

[INICIO](#) | [PRESENTACIÓN](#) | [POR QUÉ EL OBSERVATORIO](#) | [OBJETIVOS](#) | [DOCUMENTACIÓN](#)

Observatorio Estatal de la Igualdad en el Emprendimiento

La actividad emprendedora es fundamental para cualquier economía y, por tanto, también lo es para la española.

Hablar de la igualdad en el emprendimiento es hablar de la situación de las mujeres en la sociedad...



Observatorio Estatal de Igualdad en el Emprendimiento es fruto de la colaboración entre:

- ❑ **La Secretaria de Estado de Servicios Sociales e Igualdad**, a través de la Dirección General para la Igualdad de Oportunidades, a la que corresponde, entre otras funciones, el apoyo a las mujeres para el autoempleo y el fomento de la actividad emprendedora.
 - ❑ **La Fundación INCYDE**, de las Cámaras de Comercio, dedicada al apoyo a la creación y consolidación de empresas, especialmente en beneficio de los sectores menos favorecidos, a través de formación y asesoramiento, así como mediante la realización y promoción de estudios e investigaciones.
-

Objetivo

Ser una fuente de información:

- 1.- **Complementaria** a las existentes,
 - 2.- **Especializada** en el análisis constante de los actores que promueven o limitan la actividad emprendedora de la mujer, y si existen diferencias en estos factores por razón de género.
-



Enfoque

- 1.- **Definir** bien la información que se quiere recoger, partiendo del uso que se quiera hacer de ella.
 - 2.- **Obtener** de la información a través de los servicios de creación y consolidación de empresas.
 - 3.- **Registrar** y explotar la información, de forma periódica y dinámica.
-



Primeros pasos

- 1.- Elaborar y difundir una guía de indicadores básicos.
 - 2.- Obtener información de emprendedores y emprendedoras.
 - 3.- Informe 2011 de igualdad en el emprendimiento.
-

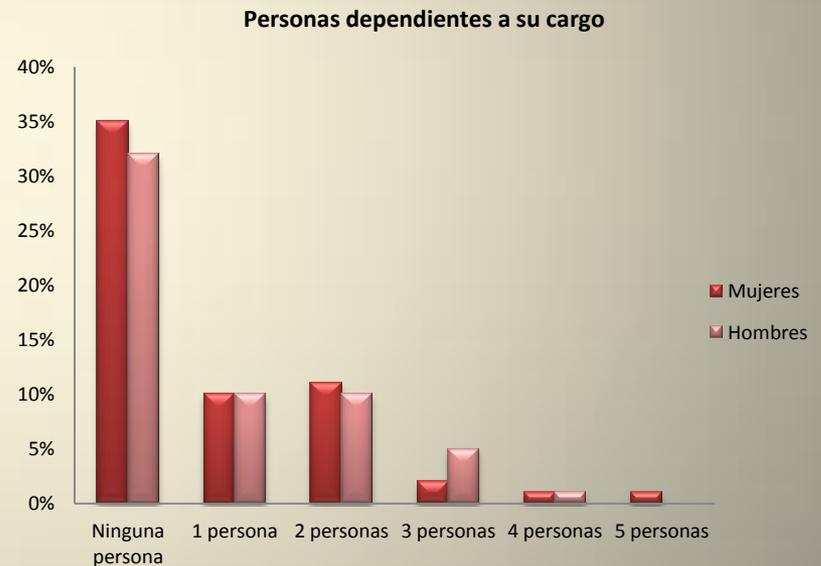
Informe 2011

- 1.- El perfil de las emprendedoras españolas frente al perfil de los emprendedores españoles.
 - 2.- El perfil de las empresas creadas por mujeres frente al perfil de las empresas creadas por hombres.
 - 3.- Barreras en el emprendimiento femenino.
-

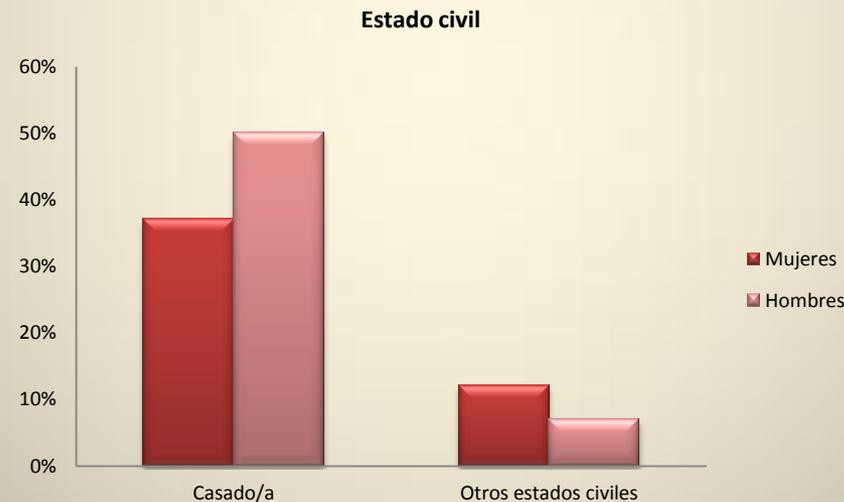


El perfil de las emprendedoras españolas frente al perfil de los emprendedores españoles

Perfil de las emprendedoras españolas frente al perfil de los emprendedores españoles



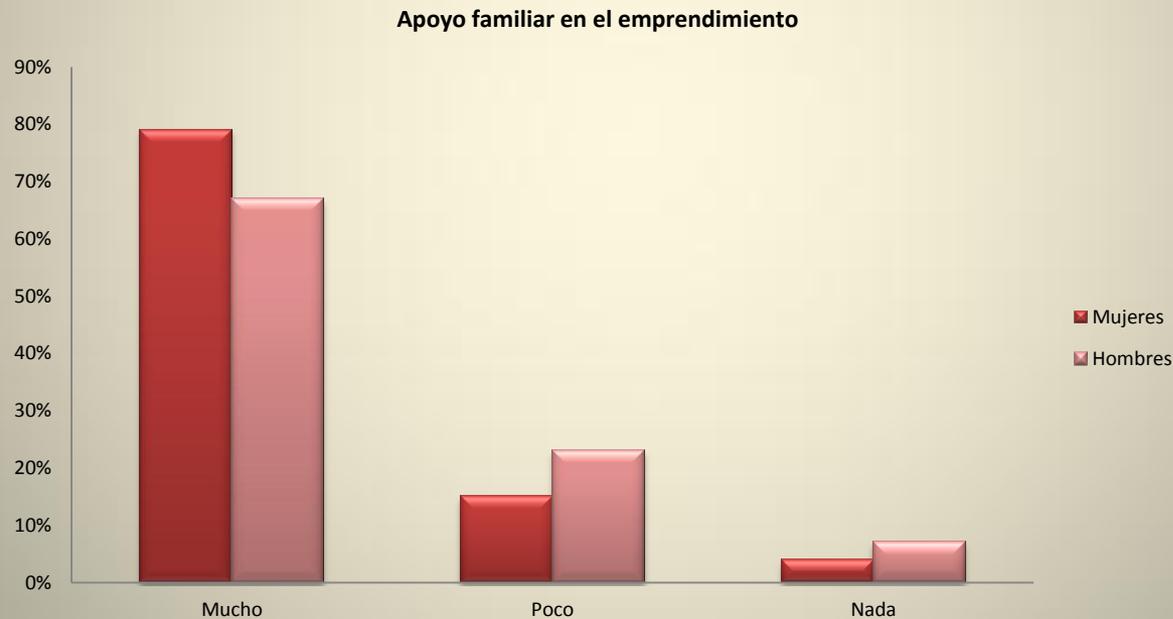
Perfil de las emprendedoras españolas frente al perfil de los emprendedores españoles



Perfil de las emprendedoras españolas frente al perfil de los emprendedores españoles



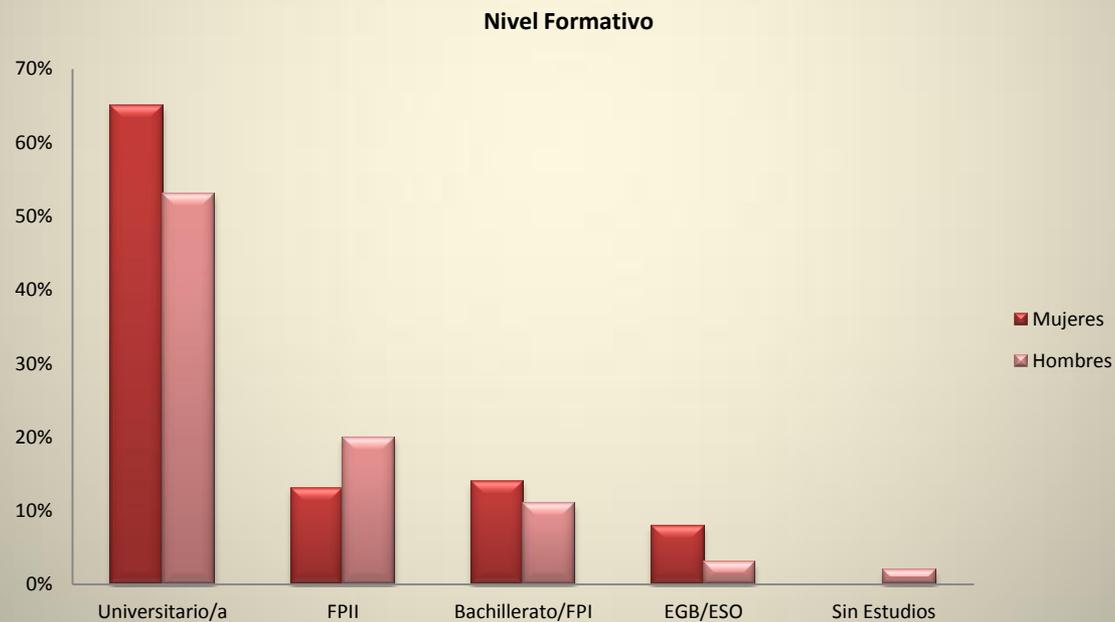
Perfil de las emprendedoras españolas frente al perfil de los emprendedores españoles



Perfil de las emprendedoras españolas frente al perfil de los emprendedores españoles



Perfil de las emprendedoras españolas frente al perfil de los emprendedores españoles



Perfil de las emprendedoras españolas frente al perfil de los emprendedores españoles



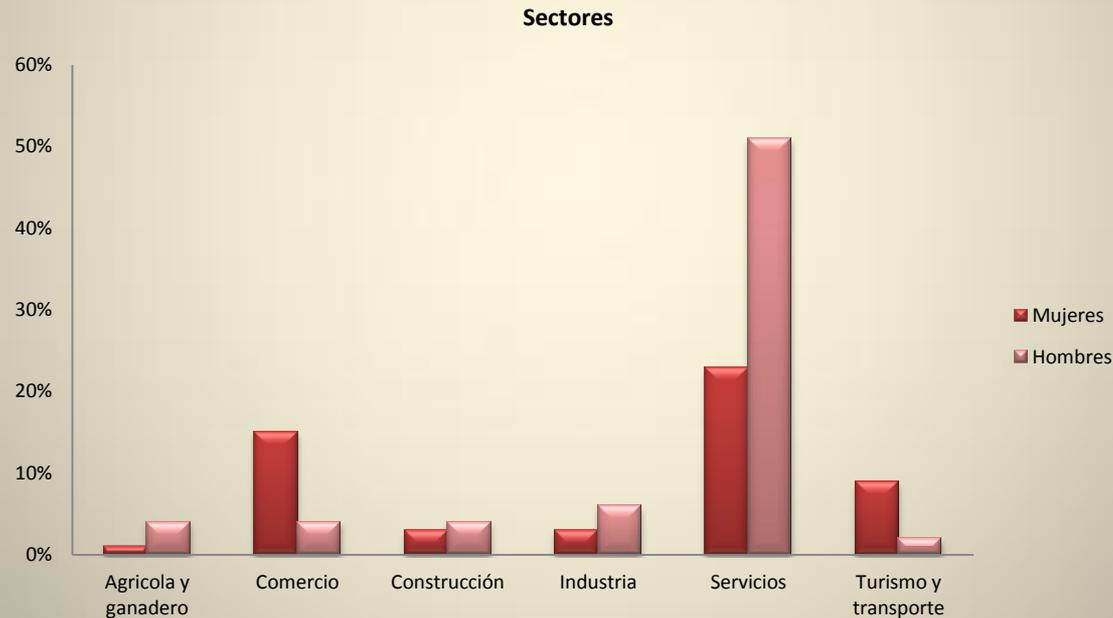
Perfil de las emprendedoras españolas frente al perfil de los emprendedores españoles



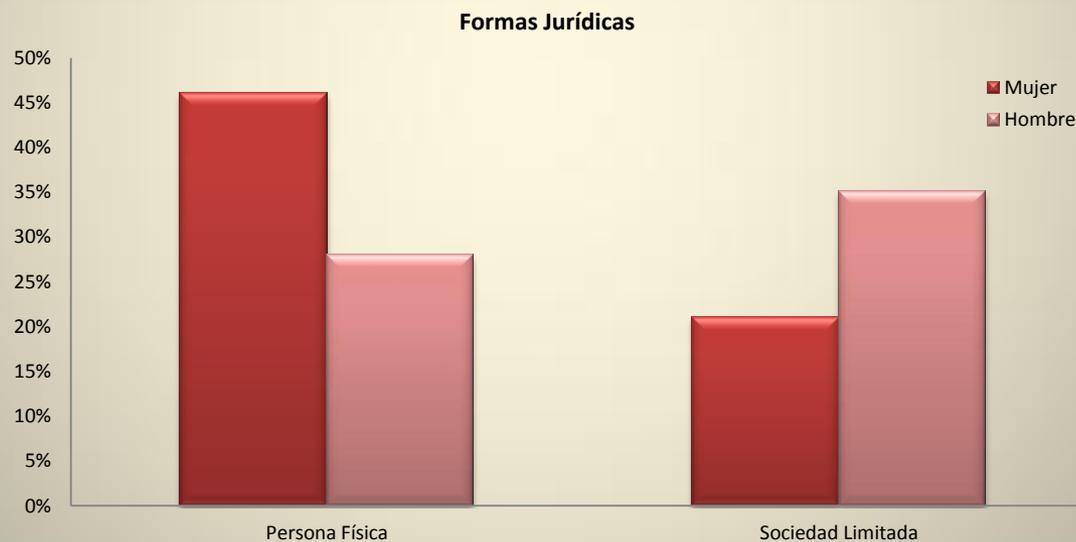


Perfil de las empresas creadas por mujeres frente al perfil de las empresas creadas por hombres

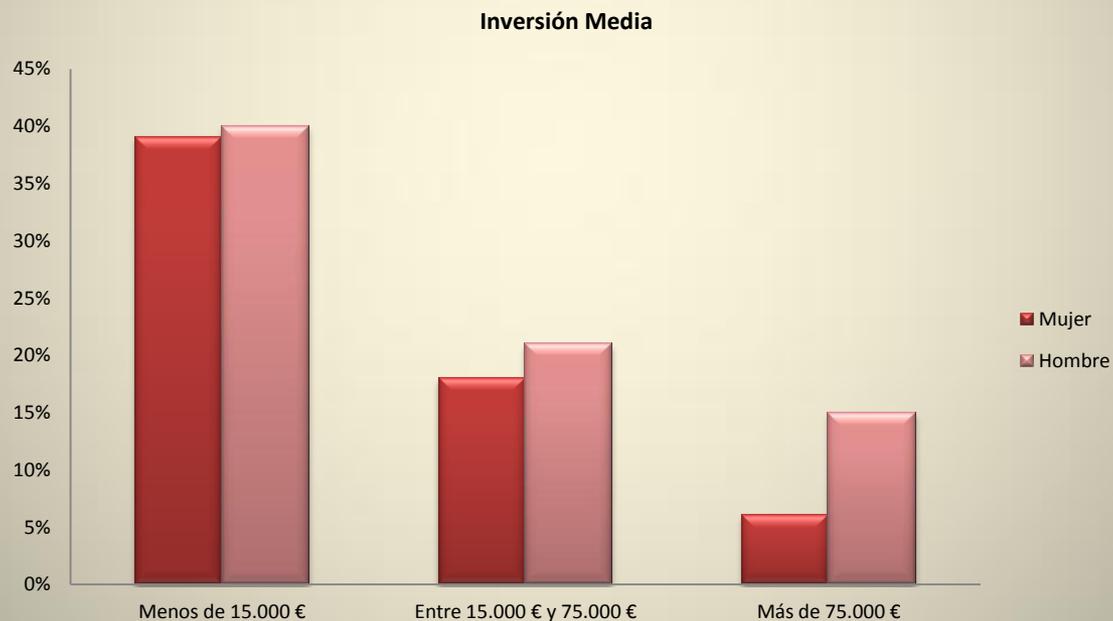
Perfil de las empresas creadas por mujeres frente al perfil de las empresas creadas por hombres



Perfil de las empresas creadas por mujeres frente al perfil de las empresas creadas por hombres



Perfil de las empresas creadas por mujeres frente al perfil de las empresas creadas por hombres



Perfil de las empresas creadas por mujeres frente al perfil de las empresas creadas por hombres



Perfil de las empresas creadas por mujeres frente al perfil de las empresas creadas por hombres



Perfil de las empresas creadas por mujeres frente al perfil de las empresas creadas por hombres





Barreras para el emprendimiento femenino

Barreras de Conducta

1.- Condicionantes de actitudes personales y condicionantes de rol:

- Baja confianza
- Autoimagen negativa.
- Los hombres valoran la confianza y las mujeres la persistencia (quizá por entorno hostil.)

A modo de ejemplo y como indica el estudio realizado por Universidad Rovira i Virgili, *pese a que las características femeninas ganan en reconocimiento y valor en (la literatura sobre emprendimiento), al éxito en los negocios se sigue aplicando el patrón masculino. Incluso cuando se hace referencia a la existencia de un estilo femenino de poder directivo.*

Barreras de Conducta

Así, indica ese mismo estudio, *las mujeres son devaluadas basándose en **percepciones** sobre quiénes son, el tipo de empresas y sectores que eligen, a quién conocen y quién las conoce, y que provienen de expectativas históricas sobre los roles de género.*

2.- Positivar las actitudes en base a experiencias.

Barreras socioculturales (Valores, Apoyo y conciliación)

- 1.-** La estructura de las familias y la escasa conciliación dificulta combinar trabajo y familia. Falta de tiempo para formación.
 - 2.-** Modelos sociales de éxito.
 - 3.-** La importancia del apoyo.
-

Barreras infraestructura (Financiación, información, tamaño)

- 1.-**Demanda de información cualificada y estructurada para la creación de empresas.
 - 2.-**Trato recibido de las entidades financieras.
 - 3.-**Tamaño pequeño y en sectores feminizados.
 - 4.-**Si hay un proyecto claro y bien elaborado se realiza.
-

Barreras Gestión (RRHH, Internacionalización, Estrategia)

- 1.-** Escasos conocimientos y experiencia en la gestión empresarial. Poca utilización para la parte empresarial de redes sociales y poca participación en asociaciones, cámaras,....
 - 2.-** La internacionalización no suele estar entre sus planes.
 - 3.-** Gestionan mejor los RRHH.
-