreras no solo limitan las oportunidades de emprendimiento, sino que también afectan la confianza y la capacidad de las mujeres para competir en el mercado.



# **CAPÍTULO 8:**

## **Conclusiones**

# Conclusiones

En primer lugar, es importante poner el valor la iniciativa de la Comunidad de Madrid de llevar a cabo la realización de este estudio para entender cuál es la realidad del ecosistema emprendedor y, dentro de él, las características particulares del emprendimiento femenino. Es la clave para sentar las bases del desarrollo de una estrategia a la red de empresarias, autónomas y emprendedoras de la Comunidad de Madrid y un disparador del empoderamiento femenino en la región.

La información recopilada para la realización de este estudio pone de relieve el papel que ha desempeñado y desempeña la mujer en el tejido empresarial y también cómo ese papel ha sido siempre relegado a un segundo plano. Salvo honrosas excepciones, y casi todas ellas provenientes de la empresa familiar, las mujeres empresarias, emprendedoras y autónomas no aparecen como referente para las futuras generaciones. Reto al lector a citar 5 mujeres empresarias, emprendedoras o autónomas de relevancia. Seguro que le vienen a la cabeza directivas y presidentas de organizaciones, pero ¿empresarias?



**Falta de reconocimiento:** por tanto, la primera conclusión de este estudio es que el emprendimiento femenino no ha obtenido hasta el momento el reconocimiento que merece especialmente, por parte de una sociedad en la que todavía pesan sesgo y prejuicios discriminatorios que identifican las cualidades del empresario con atributos supuestamente masculinos. Y en la que la corresponsabilidad supone un desequilibrio en el reparto de las responsabilidades profesionales y personales para las mujeres.



**El turno de las más jóvenes:** la segunda conclusión es que la generación de mujeres entre 20 y 30 años llegan al emprendimiento con un planteamiento diferente que sus predecesoras. Cuentan con una mejor preparación para desenvolverse en el entorno tecnológico y, sobre todo, se plantean de diferente manera la conciliación. El reverso tenebroso de esta realidad es el impacto en la tasa de natalidad puesto que estas mujeres jóvenes, que quieren triunfar en los negocios, no sienten la necesidad de embarcarse en la aventura de la maternidad.



**El prejuicio del dinero:** hay una tercera conclusión complementaria a las anteriores que nace de la escasa formación financiera que tienen las mujeres en general. La orientación hacia materias sociales desde la escuela, y una cultura social en la que está mal visto que las mujeres hablen de dinero, tiene un fuerte impacto en la cultura empresarial. La capacidad de negociar, el planteamiento de una estrategia de mercado e incluso el cálculo del valor de los productos o servicios realizados por mujeres encuentran una dificultad añadida por la falta de conocimiento técnico por un lado, y debido al sesgo social que frena la autovaloración del trabajo realizado, por otro (*Encuesta de Competencias Financieras*, Banco de España 2023). Las mujeres que se han convertido en *business angels* deberían ser foco de actuación por parte de la Comunidad de Madrid.



**El valor del dato:** la ausencia de datos impide también definir un marco real del impacto que tiene en la economía el emprendimiento femenino. La cuarta conclusión es que, a pesar de que se habla constantemente del empoderamiento femenino y de la necesidad de poner en valor el papel de la mujer profesional, la mayoría de informes y



estudios de reconocidas instituciones públicas o privadas no disponen de información económica por sexo. Los datos de facturación están, y también los referidos a los administradores únicos o no; pero no existe un cruce de datos por sexo que facilite una cifra de negocio que permita establecer el peso específico en el PIB de la actividad emprendedora femenina. Este dato no está para España ni para las C.CAA. Y el Observatorio para el Emprendimiento (GEM), entidad de referencia internacional, no plantea esta cuestión en sus estudios.



**Sesgo de identidad:** la quinta conclusión viene marcada por la tendencia de las mujeres a preferir emprender en sectores relacionados con la educación, la salud o el cuidado, sectores feminizados y considerados durante la pandemia como “relevantes” pero que no lo son tanto desde el punto de vista económico. Es un claro ejemplo del sesgo de identidad, que nos frena a la hora de decidir emprender en ámbitos que están fuera de nuestro espacio de confort. Además, las actividades se centran en ofrecer servicios a clientes directos y es un porcentaje muy reducido el de las mujeres que desarrollan empresas en el ámbito de la extracción, la transformación de materias primas o en el ámbito tecnológico.



**Un grupo reducido, anónimo y disperso:** por último, y como sexta conclusión, el universo de mujeres emprendedoras en la Comunidad de Madrid es muy reducido, está disperso y no está identificado. Hablamos de alrededor de 170.000 mujeres que están dadas de alta como autónomas. Sería necesario identificarlas y trabajar con ellas de una manera más directa. Este trabajo facilitaría la selección de referentes y ayudaría a impulsar el emprendimiento. También sería una oportunidad para localizar, entre las numerosas autónomas, aquellas “unicornios” que necesitan un empujón para llegar a ser empresarias.



# **CAPÍTULO 9:**

## **Propuestas estratégicas para la Comunidad de Madrid**

- 9.1 Aportaciones específicas de los FG
- 9.2 Aportaciones generales de los FG
- 9.3 Top Ten de aportaciones innovadoras de los FG

# Propuestas estratégicas para la Comunidad de Madrid

Nos centraremos en las recomendaciones de elaboración propia proporcionadas en los Focus Group y en las entrevistas focalizadas en la mujer. En el anexo del capítulo 8 se incluyen las recomendaciones de los expertos del Informe Global Entrepreneurship Monitor para la Comunidad de Madrid 2022-2023, que no manejan la variante de sexo.

Durante el proceso de investigación llevado a cabo para este estudio, se ha observado que las recomendaciones del colectivo de autónomas y franquiciadas están alineadas con sus necesidades específicas, por lo que sus propuestas se enfocan casi exclusivamente en su tipo de emprendimiento. En cambio, las empresarias y fundadoras de startups no requieren tanta ayuda y están convencidas de su capacidad para aportar un valor añadido a la Comunidad de Madrid.



# 9.1 Aportaciones específicas de los Focus Group

- Las **autónomas** proponen la creación de una plataforma “oficial” a través de la cual puedan resolver las dudas que se plantean: qué hacer cuando enfermas, cuando tienes que cuidar de un familiar, etc.; también demandan información sobre convocatorias presenciales u online de formación, sesiones de networking...
- Siguiendo con el día a día de su negocio, plantean que el kit digital permita acceder al servicio de un profesional en concreto -por ejemplo: contable, coach, mentor, etc.-; esperan que la administración les aporte lo que han calificado de “ayuda social”, facilitando el networking; y, finalmente proponen una mayor conexión entre la administración autonómica y municipal para facilitar una mayor atención por parte de los ayuntamientos.
- **Autónomas y franquiciadas** abogan por un mayor acompañamiento en el inicio de la actividad, además de un seguimiento en los momentos críticos de los emprendimientos a lo largo de los años; y piden a la CAM que ofrezca asesoramiento sobre las formas jurídicas más adecuadas para cada perfil de emprendimiento. Este trabajo lo hace la Cámara de Comercio de Madrid, entre otras instituciones, pero las emprendedoras lo desconocen.
- Las **emprendedoras de startups** tienen una orientación ad hoc a su negocio y, por eso, señalan la conveniencia de realizar un estudio para mapear la presencia de la mujer en las empresas tecnológicas. Son las únicas que han formulado la necesidad de potenciar la igualdad de oportunidades a nivel educativo para frenar la brecha entre mujeres y hombres en los estudios STEM.



## 9.2 Aportaciones generales de los Focus Group

- **Formación:** es extensa la demanda formativa de cursos focalizados a su actividad, como por ejemplo la enseñanza de aspectos claves de contabilidad y financiación, digitalización de negocios, cursos específicos para las distintas fases del emprendimiento desde la práctica, etc. Han planteado que los cursos de formación para el empleo que imparte el SEPE no cubren sus expectativas y proponen formación acerca de las distintas fases del emprendimiento con una orientación práctica.
- En este terreno, la administración debería poner un mayor **foco en el colectivo de mayores de 45 años y mujeres con riesgo de exclusión:** el emprendimiento y el mundo de las franquicias podrían ser grandes opciones para las mujeres que son expulsadas del mercado laboral, de manera que las ayudaría en lo personal y profesional, teniendo un impacto positivo en la sociedad. En este caso, formación y ayuda económica van de la mano.
- **Conciliación trabajo y familia:** lógicamente, han hecho hincapié en este área porque, hoy por hoy, los planteamientos de las diferentes administraciones resultan poco operativos. Véase la prolongación del permiso por paternidad: cubre 16 semanas cuando nace el hijo/a, pero no afronta el periodo de alrededor de un año y medio en que el embarazo y la maternidad supone una mayor responsabilidad para la mujer y va acompañado de la demanda de mayor flexibilidad.
  - Están orgullosas de ser madres, pero la falta de apoyo institucional genera a muchas de ellas elevados niveles de ansiedad y estrés, que en algunos casos derivan en un problema para la salud mental.
  - Solicitan, en concreto, que todos los cuidados que requiere la conciliación a una mujer -sí, mujeres y hombres son iguales sin renunciar a la diversidad- deberían ser desgravables: reducción cuota autónomo...
  - Y aunque no sea sencillo, quieren hacer frente a la peculiaridad del horario laboral en España, más prolongado que en la mayoría de los países de la Unión Europea. Por eso, reclaman la ampliación horaria de los servicios prestados por hospitales y guarderías públicas y son tajantes: "No pueden seguir teniendo horario de 8 a 15 h".



## 9.3 Top Ten de aportaciones innovadoras de los Focus Group

**1. Feminizar el concepto de “éxito”:** ante el sesgo que tiene el concepto de éxito, considerado como algo propio del hombre, todas las emprendedoras, pero en especial las jóvenes, quieren recibir el reconocimiento social que se da al hombre cuando triunfa. Si manejamos la variable de los sectores más feminizados, hay que trabajar activamente para superar estereotipos como el de que la mujer se desenvuelve mejor en servicios. Otro ejemplo muy aterrizado: si se pone el foco en carreras emergentes como las STEM, es necesario cultivar la vocación tecnológica a una edad temprana. En este punto, es manifiesta la minoría de mujeres referentes para jóvenes y adultas y se plantea apostar por la igualdad de oportunidades, además de reconocerse aún la necesidad de la discriminación positiva.

**2. Ayuda para romper el techo de cemento:** también consideran necesario fomentar el emprendimiento femenino desde la administración, con el objetivo de ayudar a las emprendedoras a superar el miedo y la inseguridad que, en muchos casos, ellas mismas se imponen. A diferencia del techo de cristal, el techo de cemento es una barrera interna que las propias mujeres crean debido a sus dudas y temores. Para superar este obstáculo, es necesario dar visibilidad a mujeres referentes que puedan inspirar a las generaciones más jóvenes y servirles de modelo.

**3 .Representación paritaria en las juntas de asociaciones e instituciones** como CEOE, CEPYME, Cámara de Comercio... para evitar que algunas iniciativas de mujeres terminen convirtiéndose en una especie de gueto.

**4. Networking:** fomentar espacios de encuentro y networking entre mujeres y en sus sectores de actividad. Aunque a simple vista pueda parecer anecdótico, tradicionalmente el hombre ha tenido mayores oportunidades de establecer una red de contactos porque no ha tenido tantas responsabilidades que le obligaran a acortar o evitar las reuniones fuera del horario laboral.

**5. Mentoring:** durante la investigación se ha puesto en valor el hecho de que en Madrid es más fácil emprender porque existe mayor desarrollo económico y más oportunidades de negocio que en otras autonomías. Para mejorarla, proponen crear una red potente de mujeres referentes dispuestas a acompañar, formar e inspirar.

**6. Coaching:** esta recomendación puede parecer generalista pero no lo es por los matices que aportan emprendedoras y asociaciones:

- Coaching directo a lo largo del ciclo de la vida: consideran que fomentar y facilitar la actitud emprendedora es algo que conviene aprender desde la niñez. En este sentido, van surgiendo iniciativas para fomentar el emprendimiento entre estudiantes. A título de ejemplo, se podría plantear a iniciativas como la de la Fundación Junior Achievement España -desde hace más de 20 años, fomenta el emprendimiento, la educación financiera y la orientación laboral de los jóvenes- y la de la Fundación LA Caixa -Programa para el desarrollo de la competencia emprendedora-, que pone un mayor foco en las estudiantes.
- Coaching inverso: esta iniciativa se fraguó en el FG de empresarias, cuando las de mayor edad se percataron del salto generacional y la posibilidad de aprender de las más jóvenes. Esto es algo que hacen ya las empresas -PwC, por ejemplo- para dinamizar el uso de las redes sociales.



7. **Fondos reinvertibles** para canalizar líneas de ayudas que tengan el compromiso de invertir las ganancias en nuevos proyectos de emprendimiento femenino. Se apunta que en los fondos donde es mayor la presencia femenina, tiene lugar la discriminación positiva a favor de la mujer (incluso hay un fondo exclusivo para mujeres WA4Steam).

8. **Comunicación con la administración:** les gustaría que la relación con la Comunidad de Madrid no fuera solo informativa, sino que se abran canales de comunicación en los que puedan participar, aportar ideas y ser escuchadas. Consideran que en general, la Administración mantiene su comunicación siempre con los mismos interlocutores.

9. **Referentes reales:** en general, los referentes en el emprendimiento son masculinos. Los hombres son los que están “diseñados” para alcanzar el éxito y por tanto, cuándo una mujer tiene éxito como empresaria pasa desapercibida. El tejido empresarial español está formado por pymes que generan la mayor parte del empleo. El emprendimiento femenino es una oportunidad para potenciar el valor de la pequeña y mediana empresa creada por mujeres.

10. **Red de ‘business angels’:** algunas empresarias se han convertido también en inversoras pero son invisibles para la sociedad; realizan su labor de manera callada y sería interesante ponerlas en valor y darlas a conocer. El efecto tractor que puede tener dar visibilidad a las *business angels* podría servir de palanca para avanzar en las necesidades de financiación de las empresas creadas por mujeres en la Comunidad de Madrid.

## TOP TEN APORTACIONES INNOVADORAS

- |           |  |   |
|-----------|--|---|
| <b>1</b>  | Feminizar el concepto de éxito                           |    |
| <b>2</b>  | Romper el techo de cemento                               |    |
| <b>3</b>  | Representación paritaria en asociaciones e instituciones |    |
| <b>4</b>  | Networking   |    |
| <b>5</b>  | Mentoring  |  |
| <b>6</b>  | Coaching   |  |
| <b>7</b>  | Fondos reinvertibles                                     |  |
| <b>8</b>  | Comunicación con la administración                       |  |
| <b>9</b>  | Referentes reales  |  |
| <b>10</b> | Red de business angels                                   |  |



# **CAPÍTULO 10:**

## **Listado de referencias**

- 10.1 Siglas utilizadas
- 10.2 Bibliografía sobre emprendimiento femenino
- 10.3 Contactos de entidades públicas y privadas que proporcionan servicios/soporte a eres emprendedoras.
- 10.4 Entidades donde trabajan o colaboran las personas entrevistadas y participantes en los FG

# Listado de referencias

## 10.1 Principales siglas utilizadas

AEBAN: Asociación Española de Business Angels

AEDEF: Asociación del Franquiciado.

AEF: Asociación Española de Franquicias

AJE, Asociación de Jóvenes Empresarios

ASEME: Asociación Española de Mujeres Directivas

ATA: Asociación de Trabajadores Autónomos

CAMERDATA: Iniciativa creada por las Cámaras de Comercio de España.

CEOE: Confederación Española de Organizaciones Empresariales

CEIM: Confederación Empresarial de Madrid

CEPYME: Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa

EOI: Escuela de Organización Industrial

EPA: Encuesta de Población Activa

FEDEPE: Federación Española de Mujeres Directivas y Empresarias

GEM: Global entrepreneurship monitor

GERA: Global Entrepreneurship Research Association

ICEX: ICEX España Exportación e Inversión

INE: Instituto Nacional de Estadística

RETA: Régimen Especial de Trabajadores Autónomos

STEM: acrónimo en inglés que hace referencia a Science, Technology, Engineering and Mathematics (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas)

WA4Steam: Women angel for Steam

WEF: World Economic Forum.



## 10.2 Bibliografía sobre emprendimiento

Barómetro III sobre un entorno híbrido de trabajo, FEDEPE.

DANA+ 2020-2023: Programa de empoderamiento de mujeres para el empleo, Ministerio de Trabajo y Economía Social.

Coste de oportunidad de la brecha de género en el emprendimiento innovador, Clonsing GAp 2024.

El rol de la mujer en la empresa española 2024. Las cuentas anuales al servicio de la información de género, Registradores de España.

Emprendimiento con perspectiva de género 2024, Observatorio de Igualdad y Empleo.

Encuesta de Competencias Financieras 2021, Banco de España 2023.

Estrategia Nacional para el Empleo Autónomo 2022-2027 (ENDITA), Ministerio de Trabajo y Economía Social.

GEM 2022/23 Women's Entrepreneurship Report: Challenging Bias and Stereotypes, Global Entrepreneurship Research Association (GERA).

Global Gender Gap 2024, World Economic Forum-

Informe Business Angel 2024: La inversión en startups, actividades y tendencias, AEBAN.

Igualdad Informe 2022-2023 global entrepreneurship monitor (GEM) para la Comunidad de Madrid, Fundación Universidad Autónoma y la Comunidad de Madrid, entre otras.

Informe 23-24 España, RED GEM España y el Observatorio y el Observatorio del Emprendimiento.

Informe sobre la Brecha Global de Género 2024, World Economic Forum.

Informe Mujer Autónoma 2023, ATA.

Informe Nacional Empresas Tech-2024, El Referente y Ministerio de Industria y Turismo.

Presentación del Informe de Startup madri+d, Startup radar madri+d.

Resolución de 24 de mayo de 2023, de la Secretaría de Estado de Empleo y Economía Social, por la que se publica el Acuerdo del Consejo de Ministros de 21 de junio de 2022, por el que se aprueba la Estrategia Nacional de Impulso del Trabajo Autónomo (ENDITA) 2022-2027, Ministerio de Trabajo y Economía Social- BOE nº 130, 1 de junio de 2023, Sección 3, pág 76390.

La Mujer en la Franquicia Española 2023, AEF.

Trabajadoras y trabajadores autónomos, personas físicas en el alta de la Seguridad Social 31 de diciembre de 2023, Ministerio de Trabajo y Economía Social.

Why Women-Owned Startups Are a Better Bet, Boston Consulting Group.



# 10.3 Entidades donde trabajan o colaboran las personas entrevistadas y que han participado en los Focus Group

1. Alexia Acosta, Cámara de Comercio de España, Oficina de Presidencia, Comunicación y Marketing.
2. Angélica Pimentel, Poin.
3. Ana Buladón, presidenta de Fedepe.
4. Ana Lozano, fundadora de Nidus Lab.
5. Ana Riaño, Asociación de Trabajadores Autónomos.
6. Ana Valera, People Analytics.
7. Bárbara Fernández-Revuelta, Subdirectora General de Investigación en Comunidad de Madrid, Fundación para el Conocimiento Madrid.
8. Beatriz Gutiérrez, directora Financiera y negociadora con candidatas a franquiciadas de Alain Afflelou.
9. Beatriz Torrenz, franquiciada de Business Kidss Madrid.
10. Candelaria Carrera, presidenta ATA Extremadura.
11. Carmen Mayorga, empresa de informes sobre cumplimiento normativo.
12. Clara Díez, Formaje.
13. Carmen Muñoz, Wefree.ai
14. Carolina Barceló, fundadora de Cuiico.
15. Cristina Martín, Usyncro.
16. Eduardo Abadía, Asociación Española de la Franquicia (AEF).
17. Eduardo Díaz Sánchez, jefe de Área del Emprendedor de Base Tecnológica de la Fundación para el Conocimiento Madrid.
18. Elena Corzán, directora Corporativa y persona que negocia y forma a sus franquiciadas La Mafia.
19. Elena Méndez, en evolución.
20. Elena Pérez Mancusso, Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Madrid.
21. Enrique García, Fundación para el Conocimiento Madri+d.
22. Eva López Hernández, Asociación Española de la Franquicia.
23. Eva Serrano, vicepresidenta de la Cámara de Comercio de Madrid.
24. Gricell Garrido, presidenta de ASEME.
25. Iria Fernández, franquiciada de D-Uñas Nails & Beauty.
26. Irene Fernández Pinto, Libertia Psicología.
27. José Francisco Arribas, Registro Mercantil.
28. José Luis Belinchon Carmona, Gerente de Innovación Tecnológica, Fundación para el Conocimiento Madrid.
29. Kary De La Puente, Estrateka.
30. Laura Baena, presidenta de Yo no renuncio.
31. Laura Sánchez, Clik Venturing.
32. María Benjumea, Spain Startup South Summit.
33. María José Sánchez González, DG de Autónomos y Emprendimiento, Consejería de Economía, Hacienda y Empleo.



34. María Laura Mosqueda, TechHeroX.
36. Marina Villegas Gracia, directora general de Investigación e Innovación Tecnológica, Fundación para el Conocimiento Madrid.
37. Marisa Lazareno García, franquiciada de Yves Rocher.
38. Marta Puente, fundadora de Bridge 4 Inclusion.
39. Mercedes Díez Menéndez, arquitecta cofundadora de Creas Madrid.
40. Miguel Angoitia Grijalba, director del Departamento de Economía y Hacienda Pública de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) y colaborador del GEM Comunidad de Madrid.
41. Mónica Pérez Hurtado, socia de Experience Ahead.
42. Natalia Fernández, ASEME.
43. Natalia Presas, Talent & PR Manager.
44. Nerea Abad, Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Madrid.
45. Oriana Circelli, WoW Play.
46. Patricia Martín, franquiciada de Serhogar System.
47. Sol Romero, Coaching.
48. Soledad Moro, Directora General de FIRETECNIA PCI.
49. Susana Rodríguez, HGC.
50. Susana Mato Adrover, directora Relaciones Institucionales y RSC Mutua Universal.
51. Tamara Lucas, Marketing Manager, Google for Startups.
52. Vicente Parras, subdirector General de Innovación Tecnológica, Fundación para el Conocimiento Madrid.
53. Yolanda Bueno, departamento de Organización de Empresas de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) y colaboradora del GEM Comunidad de Madrid.
54. Yolanda Gutiérrez, WA4Steam.



# **CAPÍTULO 11:**

## **Anexos**

11.1 Anexo Capítulo 5: Resumen de los FG con autónomas, empresarias, franquiciadas y franquiciadoras y fundadoras de startups

11.2 Anexo Capítulo 8: Selección de recomendaciones para el fomento del emprendimiento sin la variable sexo proporcionadas por los expertos GEM de la Comunidad de Madrid 2022

# Anexos

## 11.1 Anexo Capítulo 5: Resumen de los Focus Group

### 11.1. a Focus Group: Autónomas

Grupo de mujeres con una media de edad de 48,5 años. Todas ellas han trabajado por cuenta ajena antes de ser autónomas y poseen formación superior en ámbitos como la comunicación, el turismo, la psicología, RRHH o ADE.

#### Motivaciones para el emprendimiento

La decisión de abandonar sus puestos en empresas previas fue motivada por diversas razones:

- Falta de conciliación
- Propósito
- Estrés
- Ansiedad
- Falta de motivación o desalineamiento con el pensamiento de la empresa
- Autoexigencia
- Despido

Algunas confiesan que emprender no estaba en sus planes, pero que fue la única salida que vieron para poder gestionar su tiempo.

#### Dificultades

Dentro de este grupo de trabajo, hay mujeres con distintos años de experiencia, que comprenden desde los diez años como autónomas hasta los tres. Entre los problemas o dificultades que se encontraron en sus primeros momentos de emprendimiento destacan:

- Inseguridad; síndrome de la impostora: no verse capaces de lograr sus objetivos y dificultad para poner en valor su trabajo
- Falta de foco: la incertidumbre sobre qué camino seguir llevó a algunas mujeres a diversificar sus proyectos. Sin embargo, en lugar de beneficiarlas, esta estrategia provocó más dudas y dificultó la claridad de visión a largo plazo
- Desconocimiento del sistema de ayudas y recursos disponibles para autónomas

#### Disparadores en mujeres y hombres emprendedores

Las autónomas consideran que los disparadores que motivan a mujeres y hombres a emprender son distintos. Creen que los hombres tienden a centrarse más en el poder y el éxito financiero, mientras que las mujeres priorizan más el propósito, la conciliación, la flexibilidad y el control del tiempo.



También consideran que existe una diferencia marcada en cómo ambos sexos abordan sus metas: los hombres son más prácticos y buscan el orden, mientras que las mujeres tienden a comenzar desde una perspectiva más orientada hacia los demás, buscando cómo pueden contribuir y ayudar.

## Viabilidad

También mencionaron como debilidad de las mujeres en comparación con los hombres la viabilidad económica de sus proyectos. Creen que pueden experimentar dificultades en la negociación del valor de sus trabajos en comparación con los hombres. Se observó que las mujeres tienden a enfocarse más en entusiasmar al cliente y disfrutar de los proyectos, dejando en un segundo plano aspectos clave como la gestión financiera. Dedican mayor tiempo y esfuerzo a la creación de un servicio de alto valor, sin quizás considerar suficientemente la viabilidad financiera. De esta manera, consideran crucial adquirir conocimientos sólidos sobre cómo gestionar un negocio, incluyendo aspectos como tarifas y fechas, antes de lanzarse como autónomas.

Observan que los hombres tienden a priorizar la generación de ingresos como una forma de proveer para la familia, mientras que para las mujeres, el sentido del proyecto y la capacidad de ayudar son aspectos más centrales. Esto sugiere que, para ellas, el dinero es visto como una consecuencia del éxito del proyecto y no como el principal objetivo.

## Fortalezas

A pesar de que encuentran dificultades y diferencias con respecto a los hombres, coinciden en que algunas de las fortalezas como mujeres emprendedoras son la resiliencia, pensar en los demás y la experiencia. Este grupo de mujeres ha emprendido como “segunda carrera laboral”, pues ya contaban con experiencia en sus sectores trabajando por cuenta ajena. Esto les otorga mucha experiencia, pero resaltan que este no es el caso de todas las mujeres emprendedoras, pues algunas de ellas comienzan en el mundo laboral como autónomas.

## Conciliación vs flexibilidad

El grupo de mujeres reconoce que la flexibilidad y la conciliación tuvieron un gran peso en su decisión de emprender. Si no fue su motivación principal, lo veían como una gran ventaja frente al trabajo por cuenta ajena. Sin embargo, aseguran que, mientras que la flexibilidad es posible, la conciliación real es muy complicada de alcanzar.

Además, se señaló que la flexibilidad total puede tener sus contratiempos, como días intensos en los que incluso falta tiempo para comer. La necesidad de equilibrar el trabajo sin caer en el exceso de horas laborales fue otro desafío comúnmente compartido entre las mujeres autónomas, a pesar de que muchas de las cuales optaron por emprender para tener más tiempo disponible para la crianza de sus hijos.

## ¿Volver a trabajar por cuenta ajena?

Uno de los principales motores para el emprendimiento de estas mujeres era la conciliación, y al ver que esta no se asegura habiendo emprendido, algunas de ellas se han replanteado en muchas ocasiones volver a trabajar por cuenta ajena, o no descartan hacerlo en un futuro.

Sin embargo, aunque la conciliación total no se logre, existen muchos otros motivos por los que las mujeres deciden seguir emprendiendo:



- Vocación
- Libertad para escoger los proyectos en los que trabajan y las personas que las acompañan
- Sentir orgullo de ellas mismas
- Poder explorar lo que más les llena y descubrir nuevos proyectos

## El respaldo económico de la pareja

Estas mujeres, que están tan cercanas en edad, coinciden en que emprendieron tenían pareja e hijos. Resaltan que la estabilidad que les daba el trabajo de sus parejas les permitió apostar por sus proyectos con algo menos de preocupación. Reconocen que las mujeres mejor situadas económicamente y con el respaldo de sus parejas tienen mayor facilidad para emprender. Sin embargo, no consideran que haya que ver este posible respaldo económico de la pareja como un requisito para emprender.

## Acompañamiento institucional para autónomas

Este grupo de mujeres coincide en la importancia de una red de apoyo para las mujeres autónomas que vaya más allá de la familia. Creen que el acompañamiento a las mujeres emprendedoras desde el principio debería ofrecerse desde las administraciones.

### AUTÓNOMAS PARTICIPANTES

- Ana Valera, People Analytics
- Sol Romero, Coaching
- Marta Puente, Bridge 4 Inclusion
- Yolanda Romero, Intalentgy
- Usue Madinaveitia, Mamiconcilia y Papiconcilia
- Mertxe Idoate, Coaching for Business



## 11.1. b Focus Group: Empresarias

### Motivaciones para crear empresas

Las empresarias consideran fundamental crear empresas en colaboración con otros para establecer algo sólido y construir una red de profesionales. La ambición de hacer algo más grande que lo individual, alineado con sus propios valores y rigor, es un motor que impulsa su iniciativa. Muchas han fundado sus empresas junto a sus parejas, asumiendo el papel de imagen y motor de comunicación, siempre con la intención de estar presentes en el proceso.

### Debilidades

La autoexigencia se presenta como un tema controvertido, ya que, para algunas, es vista como una debilidad y, para otras, como una fortaleza. Se observa que las mujeres tienden a ser más exigentes al tomar decisiones que los hombres, lo que puede ralentizar el progreso, aunque también puede resultar en decisiones más reflexivas. Este rasgo puede convertirse en un perfeccionismo que, aunque puede limitar, también se percibe como un diferenciador positivo en el ámbito empresarial.

La autoexigencia no se relaciona necesariamente con la inseguridad, sino que a menudo se manifiesta como un miedo al ridículo. Existe una percepción de que las mujeres, a veces, no exigen ciertas actitudes en sí mismas, lo que contribuye a su invisibilidad en el entorno profesional. Además, la feminización del sector puede hacer que las mujeres se enfrenten a retos adicionales, como la necesidad de validar actitudes que no son exigidas a sus colegas masculinos.

Las mujeres tienden a elegir sectores con menores salarios, lo que puede verse como una debilidad. Además, a menudo les cuesta reclamar dinero en situaciones relacionadas con la salud, lo que resalta una dificultad adicional en el ámbito empresarial.

La cultura empresarial paternalista también influye, ya que la preocupación por el bienestar de los empleados y clientes puede dificultar la adopción de enfoques más competitivos y agresivos en los negocios.

### Factor maternidad

La maternidad es vista como un factor que influye considerablemente en las decisiones profesionales. A menudo, las mujeres enfrentan un equilibrio difícil entre el trabajo y el cuidado de dependientes, un peaje que los hombres no tienen que pagar en igual medida. En muchas ocasiones, las mujeres que emprenden deben redefinir sus prioridades, y la maternidad puede cambiar radicalmente su enfoque.

A pesar de que las preocupaciones familiares son compartidas por ambos cónyuges, se observa que el peso de la maternidad puede recaer desproporcionadamente en las mujeres, lo que influye en su capacidad para mantener un equilibrio entre la vida personal y profesional. Se pide una mayor asistencia en la contratación de mujeres, especialmente en lo que respecta a la maternidad, dado que estas decisiones no deberían ser vistas como un obstáculo, sino como un elemento esencial del cuidado familiar.

### Oportunidades

La Ley de Paridad ha generado cierto escepticismo, ya que, aunque no todas son partidarias de las cuotas, se reconoce su papel en la normalización de la igualdad. Existe un descontento generalizado



en el ámbito empresarial sobre la percepción de que las mujeres podrían ocupar puestos por su sexo en lugar de por sus capacidades.

### Asociacionismo

La organización de asociaciones sectoriales enfrenta retos debido a patrones masculinos de poder. Mientras que los hombres tienden a enfocarse en la posición de poder, las mujeres valoran más las relaciones personales. Se sugiere que, a menudo, los hombres no requieren tanto apoyo en sus trayectorias empresariales, lo que plantea preguntas sobre las diferencias en la educación y el desarrollo de confianza entre mujeres y hombres.

El asociacionismo no siempre se centra en aspectos estrictamente empresariales. Se reconoce la necesidad de elegir con cuidado las asociaciones en función de las necesidades específicas. Las asociaciones de mujeres pueden ser útiles, pero también corren el riesgo de diluir su impacto si no se busca la visibilidad en espacios más amplios.

### Fortalezas

Las empresarias destacan su capacidad de organización, empatía y habilidad para resolver conflictos, elementos que consideran fundamentales para conocer las necesidades de sus clientes. La comunicación se percibe como una fortaleza clave, y se enfatiza la necesidad de perder el miedo a utilizar sus habilidades.

### Recomendaciones a otras mujeres

Se aconseja a las mujeres no tener escrúpulos en asuntos financieros y confiar en su intuición. La importancia de contar con un buen plan de negocio es fundamental antes de aventurarse en el emprendimiento. A pesar de las dificultades y la escasez de ayudas, se anima a las mujeres a seguir adelante y a generar riqueza, tanto para sí mismas como para contribuir a la comunidad.

## EMPRESARIAS PARTICIPANTES

- Soledad Moro, [Firetecnia](#).
- Irene Fernández, [Libertia Psicología](#).
- Clara Díez, [Formaje](#).
- Susana Rodríguez, HGC.
- Elena Méndez, [enEvolucion](#).
- Mercedes Diez, cofundadora de [Creas Madrid](#).



## 11.1. c Focus Group: Franquiciadas y franquiciadoras

Grupo de mujeres con una media de edad de 50 años. Entre ellas hay mujeres franquiciadoras, franquiciadas y una representante de una empresa que acompaña en el proceso a las personas que quieren abrir su propia franquicia. La mitad del grupo lleva en el mundo de la franquicia más de 20 años, mientras que para la otra mitad 2024 es su segundo año. Sus negocios comprenden el ámbito de la cosmética, una consultoría de servicios o el ámbito de la educación.

### Motivaciones para el emprendimiento a través de las franquicias

Todas las emprendedoras reconocen que a la hora de emprender no conocían los procesos o las ayudas a las que podían optar. En el caso de elegir abrir una franquicia, la empresa franquiciadora posee una figura de apoyo que desde el inicio acompaña a la persona en el proceso de gestión empresarial y más adelante le ofrece un seguimiento del negocio. Ventajas que impulsaron a estas mujeres a escoger las franquicias:

- Acompañamiento de la empresa franquiciadora (seguridad, formación, asesoramiento) que suple el desconocimiento e incertidumbre de ser autónoma o crear una empresa
- Negocio consolidado: al ser una empresa conocida, tenían mayor seguridad de que el negocio fuera a prosperar
- Conocimiento de la marca: algunas de estas mujeres antes de abrir su propia franquicia eran clientas o consumidoras de la empresa, se identificaban con los valores, conocían los productos...

Estos motivos fueron los que impulsaron a estas mujeres a escoger el modelo de franquicia para sus negocios. Sin embargo, entre los motivos que la impulsó a emprender coinciden en:

- Conciliación
- Vocación o ilusión por un proyecto
- Aportar a la sociedad y aportarse a ellas mismas
- Despido o desencanto en su anterior trabajo

### Fortalezas y debilidades de las mujeres emprendedoras

Este grupo de emprendedoras cree que existen algunas debilidades y fortalezas comunes a las mujeres que se decantan por emprender en el mundo de la franquicia. En cuanto a las debilidades, destacan el “Síndrome del impostor” y la falta de autovalidación. Mientras que en fortalezas enumeran:

- Creatividad
- Coordinar
- Ambición
- Dirección
- Liderazgo
- Gestión
- Humildad
- Afán de ayudar



## Diferencias entre mujeres y hombres franquiciadas

El grupo coincide en que las mujeres confían en el modelo de negocio que quieren poner en marcha y tienen ilusión por él, mientras que sus compañeros hombres ponen el foco en la viabilidad de la franquicia, y no tanto en el valor que les puede aportar a ellos o a sus clientes. Han comprobado la necesidad de las mujeres por conectar con la empresa, la mayoría de ellas buscan un negocio con el que encuentren compatibilidad principalmente. Necesitan sentirse realizadas y cómodas con el negocio que están a punto de iniciar.

Las mujeres que han franquiciado sus negocios observan que las mujeres necesitan creer en el proyecto y se involucran más en el desarrollo de este, de manera que no piensan en crecer o adquirir más franquicias desde el inicio. Por el contrario, los hombres buscan más la rentabilidad y desde casi el inicio contemplan la posibilidad de abrir más franquicias si el primer negocio es rentable. Mientras que las mujeres parecen preocuparse más por el tiempo que tienen que invertir en el negocio, los hombres se preguntan por el dinero. Además, esta mayor preocupación de los hombres por el dinero se traduce en que suele haber un mayor número de inversores hombres. Sin embargo, dentro de este grupo de mujeres hay varias inversoras y franquiciadoras que reconocen en ellas misma ambición e ilusión porque sus negocios crezcan.

Otra de las realidades que este grupo de mujeres ha experimentado es la entrada al mundo de la franquicia de mujeres que buscan únicamente independencia económica, no escalar ni lograr grandes ingresos, algo que en los hombres no observan.

Otra de las diferencias que observan entre mujeres y hombres que se inician en el mundo de la franquicia es su formación. A lo largo de sus carreras han comprobado que los hombres interesados en sus franquicias tenían conocimientos en administración o gestión, lo que les ha permitido crecer. Por su parte, la formación de las mujeres suele estar más relacionada con el ámbito del negocio, pero alejada de la contabilidad, las ventas o lo comercial.

Por último, encuentran en común que las mujeres en el mundo de la franquicia buscan estar más presentes que los hombres. En sus carreras han vivido una mayor implicación en la gestión del negocio o los equipos por parte de las mujeres, mientras que los hombres han delegado más.

## Consejos que les darían a mujeres que se replantean emprender

- Identificar su propósito de vida y alinearse con él
- Pensar en ellas mismas
- Apostar por aquello que de verdad les gusta y les llena
- Tener decisión y fuerza
- Hacer networking
- Saber reconocer errores y seguir adelante
- Capacitación en los ámbitos que necesiten
- Considerar el emprendimiento como una primera opción, no como última



## FRANQUICIADAS Y FRANQUICIADORAS

- Iria Fernández, D-Uñas Nails & Beauty
- Beatriz Gutiérrez, directora Financiera y negociadora con candidatas a franquiciadas de Alain Afflelou
- Marisa Lazareno, Yves Rocher
- Beatriz Torrez, Business Kidss Madrid
- Patricia Martín, Serhogar System



## 11.1. d Focus Group: Startups

En este Focus Group se aprecia la fuerte preparación profesional de las empresarias, quienes se enfrentan a un sector particularmente masculino. Han tenido que luchar contra la exclusión del online [elreferente.es](http://elreferente.es), especializado en startups, en sus rankings; a la escasa visibilidad en Womenalia, evento de startups, en el que han presentado proyectos más potentes que muchos hombres.... En ocasiones se manipulan sus mensajes en LinkedIn... Pero tienen claro lo que quieren y se apoyan entre todas. Quienes ejercen de Business Angel dedican parte de sus fondos a proyectos de emprendedoras.

Según datos del primer Informe de las empresas Tech e Innovadoras de España 2024, el 83% de los emprendedores son hombres, mientras que solo el 17% son mujeres.

Del informe *Why Women-Owned Startups Are a Better Bet*, de Boston Consulting Group, se desprende que las startups fundadas por mujeres generan más del doble de ingresos por cada dólar invertido en comparación con las fundadas por hombres, además, “queman” menos dinero y alcanzan antes el éxito.

2023 es conocido como el invierno del inversor: muchas startups compitiendo por menos dinero, muchos proyectos fracasados, proyectos en general menos rentables...

### Motivaciones al emprendimiento

- Proyectar refrentes, abandonando el sentimiento del síndrome del impostor al desenvolverse en minoría a pesar de que están sobradamente preparadas.
- Inclinación a sectores de ayuda: el 44% de las inversiones en Biotech son de mujeres porque va con la esencia femenina.
- Aunque solo invierten el 3% en nuevos proyectos, han salvado a muchos de ellos de la quiebra. Nueva metodología para hacer due-dililingue de forma más rápida (Mónia Pérez Hurtado).

### Fortalezas y debilidades de las mujeres emprendedoras

- Cultura financiera
- Dejar de tener miedo a ganar dinero. No puede continuar siendo un tabú para las mujeres.
- Crear una narrativa diversa

Las mujeres no tienen aversión al riesgo. Lo gestionan con herramientas diferentes. Históricamente han sido CEO de su familia, mostrando una gran capacidad para tomar decisiones en momentos de incertidumbre.

Un estudio demuestra que la forma diferente de gestionar el riesgo durante COVID-19 hizo que el impacto de la pandemia fuese menor en los países dirigidos por mujeres. El perfil de endeudamiento es diferente porque ellas se exponen menos.

### Diferencias entre mujeres y hombres

- Los hijos están condicionados desde el punto de vista educativo, especialmente las niñas - cuestión sociológica-. [Closing gap](#); [Women matters 2023](#), McKinsey. A los 6 o 7 años muchas niñas descartan realizar estudios STEM.



- La brecha entre mujeres y hombres es significativa en el mundo de la inversión pues los hombres invierten más del doble que las mujeres y ellas comprometen cantidades modestas de su patrimonio no superando el 5% mientras ellos dedican más del 10% como business angels.
- Perfil inversor no está predeterminado por el hecho de ser mujeres si no que está marcado por la empatía, a diferencia de los hombres.
- El “problema de los hijos” debería ser igual para hombres que para mujeres.

## STARTUPS PARTICIPANTES

- Carolina Barceló, fundadora de CUiCO Tools
- Ana Lozano, fundadora de Nidus Lab
- Angélica Pimentel, fundadora de Poin
- Mónica Pérez Hurtado, fundadora de Experience Ahead



## 11.2 Anexo del Capítulo 8: Selección de recomendaciones para el fomento del emprendimiento sin la variable sexo proporcionadas por los expertos GEM de la Comunidad de Madrid 2022

Hemos reagrupado y filtrado las 70 recomendaciones de los expertos y extraemos el TOP TEN de las propuestas más relevantes de los expertos que han intervenido en la elaboración del GEM:

1. Parques tecnológicos, laboratorios, hubs para emprendedores, viveros de empresas, coworking...
2. Transferencia de tecnología.
3. Fomentar el apoyo al emprendimiento a través de la formación, información y ayudas económicas:
  - a. Tener en cuenta la categoría de los diferentes niveles del ámbito educativo.
  - b. Flexibilizar la contratación con sistemas de incentivos y más liberalización del mercado laboral y favorecer las contrataciones a pequeñas empresas.
  - c. La ayuda para conseguir el primer cliente (CPI es una gran herramienta es una alternativa a las subvenciones).
  - d. Convocatorias para programas de aceleración en la CAM (entidades de enlace).
4. Más ayudas económicas para el emprendimiento en la fase inicial y en la fase intermedia, entre la aceleración y ENISA.
5. Mayor inversión pública en empresas de servicios a personas con discapacidad, ancianos, niños y al emprendimiento para una recuperación sostenible.
6. Mejorar la bonificación y favorecer la captación de inversión pública y privada para nuevos proyectos.
7. Menos burocracia y más información centralizada. Emprendimiento-DG Economía (Ventanilla Única Internacionalización).
8. Fiscalidad: ventajas para emprendedores y acceso a financiación blanda.
9. Proteger áreas divergentes: desde las tecnologías emergentes (BD, IA, Telecomunicaciones, Bioingeniería, Aeroespacial) hasta la promoción de la actividad económica de cercanía (pequeño comercio y hostelería) o el emprendimiento colectivo a través de entidades de la economía social. Asimismo, favorecer la dinamización de un sector servicios muy dinámico y con muchas oportunidades por la privilegiada situación de la Comunidad.
10. Adaptación de las universidades y, en concreto, vincular más al mundo académico y científico con la empresa; más recursos para la transferencia Universidad- Empresa.





Dirección General de la Mujer  
CONSEJERÍA DE FAMILIA,  
JUVENTUD Y ASUNTOS SOCIALES