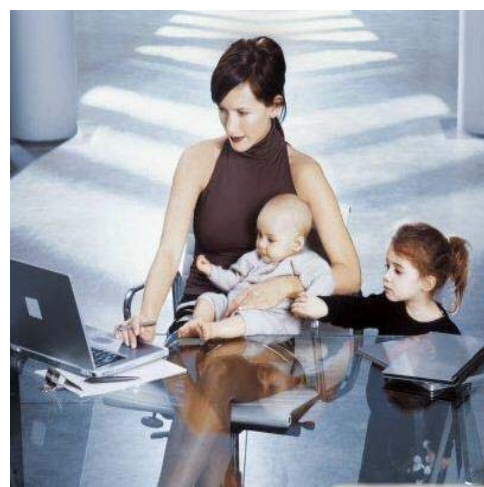


ÁREA DE SERVICIOS A
LA CIUDADANÍA

DELEGACIÓN DE
IGUALDAD

UNA VISIÓN FEMENINA DEL EMPRENDIMIENTO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA

2018



ÁREA DE SERVICIOS A
LA CIUDADANÍA

DELEGACIÓN DE
IGUALDAD

UNA VISIÓN
FEMENINA DEL EMPRENDIMIENTO
EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA
2018

Junio 2018

Proyecto: Una visión Femenina del
Emprendimiento en la Provincia de Málaga

Edición: Diputación de Málaga

Financiación: Diputación de Málaga

Coordinación: Ecoideas Consultoría S.L.

Autores:

Patricia P. Iglesias Sánchez

Carmen Jambrino Maldonado

Daniel Salobreña Lucena

Diseño y Maquetación: Ecoideas Consultoria S.L.

INDICE DE CONTENIDO

9 PRÓLOGO

11 INTRODUCCIÓN

13 FRENOS Y OPORTUNIDADES

43 CASOS DE ÉXITO DE MUJERES EMPRESARIAS

45 Comarca de Antequera

45 Bodega La Capuchina/ Mollina

49 El Gato Negro / Alameda

51 Gestiprensa / Mollina

55 Hutesa Agroalimentaria/Fuentepiedra

59 La Casa Morada/Casabermeja

65 Lavandería Industrial Reina/Mollina

69 Axarquía

69 Baltmon Productos Gourmet/ Alfarnatejo

73 Centro Ecuestre Piedras Blancas/ Frigiliana

77 Materiales de Construcción PAYMI/
Salayonga

79 Ultramarinos Mari/Salayonga

82 Costa del Sol Occidental

82 Galería de Arte Art Investments/ Benahavís

85 Guadalteba

- 85** Pretty Woman/ Campillos
- 88** Aperitivos R&R/ Campillos
- 91** Calzados Lola Gambero/ Campillos
- 94** Peluquería Isabel Romero/ Campillos

96 Guadalhorce

- 96** Congelados La Langosta/Álora
- 98** Floristería y papelería Teresa Santiago/
Valle de Abdalajís

100 Comarca de Nororma

- 100** Academia Oliva Gallardo/ Villanueva del
Trabuco
- 104** Arch-Design/ Villanueva del Trabuco
- 109** Mesón Mangas/Cuevas de San Marcos
- 111** Natur Essence/ Archidona
- 114** Panadería Ana/ Villanueva del Rosario
- 117** Teresa Novias/Archidona

120 Sierra de las Nieves

- 120** Granjas Casado/ El Burgo
- 123** Quesos El Porticatero/Yunquera
- 127** Tu Hada Madrina/Yunquera

132 Serranía de Ronda

- 132** BSC Medio Ambiente/ Cortes de la Frontera
- 135** Carnicería Embutidos Antonia/Benabarrá
- 138** Creaciones Yolanda Moreno/Arriate
- 143** Restaurante Audalazar/Atajate

147 CONCLUSIONES

148 PROPUESTAS DE ACCIÓN

154 FUENTES CONSULTADAS

PRÓLOGO



Todas las regiones aspiran a construir una economía dinámica e inclusiva donde el talento sea el factor esencial para el crecimiento económico y la competitividad.

La Diputación Provincial de Málaga asume el reto y trabaja en esta dirección por lo que promueve este estudio titulado “Una visión femenina del emprendimiento en la provincia de Málaga”. De alguna forma nos aporta una visión general sobre el fenómeno de una forma rigurosa pero no perdiendo los matices que aportan los sentimientos, las sensaciones, las percepciones sobre los estereotipos y las facilidades u obstáculos que experimentan las mujeres empresarias de nuestra provincia. De nuevo, ponemos especial atención en aquellos núcleos con menor densidad de población porque son una parte integrante de nuestra provincia y por su casuística necesitan acciones diferenciadas.

La igualdad de oportunidades hace posible la integración y enriquece a la sociedad gracias a la diversidad, solo trabajando sobre este elemento no se pierden ideas, perspectivas y

oportunidades para liderar el reto global de una sociedad más justa y desarrollada en todos sus niveles.

Este informe ofrece una perspectiva detallada sobre el fenómeno del emprendimiento femenino recurriendo a dos instrumentos. Por un lado, a través de un trabajo de campo en los municipios menores de 20.000 habitantes se identifican frenos y facilitadores para la puesta en marcha y desarrollo de empresas en el caso de las mujeres. Por otro, se intenta dar visibilidad a todas aquellas mujeres de la provincia que cada día trabajan por conseguir sus sueños y hacer una contribución al empleo y la economía de Málaga. Este es el motivo por el que se recopilan 30 casos de éxito, cada una refleja una historia diferente, pero, a la postre, se trata de presentar la realidad del tejido productivo femenino en todas sus manifestaciones: autónomas, empresas de mayor dimensión que incluso internacionalizan sus productos, pequeños comercios, industrias agroalimentarias, servicios profesionales y un etc. que podrán conocer si leen este documento. Sin duda, estas empresarias merecían este reconocimiento a su apuesta y esperamos que otras muchas, no incluidas en este informe, se sientan reflejadas y animadas a continuar con su labor. Del mismo modo que esperamos que sean al mismo tiempo fuente de inspiración para otras mujeres emprendedoras y motivo de

orgullo para toda la ciudadanía malagueña al reconocer su valentía y tesón.

El esfuerzo realizado no solo pretende identificar cuestiones claves sobre el emprendimiento con “ojos de mujer” sino que se convierte en un movimiento a la acción. Es por este motivo por lo que la “Una visión femenina del emprendimiento en la provincia de Málaga” termina con una serie de propuestas que serán la base para el diseño de políticas, programas, así como el punto de origen de un diálogo constructivo por la igualdad, el crecimiento económico y la diversidad.

En definitiva, la Diputación de Málaga ha trabajado y presenta este documento con la esperanza de

seguir contribuyendo a la aceleración del cambio económico aportando una crítica constructiva desde la igualdad de género. Esperamos por tanto que a toda persona que se anime a adentrarse en este documento se le despierte esa especial sensibilidad y talante de apoyo a este reto global que nos compete a todos/as.

Ana Carmen Mata Rico

Vicepresidenta segunda y Diputada
de Gobierno de Servicios a la
Ciudadanía. Diputada Delegada de
Igualdad e Innovación Social

INTRODUCCIÓN

Nadie discute que el emprendimiento es un instrumento estratégico para el crecimiento económico y desarrollo de las naciones. Asimismo, la contribución de las mujeres en el ámbito del emprendimiento está siendo ampliamente tratada en los últimos años. Las investigaciones en esta materia se localizan en el ámbito científico y no tanto en el ámbito práctico de la realidad empresarial y territorial donde, aún se desconoce bastante sobre los matices de este fenómeno.

Fruto de este desconocimiento generalizado del fenómeno, la Diputación Provincial de Málaga recientemente presentó el **Diagnóstico del Emprendimiento Femenino en la Provincia de Málaga**. Un documento pionero a nivel nacional en el que se cuantificó la representación y naturaleza de la actividad económica liderada por mujeres en Málaga de forma general y en los municipios menores de 20.000 habitantes de forma particular. Pese a reconocer importantes avances de los últimos años, **las mujeres empresarias solo representan el 12%** del tejido productivo de la provincia lo que insta a adoptar decisiones y medidas específicas que contribuyan a un desarrollo socioeconómico con perspectiva de género.

Por esas razones, se presentan tres ejes sobre los que se vertebra este informe:

- Factores impulsores, barreras y estereotipos que afectan a la decisión de crear un negocio para las mujeres. De algún modo, se intenta establecer un patrón que diferencie la visión en el caso de ser hombre o mujer.
- Visibilidad. Poner en valor la actividad de las mujeres empresarias localizando ejemplos de emprendimiento femenino resulta una tarea pendiente incluso demandada a los medios de comunicación. En ocasiones, la falta de visibilidad de las empresarias con éxito no redundan en un impulso de la actividad emprendedora para este colectivo. Por otro lado, se pretende que la identificación de mujeres empresarias genere un sentimiento colectivo positivo, orgullo de pertenencia y creación de redes de colaboración que incluso se conviertan en buenas prácticas para otras mujeres con inquietudes de emprender.
- Propuestas de acción basadas en el análisis de la realidad de parte del colectivo destinatario, mujeres empresarias. Es necesario reconocer la evolución positiva de los últimos años al mismo tiempo que conviene

subrayar la naturaleza particular en municipios de menos de 20.000 habitantes.

En definitiva, realizar un análisis del emprendimiento femenino centrándonos en estos aspectos es una excelente oportunidad para el desarrollo del propio fenómeno. Se aporta una visión abierta y conciliadora de esta realidad en la sociedad actual que pretende facilitar el diseño de políticas específicas de acción positiva de género.

FRENOS Y OPORTUNIDADES

La última década ha supuesto un avance positivo respecto a la equidad entre géneros en la actividad emprendedora. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2018), la reducción de la brecha de género es del 36% en los últimos diez años. En todo caso, resta seguir trabajando en esta línea porque la distribución entre hombres y mujeres emprendedoras en España sigue siendo en torno al 40/60. Por su parte el *Informe Especial Global Entrepreneurship Monitor sobre Emprendimiento Femenino (2017)* revela que en los últimos dos años la actividad emprendedora de las mujeres de todo el mundo ha aumentado un 10% mientras que la diferencia de género se ha estrechado un 5%. En España, esta brecha ha disminuido un 6,5% en el mismo período (55,7% hombres vs 44,3% mujeres en 2016 frente a 58,5% hombres vs 41,5% mujeres en 2014). Lo cierto es que a las mujeres aún les cuesta más decidirse a iniciar una actividad empresarial. La percepción sobre sí mismas y la forma de entender las relaciones con el entorno son los motivos a los que apuntan para explicar estas diferencias.

No cabe duda que el proceso emprendedor siempre parte de la identificación de una oportunidad de negocio y es justo esta cuestión la etapa esencial del proceso. En este sentido, es fundamental conocer las percepciones que tienen las personas sobre la creación de empresas. De manera generalizada, apoyados en los últimos informes internacionales publicados, los hombres parecen estar más predispuestos a emprender y son muchas las investigaciones y comisiones de trabajo a nivel internacional que intentan buscar una explicación. A menudo las conclusiones muestran que una diferente percepción y valores son los condicionantes principales. El género parece modular sobre las experiencias, sentimientos, actitudes y, en definitiva, la naturaleza del individuo en su faceta profesional y, particularmente, en la empresarial.

Ser una persona capaz de identificar oportunidades de negocio, analizar su viabilidad y tener confianza en el éxito que puede suponer lanzarse a la actividad, así como la posesión de conocimientos y experiencias de apoyo fomenta la actividad emprendedora de forma general. Por su parte, otros elementos como el miedo al fracaso o una agenda de redes de contactos inhiben la puesta en marcha de negocios. En diversos estudios se constata precisamente que los hombres obtienen porcentajes superiores en factores que favorecen el emprendimiento mientras que la percepción de las mujeres sobre sus capacidades, la percepción del riesgo y otros inhibidores tienen índices inferiores. Esta situación motiva que las administraciones públicas y los organismos con competencias sobre el desarrollo

económico se esfuercen y concentren su atención tanto en el fenómeno como en la adopción de medidas que intenten minimizar estas diferencias e implantar políticas de acción positiva en este ámbito (Kobeissi, 2010).

Este estudio trata sobre la visión femenina del emprendimiento para lo que ha sido fundamental la participación de mujeres empresarias de los municipios de menor núcleo de población de la provincia. Con esta aproximación se han tratado de identificar frenos, obstáculos y facilitadores que las mujeres en su experiencia vital como empresarias perciben desde la puesta en marcha de su negocio hasta el momento actual.

Con el objetivo de conocer la percepción de las mujeres empresarias de Málaga se realizó una investigación cuantitativa durante los meses de abril y mayo contemplando aquellos municipios menores de 20.000 habitantes de las 8 comarcas de la provincia. Atendiendo al número aproximado de negocios identificados como “femeninos” en el *Diagnóstico del Emprendimiento Femenino de la Provincia de Málaga* (2018) se optó por una muestra por conglomerados, es decir, una composición de la muestra por comarcas proporcional a la actividad empresarial femenina, así como al número de municipios objetivo. La población total de empresas lideradas por mujeres se censó en 947 con lo que la muestra final de 132 empresarias supone un nivel de confianza del 99% y un margen de error del 10%. En este sentido, se cumplen los parámetros estadísticos de fiabilidad requeridos para que los resultados sean representativos de toda la población empresarial femenina en el conjunto de la provincia.

Para acceder a las empresarias de cada comarca se solicitó la colaboración de los ayuntamientos, así como el contacto con asociaciones de empresarias y, en su defecto, a través de la identificación directa de negocios femeninos en cada municipio por parte del equipo de investigación. Conviene poner de relieve la especial colaboración e implicación del Ayuntamiento de Mollina en la Comarca de Antequera, de Fedelhorce en la Comarca de Guadalhorce y de la Asociación de Empresarias de Campillos en Guadalteba.

A continuación, se presenta la distribución de las empresas participantes por comarcas:

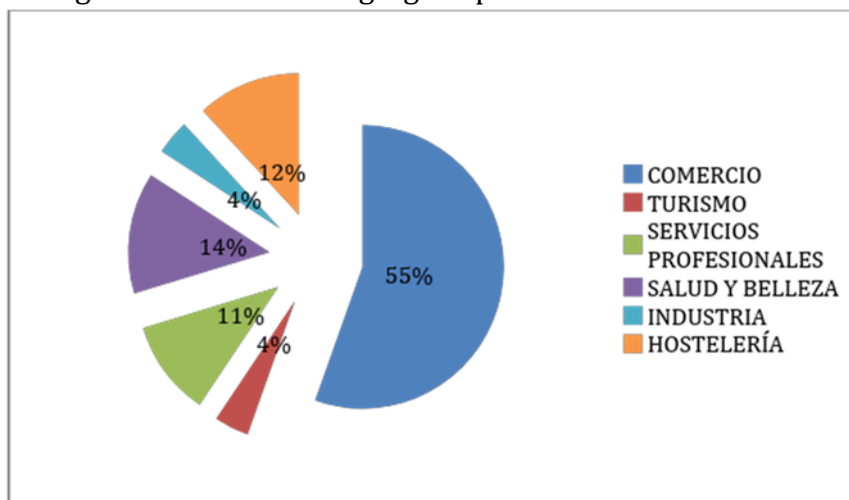
Figura 1. Muestra desagregada por comarcas



Fuente: Elaboración propia

La distribución sectorial de las empresas de la muestra, conforme a la figura 2, es coherente con la proporción de empresas existentes en cada sector de actividad de forma general.

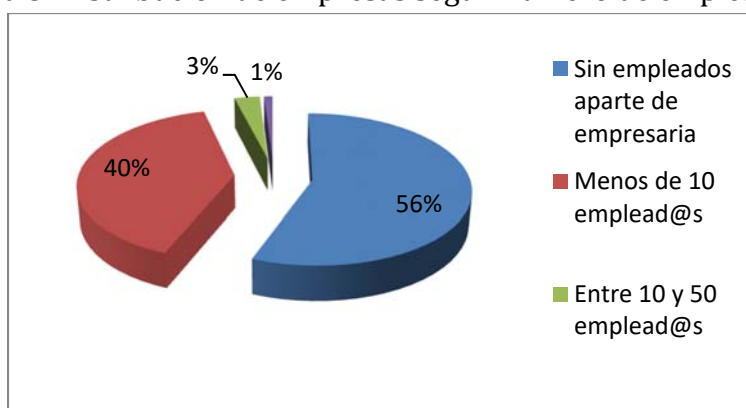
Figura 2. Muestra desagregada por sectores de actividad



Empleado/as

Las PYMEs son el tipo de empresas más comunes en el ámbito nacional, repitiéndose el patrón a nivel autonómico y provincial. En todo caso, para el conjunto de Málaga y concretamente en los municipios menores de 20.000 habitantes la dimensión se concentra en los intervalos por número de trabajador/as más bajos. Podemos afirmar que en el tejido productivo de estas zonas predominan las micropymes: menos de 10 trabajador/as y empresas en las que la persona autónoma asume todas las responsabilidades y funciones del negocio.

Figura 3. Distribución de empresas según número de empleado/as



Este aspecto puede parecer preocupante, pero sigue un comportamiento similar en el resto del mundo, tanto en cuanto al empleo real asociado a las empresas femeninas como a las expectativas de crecimiento del equipo. Según la última publicación del GEM específico sobre mujeres se pone de relieve que en España el 13,4% de las mujeres emprendedoras esperan contratar a seis o más personas en los próximos cinco años. Este porcentaje de expectativas de crecimiento supera a los de Francia y Alemania, pero no alcanza la media europea situada en 28,3%, inferior a la de EE.UU. (37,4%). Asimismo, de forma general, las empresas lideradas por mujeres tienen una dimensión pequeña o mediana.

Año de creación

El año de creación de los negocios operativos en la zona aporta una información muy interesante. El período considerado de máxima crisis económica (2008-2014) sobresale sobre el resto con un 36% de las empresas de la muestra. El período justo anterior (2000-2007) y, lo que vienen considerándose los años de una discreta recuperación concentran en torno al 20% y el 17% respectivamente. No podemos obviar el número de empresas con una trayectoria dilatada, especialmente en la década de los 90 es representativo (16,8%), negocios

operativos en los 70 o los 80 son más escasos, en torno al 4%. Por último, en la muestra hay presencia más baja de negocios creados en el ejercicio actual (2008).

Esta distribución permite poner de relieve que los períodos de crisis son especialmente proclives para la puesta en marcha de negocios porque las condiciones desfavorables del mercado laboral convierten a muchas personas en “empresario/as por necesidad”. Asimismo, los períodos que parecen augurar repuntes económicos o se caracterizan por cierta estabilidad socio-económica también animan a la creación de empresas. Estos supuestos se ven reflejados en los datos presentados de los municipios objetivo del estudio.

Forma jurídica de la empresa

En su mayoría las empresarias participantes en el estudio declaran su condición de autónomas al frente del negocio, sin más socio/as e incluso, como se ha señalado anteriormente, sin empleado/as adicionales.

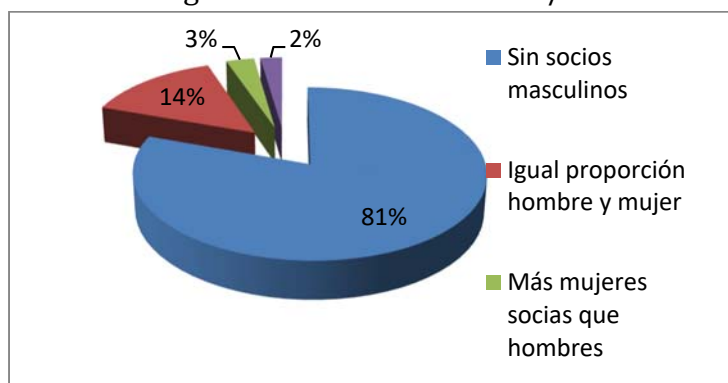
En cuanto a sociedades las fórmulas más habituales son las Sociedades Limitadas y las Sociedades Cooperativas. Conviene matizar que estas últimas son especialmente representativas en las empresas femeninas del ámbito agroindustrial.

Esta radiografía del emprendimiento femenino en municipios de menor población en Málaga coincide con el perfil a nivel mundial. Según el Informe Especial GEM sobre Emprendimiento Femenino es más habitual que los negocios dirigidos por mujeres opten por ser empresarias individuales y no tienen intención de sumar empleado/as en los próximos cinco años. Esta tendencia de empresas unipersonales común en Europa contrasta con EE.UU. donde esta opción es minoritaria y tanto hombres como mujeres optan por constituir sociedades.

Composición de la empresa según género de los socio/as

Por el enfoque del estudio, la composición de la empresa según el género de los socio/as ha resultado un dato muy revelador. Lo más habitual es que las empresas lideradas por mujeres presenten mayoría femenina, no obstante, hay que matizar que el 77% de las empresas no tienen más que un único socio/a, la empresaria que ostenta el cargo de administradora o gerente como autónoma. En la figura 4 se observa con detalle este aspecto. El 2% que representan empresas con mayoría de socios hombres, aunque la cabeza visible y legal de la empresa es una mujer es coherente con las cifras a nivel nacional y autonómico sobre la representatividad de mujeres en la dirección de las compañías respecto a los hombres.

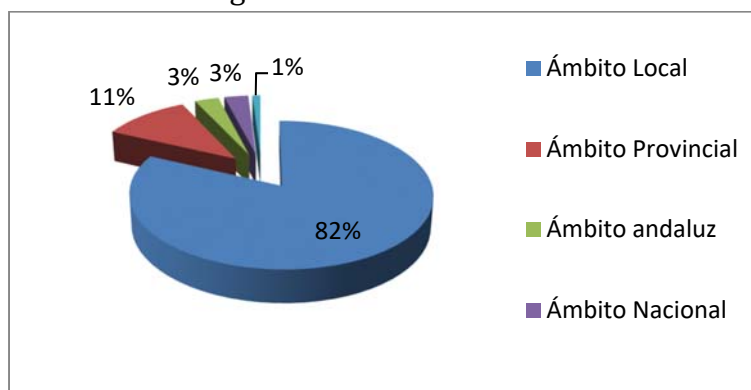
Figura 4. Género de los socio/as



Ámbito de actuación de la empresa

La mayoría de las empresas estudiadas son de ámbito local. El peso del ámbito provincial, andaluz y nacional dista mucho de acercarse al porcentaje que revela que la mayoría del tejido productivo satisface la demanda local. Por su parte, el porcentaje de empresas con ámbito internacional es casi imperceptible sobre el total, si bien es necesario insistir en que esta cuestión está estrechamente vinculada con las actividades empresariales mayoritariamente desarrolladas en los municipios menores de 20.000 habitantes en general y, por mujeres, en particular. Obviamente, los comercios, servicios profesionales o actividades relacionadas con la hostelería o salud y belleza ven, por su propia naturaleza, su ámbito de actuación está restringido al municipio o la comarca a la que pertenecen. No obstante, esta información ha servido para indagar sobre la brecha digital que aún persiste en negocios rurales. Si bien es cierto que no tiene sentido para todos los comercios participantes en la muestra contar con un portal de e-commerce se ha constatado que, incluso para aquellos que supondría una oportunidad, no lo contemplan e incluso ni siquiera disponen de una web básica o redes sociales.

Figura 5. Ámbito actuación



Tras esta caracterización general de las empresas femeninas incluidas en el estudio se van a analizar cuestiones vinculadas en la literatura sobre emprendimiento como frenos, obstáculos, condicionantes y factores determinantes en la decisión de emprender.

La información recogida se ha organizado atendiendo a cinco bloques:

- **Percepción sobre la figura del empresariado**

Las percepciones se refieren a ideas preconcebidas y estereotipos sobre lo que implica crear una empresa y convertirse en empresario/a. Vroom (1964) presenta la Teoría de la Expectativa/ Valoración que predice los niveles de motivación de los individuos en función de las asunciones previas sobre el hecho de emprender, así como sobre cómo se percibe a si mismo siendo capaz de alcanzar con éxito los objetivos vinculados a poner en marcha un negocio.

Se ha estudiado ampliamente que la percepción sobre la actividad emprendedora, los riesgos asociados a ella o incluso, la complejidad atribuida a desarrollar una actividad por cuenta propia puede suponer un freno sobre la intención y la acción de emprender. En diferentes foros y comisiones de trabajo de la OCDE se insiste sobre la necesidad de trabajar sobre el plano cognitivo a través de programas de sensibilización que puedan eliminar ciertas ideas preconcebidas que, en el caso de las mujeres, juegan un papel más influyente por su naturaleza más racional ante la decisión de emprender.

- **Motivaciones**

Con las preguntas de este bloque se identifican las motivaciones más frecuentes entre las mujeres empresarias. Es importante señalar que se detecta no solo un patrón similar en cuanto a las motivaciones, sino que además coincide con el perfil de emprendedoras presentado en informes como el GEM mujer. En este tipo de investigaciones se puntualiza cómo las motivaciones son un área de estudio especialmente interesante por las diferencias en éstas por el hecho de ser hombre o mujer.

- **Entorno socio-económico**

Nadie niega hoy la influencia que el entorno juega sobre el desarrollo socio-económico en general y, por ende, sobre la creación de empresas. En la literatura más relevante del tema destacan autores como Shapero (1985) que ponen especial énfasis no solo en las circunstancias del entorno sino en cómo éstas afectan o marcan las experiencias del individuo. Por otro lado, Krueger y Brazeal (1994) combinan tanto la idea del entorno como parte de las teorías que ponen un mayor

peso en las actitudes personales y la percepción de capacidad y eficacia para desarrollar con éxito el proyecto empresarial.

- **Desarrollo de negocio y estrategia**

Hay una prolífica línea de investigación centrada en qué estilos de liderazgo, estrategias e incluso tipo de negocios, son más frecuentes en el caso de la mujer que del hombre (Kalleberg and Leicht, 1991; Rosa et al., 1994; Cliff, 1998; Fleck et al., 2011). También destacar el trabajo de Baycan et al. (2003) que se centra en las posibilidades de crecimiento y tipo de resultados de las empresas lideradas por cada género. Con esta base, se han incluido preguntas que tratan de analizar la naturaleza de las decisiones de la mujer en su rol de empresaria. En todo caso, conviene subrayar la importancia concedida a una teoría muy significativa en los últimos años para plantear las preguntas de este bloque, la Teoría de la Efectuación. En resumen, se trata de un nuevo modelo de comportamiento en el ámbito del emprendimiento que destaca cómo cualquier persona emprendedora se ve influenciada de forma más decisiva por los distintos acontecimientos y situaciones de su entorno a la hora de poner en marcha el negocio que en planteamientos racionales basados en análisis de viabilidad más complejos. En definitiva, las oportunidades o dificultades que van descubriendo los/as emprendedores/as son lo que marcan la personalidad e incluso a la cartera de productos y servicios del negocio a lo largo de su existencia.

- **Rol de la mujer en la empresa**

Pese a los avances sociales en pro de la igualdad entre géneros aún hoy persisten ciertos patrones que siguen afectando a la distribución desequilibrada entre hombres y mujeres empresarios/as. Se produce una contradicción entre la creencia fundamentada de que el fenómeno del emprendimiento femenino es un impulso clave en el desarrollo económico y, que además favorece la diversidad, la innovación y la sostenibilidad (Nissan et al., 2012) y las estadísticas que periódicamente presenta el Global Entrepreneurship Monitor. Aunque en países con mayores índices de desarrollo la brecha entre el emprendimiento masculino y femenino acorta distancias sigue siendo necesario prestar atención a cuestiones derivadas de la socialización de estos dos grupos de personas. La diferencia de géneros ha consolidado durante siglos los estándares sociales que terminan estableciendo casi de forma automática el orden entre hombre y mujer. En este bloque se incluyen dos preguntas que tratan de reconocer si la evolución de los últimos años se traduce en el cambio de percepción sobre estereotipos o roles que, asociados a la mujer, trascienden de la carga biológica, afectan a la repetición de patrones y, en cierta medida, son un condicionante de cara a la creación y dirección de una empresa propia.

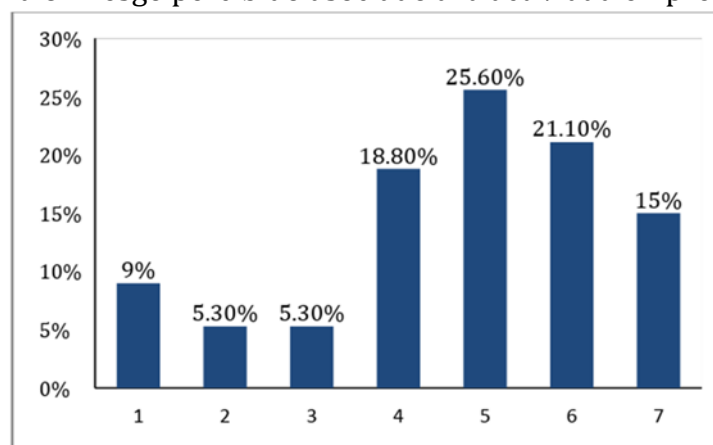
PERCEPCIONES SOBRE LA FIGURA DEL EMPRESARIADO Y EL DESARROLLO DE SU ACTIVIDAD

Riesgos percibidos a la hora de ser empresaria

La percepción del riesgo es a menudo tema de análisis. Curiosamente en culturas donde la aversión al fracaso es menor y se entiende éste como una forma de crecimiento personal y aprendizaje, el riesgo percibido y tanto la intención como la acción emprendedora aumentan. Por su parte, España no es uno de los países que más destaca a este respecto, al contrario, la población en general suele ser cautelosa y reacia a acometer proyectos que entrañen riesgos, de forma concreta, la creación de empresas está en esa categoría. Asimismo, focalizando la atención en las mujeres parecen ser más comedidas y racionales con lo que evalúan los riesgos exhaustivamente antes de lanzarse a iniciar una aventura empresarial. En cierta medida, esta característica de su personalidad condiciona el número de intenciones emprendedoras convertidas finalmente en empresas.

En el estudio, todas las mujeres encuestadas poseen una empresa, pero, aun así, se observa en la figura 6 cómo los valores más altos de la escala 4, 5, 6 y 7 concentran el mayor número de respuestas. En general, las empresarias de la provincia de Málaga confiesan que existe un miedo considerable a que esa apuesta personal no salga bien.

Figura 6. Riesgo percibido asociado a la actividad empresarial



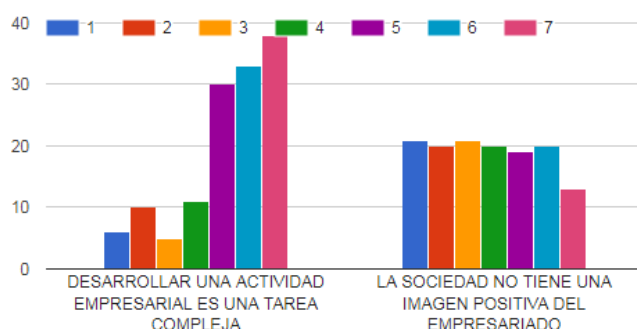
Como consecuencia de lo anterior y en base a estudios de ámbito académico y práctico se presupone que las mujeres empresarias van creciendo y ampliando el negocio, pero condicionadas por esta percepción del riesgo que las caracteriza y las define en su rol de empresarias.

Condicionantes percibidos derivados de la acción de emprender

De manera general las empresarias de la muestra consideran que desarrollar una actividad empresarial es una tarea compleja. En la figura 7 se observa con claridad cómo la mayor parte de las respuestas se concentran de nuevo en los valores de 5 a 7.

Respecto a la imagen que consideran se le atribuye por parte de la sociedad al empresariado no hay una tendencia clara en ninguno de los extremos. Al parecer, hay quienes piensan que la visión del empresario/a es negativa y otras que bastante positiva. En relación a este ítem no podemos extraer una conclusión única. En todo caso, puede significar que a nivel social no exista un consenso sobre la figura del empresario/a, conviviendo ideas sobre que es una figura con connotaciones negativas que prioriza el lucro ante cualquier otra cuestión con otras que reconocen el papel dinamizador en la economía y para la generación de empleo que representa.

Figura 7. Condicionantes percibidos de la actividad emprendedora



PERCEPCIONES SOBRE LO QUE IMPLICA SER EMPRESARIA

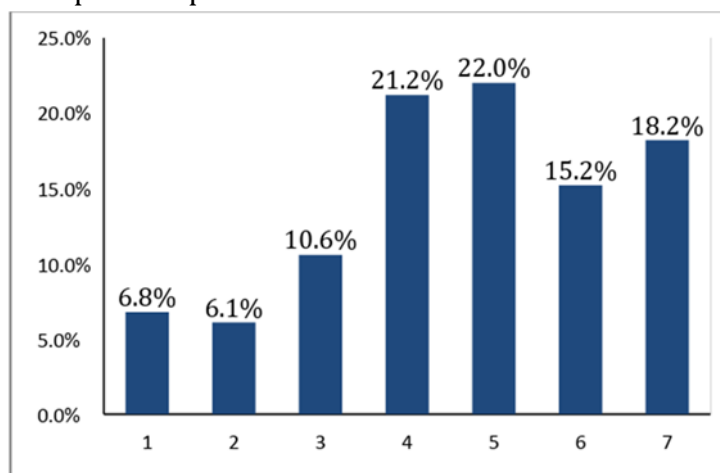
Continuando con las percepciones, pero ahora centrándonos en un plano más personal sobre cómo se sienten las empresarias sobre diferentes aspectos desentrañamos aspectos muy significativos sobre la visión de la mujer sobre su propia actividad económica como empresaria.

Autoconfianza en capacidades

En primer lugar, fundamentando esta pregunta en las numerosas referencias a la autoconfianza, autoeficacia y percepción del control del comportamiento (Bandura, 1977; Azjen, 1991) destaca los valores 4 y 5 como los más frecuentes. Si se realiza la media de esta pregunta, el valor resultante (3,57) deja evidencia que de forma general las empresarias identifican ciertas debilidades en sus capacidades en el momento de la puesta en marcha del negocio. Esta cuestión no es

exclusiva del empresariado femenino de Málaga, sino que, según numerosos estudios, las mujeres suelen ser más críticas y tener más dudas sobre su eficacia al frente de un negocio. Es por ese motivo por lo que a nivel internacional se lanzan programas de capacitación no solo basados en conocimientos de gestión y administración de empresas para mujeres, sino que se trabaja con ellas para fomentar la autoconfianza, percepción de ejecución exitosa de su actividad, etc.

Figura 8. Capacidad percibida en el momento de iniciar la actividad

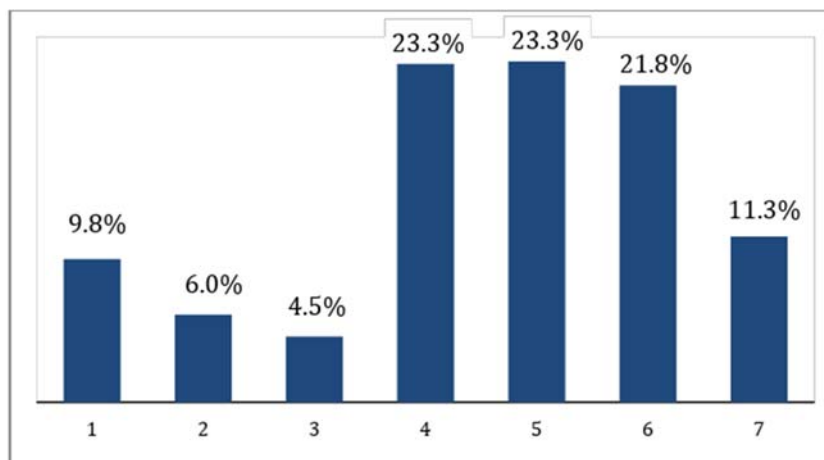


Los hallazgos de este estudio están en línea a los resultados del *Informe Especial GEM sobre Emprendimiento Femenino (2017)* que refleja que la mayoría de las mujeres en las economías impulsadas por la innovación no se creen capaces de emprender (casi un 35% frente al 67% en las economías menos estructuradas), a pesar de poseer altos niveles educativos.

Autonomía

Las empresarias de los municipios menores de 20.000 habitantes de la provincia de Málaga consideran que ser empresarias les concede un nivel de autonomía medio y medio-alto. En la figura 9 se refleja cómo se distribuyen los porcentajes respecto a una escala de 1 a 7. Comparativamente de la opción de trabajo por cuenta propia se derivan ciertos privilegios concedidos sobre la autonomía económica, de decisión... pero aún la respuesta no es rotunda y se aprecian entre las empresarias ciertos condicionantes.

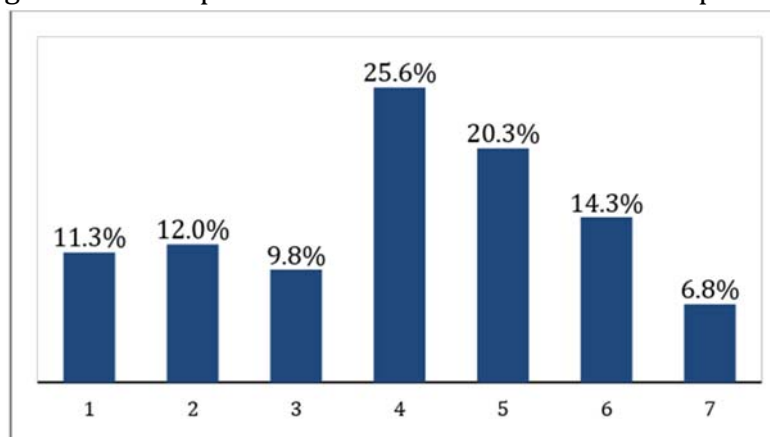
Figura 9. Nivel de autonomía



Estatus social y económico

Las empresarias participantes no perciben que su estatus sea superior por el hecho de ser empresarias. Prefieren optar por valores intermedios, siendo 4 y 5 los dos puntos de la escala que concentran mayor número de respuestas (figura 10). No destacan ni disfrutar de un estatus económico ni de reconocimiento social derivado de su actividad alto.

Figura 10. Percepción del estatus derivado de ser empresaria



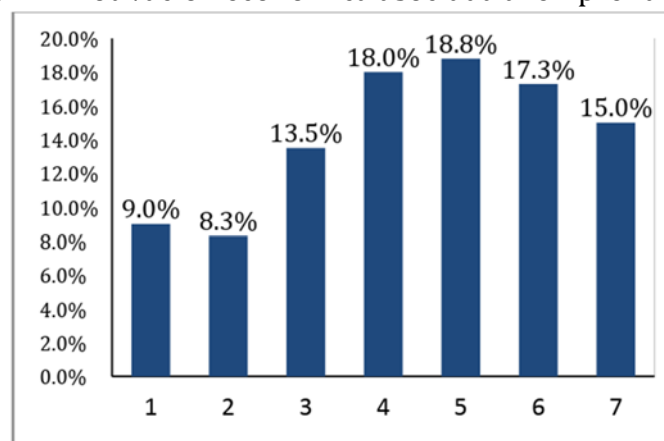
La media de esta pregunta es 4,07 lo que refuerza esta afirmación y, de algún modo, constata que la naturaleza de los negocios de la provincia es de pequeña dimensión tanto en cuanto a trabajadores/as como respecto a la facturación con lo que el volumen económico no es un aspecto a destacar. Por otro lado, se insiste en la idea de que la imagen del empresariado en Málaga no está especialmente desarrollada para que se vincule de manera automática con un referente positivo a nivel social. Esta cuestión será objeto, en la parte final del estudio, de propuestas específicas de difusión por parte de diferentes agentes sociales y principalmente de los medios de comunicación. No obstante, se subraya que no es una

circunstancia circunscrita a la provincia de Málaga, sino que son numerosas las demandas de valorizar la figura del empresario/a, promoverla como referente social positivo lo que implicaría un aumento del “orgullo” de ser un agente dinamizador de la economía.

Motivación económica

El ánimo de lucro parece una consecuencia lógica de cualquier actividad empresarial, si bien es cierto que en los últimos tiempos el componente social y el peso de la responsabilidad social empresarial y la ética ganan peso; lo uno no contradice la aspiración lícita de generar beneficios como resultado de los esfuerzos, recursos y tiempo invertidos en un negocio propio. Esta cuestión básica ha sido analizada desde la perspectiva del hombre y la mujer demostrando que la importancia atribuida al componente económico es muy superior en el caso masculino. Esta cuestión se incluyó en el cuestionario para analizar la visión femenina en la provincia constatándose que los valores más altos de la escala son los más representativos, concentrando más del 50% de las repuestas. No obstante, hay que subrayar que los valores más bajos (1-3) representan un 30% con lo que podría existir un cierto sentimiento negativo hacia la idea de ser empresaria con la finalidad de conseguir dinero o bien existen otros elementos de peso que le quitan protagonismo a la motivación económica a la hora de emprender y desarrollar la actividad empresarial.

Figura 11. Motivación económica asociada al emprendimiento

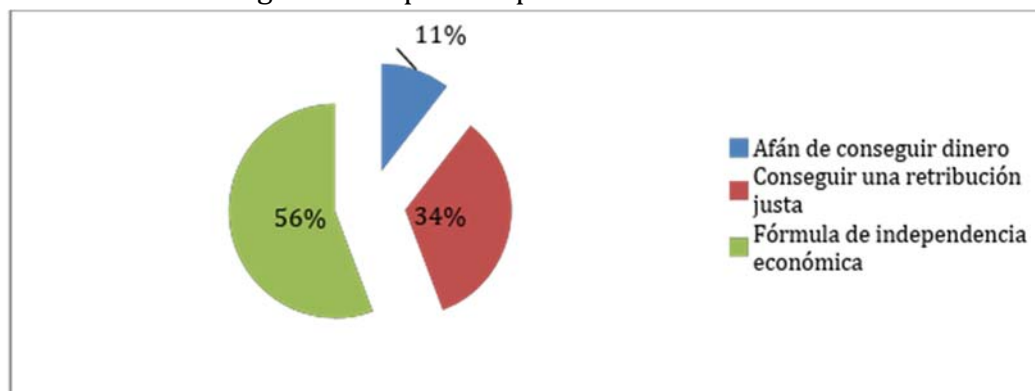


Aspiraciones económicas

Precisamente para matizar lo comentado anteriormente se introdujo una pregunta relativa a las aspiraciones económicas derivadas de la actividad empresarial realizada. La figura 12 muestra como ninguna empresaria niega la importancia de un resultado económico que compense su apuesta personal pero el deseo de

“conseguir dinero” solo representa el 10%, encontrar la independencia económica (54%) y conseguir una retribución justa (36%) son respuestas más habituales entre las empresarias. La relativa a la independencia confirma un cambio en la posición social de la mujer en la sociedad y su necesidad personal de realizarse como persona desarrollando una actividad económica viable. Por su parte, la idea de conseguir una retribución justa tiene una relación directa con preguntas relativas a la situación de partida de las empresarias, en algunos casos porque deciden montar su negocio tras una experiencia laboral “negativa” o parten de una situación de desempleo o confiesan cierta dificultad para encontrar un empleo.

Figura 12. Tipo de aspiraciones económicas



Reconocimiento social o valores sociales positivos

Con la última pregunta de este bloque reafirmamos el componente más social percibido por las mujeres sobre el emprendimiento. De manera general, el ejercicio de una actividad económica por cuenta propia proporciona un estatus económico, un posicionamiento social y una ampliación de las redes de la persona emprendedora, en cambio, para las empresarias de la provincia esta idea solo es más relevante en el 9% de los casos. El 91% restante consideran que la idea que les transmite ser empresaria está más vinculada con valores como esfuerzo, honestidad, creación de empleo, dinamización de la actividad económica de su municipio...

MOTIVACIONES PARA EMPRENDER

A continuación, nos centramos en las motivaciones que llevaron a las mujeres del estudio a poner en marcha su negocio.

Decisión de emprender

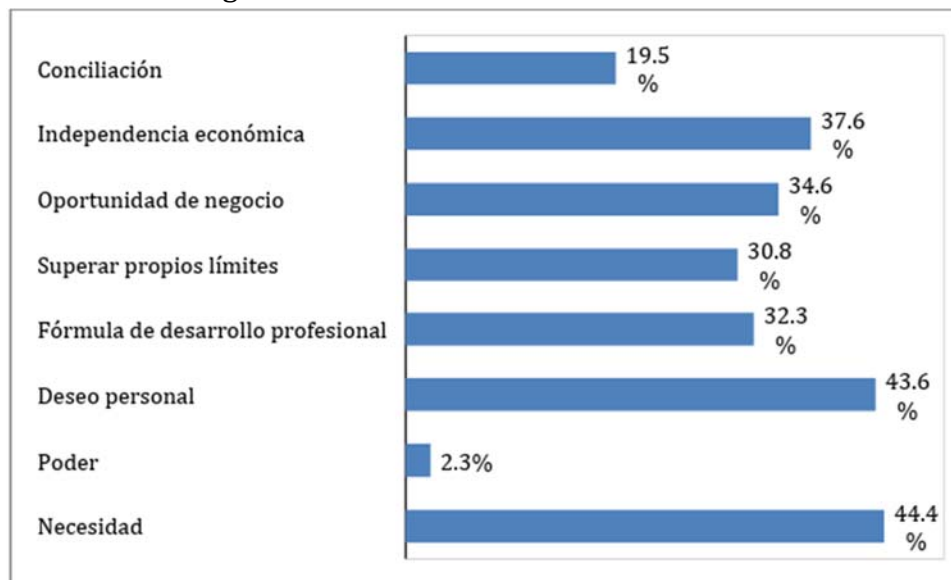
En el 55% de los casos las empresarias reconocen que fue una decisión inesperada que puede considerarse más consecuencia de las circunstancias que de una inquietud o convencimiento previo. En segundo lugar, se posicionan las que

pueden considerarse empresarias por vocación (36,1%), es decir, mujeres que siempre habían querido montar una empresa y afirman haber tenido claro que ese era su camino en la vida. Por último, hay un porcentaje (24,8%) que reconocen haber tenido una intención “intermitente” y se sienten identificadas con la siguiente afirmación “me rondaba la cabeza, pero no estaba muy convencida hasta que finalmente di el paso”.

Principales motivos para iniciar la empresa

Analizando los principales motivos para iniciar una empresa se ha identificado un patrón común en el caso de la empresaria malagueña. Ésta era la única pregunta del cuestionario que permitía elegir un máximo de 3 opciones. En la figura 13 se puede ver la distribución de los porcentajes según el motivo. La decisión de poner en marcha un negocio parece estar principalmente relacionada con una necesidad por parte de la empresaria, seguida muy de cerca del deseo personal. En este sentido, se observa la influencia tanto de las circunstancias como la predisposición basada en el convencimiento personal de que el trabajo por cuenta propia puede ser un buen escenario. En consonancia con lo anterior, las tres opciones más elegidas son la búsqueda de la independencia económica, vinculada estrechamente con la necesidad, la identificación de una oportunidad de negocio, así como ver en el emprendimiento una fórmula de desarrollo profesional de la que se derivan tanto la posibilidad de superar los propios límites como encontrar un equilibrio entre la vida profesional y familiar (conciliación). Que la identificación de una oportunidad sea una de las opciones más significativas va en línea a los últimos resultados del *Informe Especial GEM sobre emprendimiento femenino (2017)* que pone de manifiesto que el 70% de los negocios de mujeres en España se inician como resultado de una oportunidad. Adicionalmente, el patrón sobre la ratio de mujeres que confiesan haber iniciado su empresa por necesidad sigue la línea de lo evidenciado en el citado informe GEM. A nivel general, las mujeres que emprenden por necesidad en el mundo superan en un 20% a los hombres. En España, la tasa de españolas que han decidido emprender por necesidad se ha mantenido estable en los dos últimos años (25,1%).

Figura 13. Motivos de inicio de la actividad



ENTORNO SOCIO-ECONÓMICO

Las alusiones al entorno socio-económico como facilitador o detractor del fenómeno del emprendimiento laboral ha concentrado desde antaño el interés de científico/as y responsables de políticas de desarrollo. En este sentido, conocer hasta qué punto los diferentes factores son evaluados desde la perspectiva de las empresarias puede aportar una información muy útil para diseñar programas y acciones efectivas en materia de creación de empresas.

Entorno Laboral

Influencia de un entorno laboral

En líneas generales la existencia de un entorno laboral complejo influye positivamente en el índice de creación de empresas. La dificultad de acceso a un puesto de trabajo o unas altas tasas de desempleo propician que las personas evalúen y terminen iniciando un negocio. Se considera una consecuencia de las circunstancias socio-laborales común para hombres y mujeres. En todo caso, numerosos estudios puntualizan que en el caso de la mujer esta cuestión es más acuciante porque la creación de una empresa, en contra de la creencia generalizada, puede hacer factible la convivencia de la faceta profesional y su condición de mujer y madre. Es precisamente esta experiencia vital en el caso de muchas mujeres la que marca un punto de inflexión en la adopción de esta decisión. En los últimos años está cobrando interés y no solo se traduce en un mayor número de estudios en esta línea, sino que movimientos internacionales

como las redes de *mumpreneurs* o *emprendemadres* están cobrando fuerza y visibilidad.

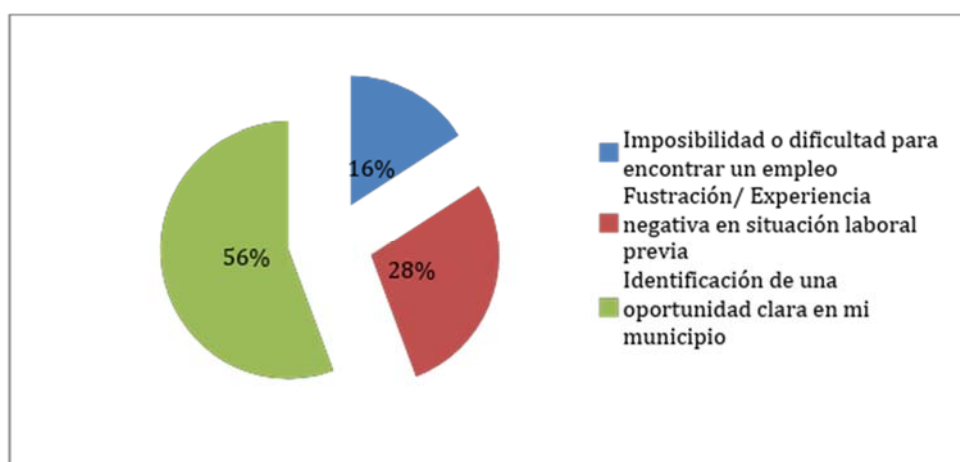
Entre las mujeres de la provincia de Málaga, las opiniones son muy dispares y no encontramos una visión compartida muy clara a este respecto. Mientras hay un grupo de empresarias que consideran que un entorno laboral complejo tiene poca influencia en la decisión de emprender (25,6%), más de un 32% consideran que tiene una influencia media-alta, alta o muy alta.

Situación previa

Con la intención de contrastar si esa visión general era coherente con su experiencia personal en el momento de iniciar su actividad se incluyó una pregunta para conocer la situación previa a ser empresarias.

La figura ilustra con claridad cómo la mayoría de empresarias relacionan el momento de inicio de la actividad con la identificación de una oportunidad clara de negocio en su municipio, con más del 50% de las respuestas. Por su parte, casi un 30% de la muestra confiesa haberse convertido en empresaria como consecuencia de una experiencia laboral negativa o como resultado de una frustración en su carrera profesional. En último lugar, encontramos a las empresarias que han puesto en marcha su negocio ante la dificultad de encontrar un empleo para desarrollarse en el plano profesional.

Figura 14. Empresarias según situación previa al negocio

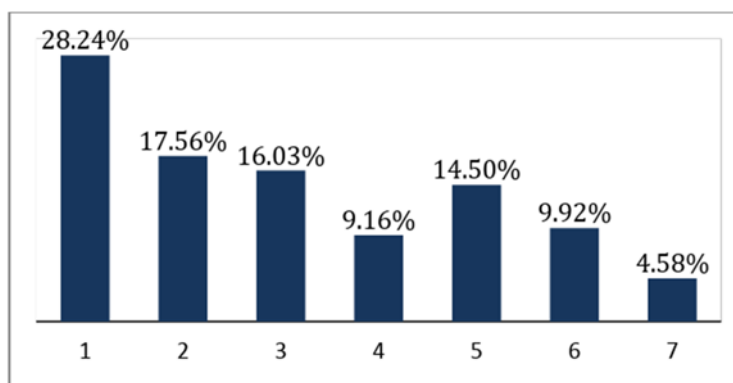


Apoyo institucional y financiero

Instituciones y programas

Las empresarias del estudio comparten una visión crítica sobre el número de instituciones y programas de apoyo a la creación de empresas. Como se observa en la figura 15, el mayor número de respuestas se concentra en los valores más bajos de la escala (62%). El acceso o la información disponible sobre estos instrumentos puede ser la causa de esta percepción generalizada en el ámbito del emprendimiento femenino en núcleos de población más reducidos.

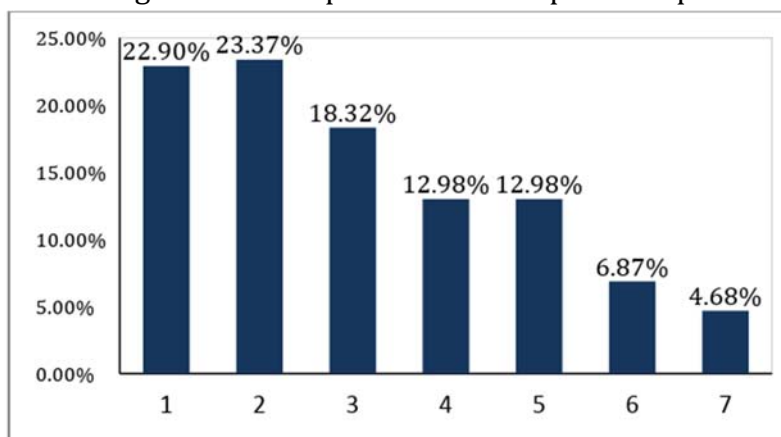
Figura 15. Percepción sobre instituciones y programas de apoyo al emprendimiento



Programas específicos para mujeres emprendedoras

En línea con lo anterior, se considera que los programas específicos para mujeres son escasos. Coinciden con la pregunta anterior que el 62% de las empresarias participantes se posicionen en los valores más bajos de la escala.

Figura 16. Programas de emprendimiento específicos para mujeres

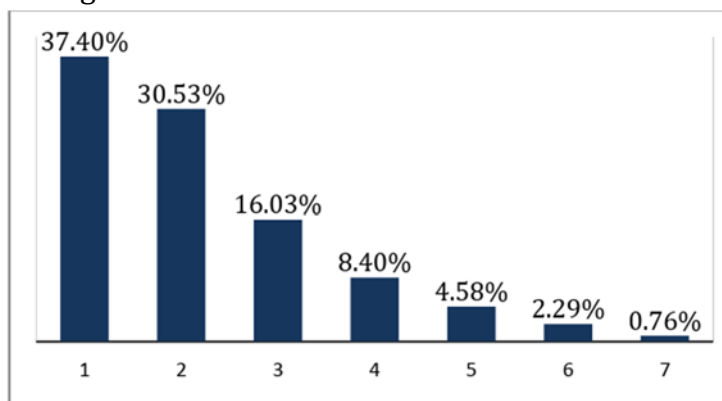


Acceso a la financiación

En cuanto al acceso a la financiación, las empresarias consideran que no solo es complejo, sino que existen muchas dificultades para conseguir la financiación requerida tanto para el inicio de la actividad como para su desarrollo. En la siguiente figura se evidencia no solo la concentración en los valores más bajos (84%) de la escala sino la escasa representación de los valores 6 y 7 de esta pregunta (3%).

En este sentido, parece necesario no solo trabajar en productos financieros adaptados a los negocios en los municipios de menor número de habitantes, sino que la información sobre fórmulas de financiación alternativas puede ser una línea sobre la que trabajar para facilitar a las empresas su puesta en marcha y desarrollo.

Figura 17. Facilidad de acceso a la financiación



Instalaciones para el desarrollo de la actividad económica

Los porcentajes siguen un mismo patrón cuando se pregunta a las empresarias si consideran que existen instalaciones disponibles que fomenten la actividad emprendedora (incubadoras, espacios de co-working). Casi el 82% opinan que son prácticamente inexistentes o muy escasas. En todo caso, conviene matizar que se suele hacer una comparación respecto a las infraestructuras de apoyo al emprendimiento concentradas en la capital, así como se explica esta percepción porque el tipo de negocios tipo en estos municipios no suele ser muy idóneo para este tipo de instalaciones: hostelería y restauración, comercio...

Condiciones socio-económicas

No admite discusión que unas condiciones socioeconómicas favorables animan la actividad productiva en general y aumenta la ratio de empresas creadas puesto que las expectativas y previsiones de desarrollo del negocio tienden a ser más

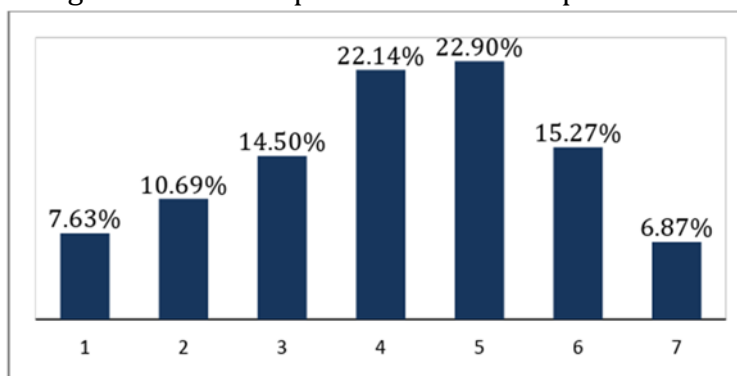
favorables que en momentos de crisis. En todo caso, como se ha mencionado con anterioridad, las épocas de coyuntura económica pueden ser también un revulsivo para la puesta en marcha de negocios, en este caso, no tanto como consecuencia de un clima optimista sino precisamente para solventar una situación negativa que afecta a la capacidad de desarrollo económico y personal de una parte de la población. No obstante, cuando se analizan estas cuestiones se hace con una perspectiva integral, es decir, no solo se contemplan las condiciones económicas sino la imagen transmitida del empresariado en medios de comunicación, redes de apoyo empresarial... A continuación, se incluyen aquellos factores considerados más relevantes en este estudio:

Actitud positiva hacia las personas emprendedoras

¿Hasta qué punto las personas emprendedoras son un referente positivo en la sociedad? Esta pregunta puede condicionar la predisposición o aversión a la creación de empresas, así como el sentimiento de orgullo o no a ese colectivo.

En la provincia de Málaga las posiciones no están muy definidas siendo los valores centrales de la escala los más elegidos. Esta situación nos puede hacer pensar que no existe una postura muy clara ni a favor ni en contra del empresario/a. Más bien parece una figura sobre la que no se hace demasiada publicidad, ni en el buen ni el mal sentido. Esta idea vuelve a poner de relieve la importancia de poner en valor la figura del empresariado socialmente como punto de partida para trabajar sobre la intención emprendedora y el reconocerlo como agente dinamizador de la economía.

Figura 18. Actitud positiva hacia el empresariado

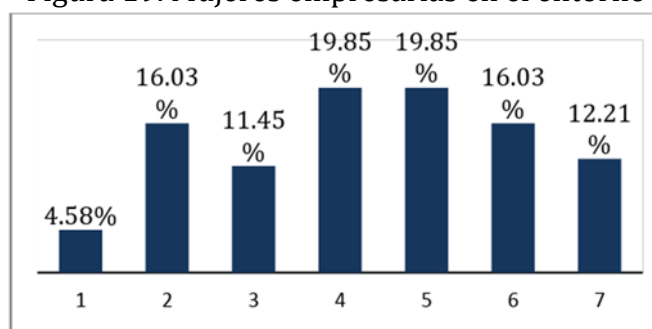


La presencia y reconocimiento de mujeres empresarias

Esta pregunta pretendía indagar sobre si las mujeres se sienten más motivadas cuando hay otras mujeres empresarias en su entorno cercano, así como si alguna de éstas se considera un referente positivo. Aunque las respuestas se encuentran

dispersas en los distintos valores de la escala, hay un número importante centrado en los valores intermedios (4 y 5) y casi con una distribución idéntica en porcentaje encontramos a un grupo de empresarias que consideran que la existencia de mujeres empresarias en el entorno cercano tiene poca influencia frente a un grupo que considera que sí ejerce un efecto positivo o muy positivo.

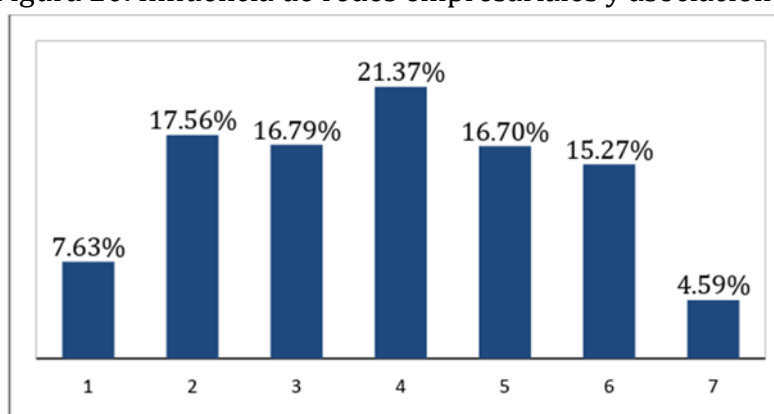
Figura 19. Mujeres empresarias en el entorno



Redes empresariales y asociaciones

Siguiendo un patrón de comportamiento parecido a la cuestión anterior, las empresarias no presentan un nivel de acuerdo respecto a la influencia positiva que ejerce la existencia de redes empresariales y asociaciones. Del mismo modo, hay un grupo de empresarias que consideran positiva su existencia, probablemente tengan alguna vinculación con las mismas; mientras otras dudan que su aportación sea relevante para su actividad empresarial.

Figura 20. Influencia de redes empresariales y asociaciones

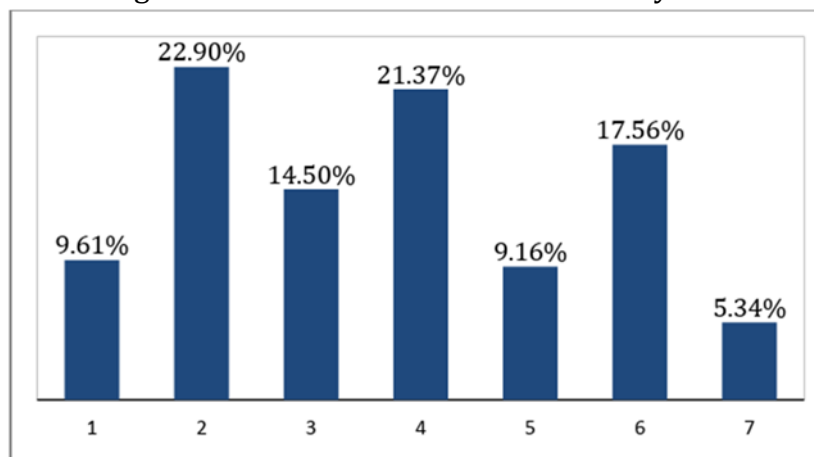


Proporción de pequeñas empresas

Desde la perspectiva de las empresarias malagueñas, la existencia de pequeñas empresas no parece condicionar ni positiva ni negativamente el fenómeno del emprendimiento. Parece interpretarse simplemente como un elemento que

caracteriza el tejido productivo de la región sin más trascendencia sobre la intención emprendedora.

Figura 21. Influencia de un entorno de Pymes



Crecimiento económico actual

Por último, el crecimiento económico actual no influye sobre el emprendimiento. La impresión de las empresarias es que la idea de montar una empresa no depende tanto del entorno sino del deseo y las circunstancias personales. Así, más del 55% de las empresarias consideran que el crecimiento económico actual no condiciona el número de empresas creadas. Por su parte, casi un 20% se posicionan en un nivel medio que podría interpretarse como un cierto nivel de duda sobre si el efecto es positivo o negativo. Finalmente, un 20% de las empresarias sí consideran un factor influyente para animar el crecimiento de número de negocios, pero en ningún caso con el valor más alto de la escala.

DESARROLLO Y ESTRATEGIA DEL NEGOCIO

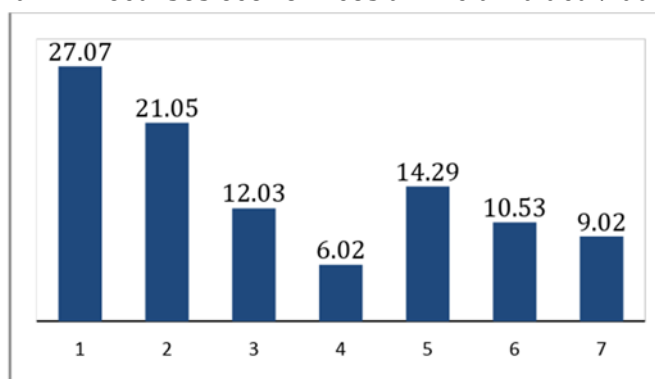
El interés por conocer por qué y cómo alcanzan la viabilidad y son sostenibles en el tiempo ha ocupado la atención de responsables de políticas de desarrollo, académicos y gestores empresariales. Encontrar claves y patrones comunes que puedan orientar la toma de decisiones y la estrategia puede asegurar un avance y proporcionar una herramienta efectiva para minimizar el índice de fracaso empresarial. En este caso, la idea es centrarse en cómo dirigen, administran y gestionan las mujeres en municipios menores de 20.000 habitantes sus empresas. Apoyados en las corrientes más recientes sobre emprendimiento se ha querido incluir la perspectiva de la Teoría de la Efectuación como marco de análisis. El entorno especialmente rural en el que se desarrollan las actividades económicas objeto de estudio convierte en especialmente idóneo este enfoque. De forma resumida, la Teoría de la Efectuación propuesta por Sarasvathy (2001) pone en

tela de juicio que el empresariado desarrolle su actividad y estrategia únicamente basado en el racionalismo. Desde su punto de vista, esto simplificaría en exceso el proceso de toma de decisiones en un entorno tan dinámico o cambiante como la empresa y encasillaría al empresariado y al propio espíritu empresarial. En este sentido, el empresario/a va marcando el avance de su negocio barajando un conjunto de decisiones dinámicas y a la vista de las múltiples interacciones que se producen desde el inicio de la idea con el mercado, entorno, redes personales, etc. En consecuencia, las elecciones dependen de cómo administra sus actividades rutinarias en función de los recursos de los que dispone o percibe en su ámbito de competencia. Así, la incertidumbre, el análisis del fracaso, la creatividad, entre otras, guían a la persona emprendedora caracterizándola a lo largo de toda su trayectoria.

En base a lo anterior, se incluyen 7 preguntas en el cuestionario que pretenden estudiar cómo las aspiraciones, experiencias de vida, motivaciones y objetivos configuran la identidad del empresariado femenino de la provincia y cómo esto precisamente se traduce en cómo adoptan las decisiones sobre el crecimiento y desarrollo de la empresa.

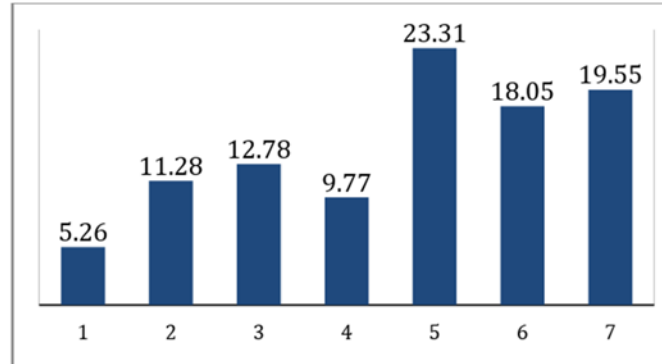
La primera cuestión se centraba en la existencia de los recursos necesarios para acometer la actividad. Como se observa en la figura 22, en su mayoría no contaban con una financiación propia que apoyara esa puesta en marcha. Los valores más bajos son los que concentran la mayor tasa de respuesta, aunque existe un número aproximado de 36 mujeres en toda la muestra que manifiestan haber tenido los recursos necesarios en el momento de creación de la empresa.

Figura 22. Recursos económicos al iniciar la actividad (%)



A continuación, se puntualiza la situación manifiesta en la pregunta anterior. En este caso, se intenta conocer si las empresarias parten de una idea/proyecto y a partir de su convencimiento sobre su posible viabilidad buscan los recursos materiales, humanos... necesarios para su puesta en marcha.

Figura 23. Idea/Búsqueda recursos (%)

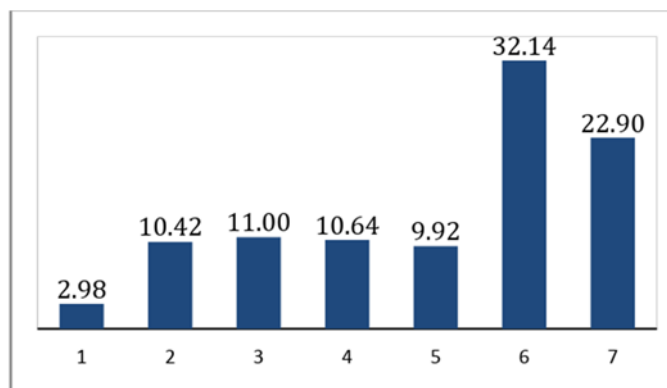


Tal y como ilustra la figura 23, de forma mayoritaria las empresarias indican que contaban con una idea de negocio y a partir de ella se gestionó la financiación para ponerla en marcha. En torno a un 61% de las empresarias se posicionan en esta situación respecto a un 30% que no tenían ni una idea definida ni los recursos necesarios previamente a convertirse en empresarias.

La tendencia general entre el empresariado femenino de la provincia es desarrollar un negocio partiendo de una idea ajustada a sus preferencias, especialización o a la detección de una oportunidad concreta pero la cartera de productos y servicios asociados al negocio está definida antes de comenzar la actividad y parece seguir una línea coherente a lo largo de la vida del negocio. En este sentido, no se han detectado muchas empresarias que se identifiquen con la idea de la “experimentación” hasta encontrar la propuesta de productos y servicios definitivos con los que operar en el mercado. En esta categoría sólo hay un 20%. El resto o tenían claro o muy claro qué iban a hacer (70%) o asumiendo cierta incertidumbre con una cartera de productos y servicios básicos han ido incorporando o eliminando como resultado de esa prueba-error con su mercado objetivo.

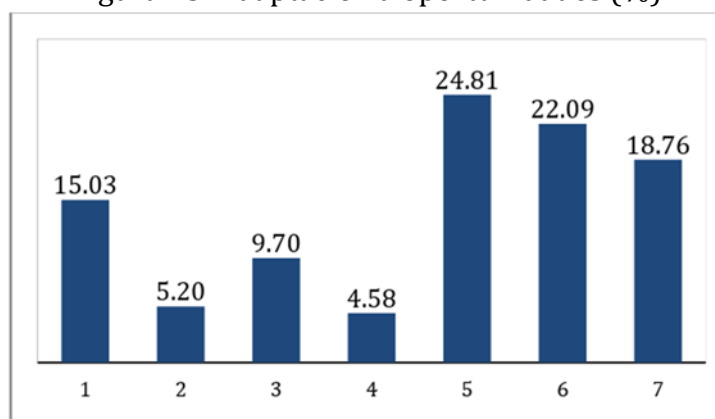
La claridad de la idea de negocio está relacionada en el caso del empresariado femenino en los municipios estudiados con el conocimiento o proximidad a nivel de conocimientos/experiencia con la actividad a la que han acabado dedicándose como empresarias. No obstante, tal y como se puede comprobar en la figura 24, hay un núcleo de empresarias significativo que se han lanzado a la aventura empresarial poniendo en marcha negocios no directamente vinculados con actividades con las que estuvieran familiarizadas o formadas.

Figura 24. Nivel de conocimiento de la actividad por parte de las empresarias (%)



En consonancia con esta idea, las empresarias en los municipios menores de 20.000 habitantes de la provincia consideran que han ido desarrollando su actividad adaptándose continuamente a las oportunidades y demandas que iban detectando a medida que su negocio avanzaba. En la figura 24 queda patente como en líneas generales las empresas intentan estar alerta a las oportunidades que van surgiendo y se adaptan a ellas. Si bien hay un grupo de empresarias menos flexibles a esa adaptación, pudiéndose deber a tres circunstancias: acierto desde el inicio con cartera de productos o servicios, inmovilismo hacia el cambio o bien dificultad para detectar oportunidades.

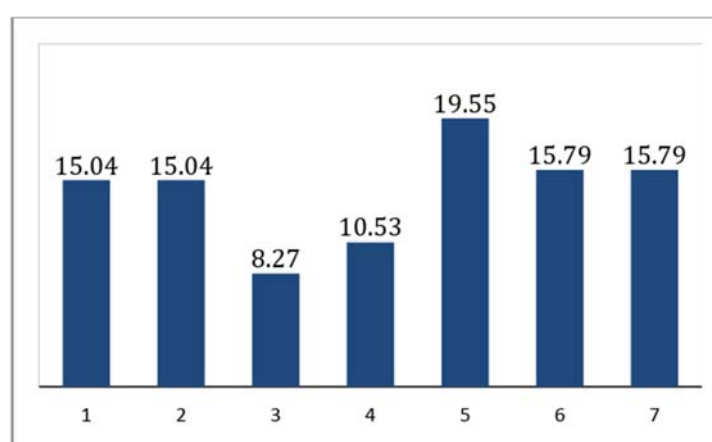
Figura 25. Adaptación a oportunidades (%)



En la literatura es frecuente referirse a las redes de contactos del emprendedor/a como un elemento facilitador en la creación y primeros pasos de la actividad (Burt, 2000; Davison y Honing, 2003; De Carolis y Sarapito, 2006). Asimismo, son numerosos/as los/as autores/as que al aplicar una perspectiva de género sobre este aspecto comprueban que los contactos y las redes de las que disponen las mujeres son más escasas y modestas con lo que tienen un hándicap a este respecto (Quevedo et al., 2010; Shinar et al., 2012).

En el caso concreto de las empresarias malagueñas este patrón se repite. Los contactos no parecen haber sido decisivos ni a favor de la puesta en marcha de la empresa ni durante su desarrollo. La media en esta pregunta es 3, lo que manifiesta una influencia media-baja de este factor. En cualquier caso, conviene señalar que se identifican dos extremos diferenciados en torno a esta pregunta, quizás esto ponga de manifiesto que la personalidad o actitudes de la emprendedora sean lo más influyente para que ésta disponga y utilice su red de contacto como apoyo y facilitador del negocio.

Figura 26. Influencia de la red de contactos para el negocio (%)

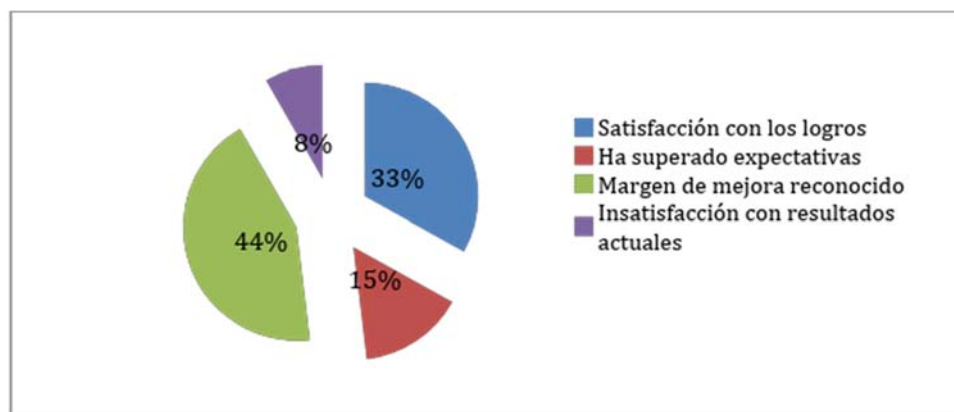


Esta cuestión es un elemento a trabajar porque son numerosas las investigaciones que revelan que allí donde las mujeres tienen una red de contactos más nutrida, especialmente con otras emprendedoras, hay tasas más altas de emprendimiento femenino.

Para cerrar este bloque se ha incluido una pregunta de valoración sobre el nivel de satisfacción con su rol de empresaria y los resultados de la empresa. En la figura 27 queda claro que en general el nivel de satisfacción es aceptable, más de un 33%, reconocen no solo estar satisfechas con sus logros como empresarias sino estar justo donde querían estar. Por su parte, hay empresarias que se muestran felices con su naturaleza de empresarias, pero tienen la sensación de que les queda mucho por hacer, aún no han conseguido alcanzar los resultados deseados (43,6%). En todo caso, esto se plantea a menudo como una característica común en la persona emprendedora. Una vez se inicia la actividad la aspiración por mejorar y crecer son casi intrínsecos a este rol. Por último, conviene señalar los dos porcentajes más bajos, un 15% atribuido a mujeres que han encontrado en su carrera empresarial más cosas positivas que las que esperaban cuando se iniciaron en ello y, un 8% que se muestran más negativas frente a su situación confesando

que los resultados de la empresa no son muy alentadores pese a que mantienen la actividad.

Figura 27. Distribución del empresariado femenino según su nivel de satisfacción



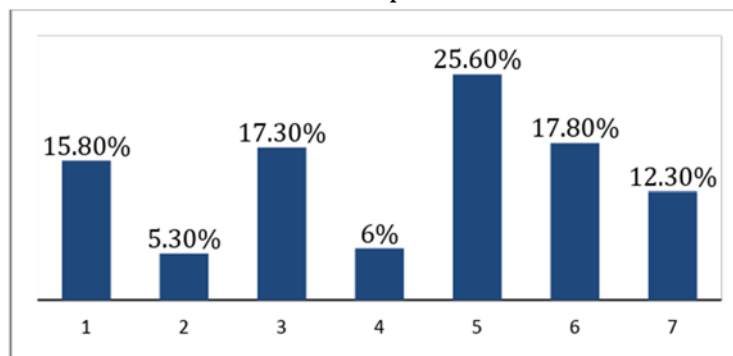
ROL DE MUJER Y EMPRESA

La visión femenina del emprendimiento en la provincia se cierra precisamente respondiendo a dos preguntas que focalizan la atención de la condición que tienen las mujeres de sí mismas y cómo perciben su desempeño como empresarias respecto a los hombres, así como cuánto influyen las tareas comúnmente asociadas a las mujeres respecto al hogar y la familia.

Ambas preguntas reflejan una percepción menos crítica del entorno y una idea de corresponsabilidad familiar positiva. No obstante, parece que el peso de la socialización y los roles y estereotipos resultantes de ésta en lo que respecta al género siguen teniendo un peso importante.

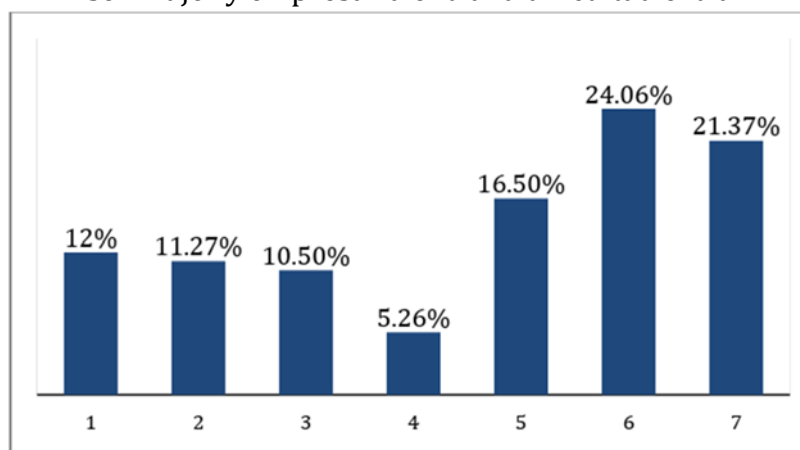
Así, en la figura 28 se evidencia que hay un porcentaje del 45,7% de las empresarias que consideran que las tareas socialmente atribuidas a la mujer influyen de forma clara en el desarrollo empresarial. Conviene matizar que no se refiere a que los resultados de la empresa o la dedicación a la misma no sea similar a la de los hombres, sino que implica un reto doble porque la dedicación al desarrollo de la carrera empresarial está compartida con otros roles que la vida de la mujer tienen un peso notable, como ser madres o las tareas domésticas. El grupo de mujeres que consideran que actualmente la influencia es baja o muy baja oscila en torno al 38%. A todas luces, parece que la experiencia personal de cada empresaria marca la percepción de la carga vinculada a su condición de mujer, es decir, depende del apoyo o posibilidad de afrontar las cargas familiares y domésticas en corresponsabilidad con la parte masculina en el hogar.

Figura 28. Influencia de las tareas socialmente atribuidas a las mujeres en la carrera empresarial



Independientemente de la percepción de cómo los roles por género condicionan las tareas y cargas en el ámbito familiar, se evidencia que hay un porcentaje del 62% de las empresarias que consideran ser mujer y empresaria tiene un plus de dificultad. El grupo de mujeres que consideran que existen pocas o ninguna dificultad extra asociada a emprender una actividad empresarial desde el prisma femenino se reduce al 34%.

Figura 29. Nivel de acuerdo sobre “ser mujer y empresaria entraña dificultad extra”



A modo de conclusión podemos decir que el peso del emprendimiento femenino y la importancia del fenómeno están abriendo paso a nuevas oportunidades, escenarios y nuevos modelos competitivos en el mundo. En 2016 se ha estimado que 163 millones de mujeres iniciaron un negocio en 74 economías del mundo y 11 millones de mujeres están desarrollando un negocio en la actualidad (GEM,

2016). En el ámbito local, se ha estimado que casi un millar de empresas femeninas están operando en los municipios menores de 20.000 habitantes de Málaga (Iglesias Sánchez et al., 2018) y, aún representando un modesto 12% sobre el total del sector productivo, ponen de relieve el papel de la mujer en la generación de riqueza, innovación y empleo en la provincia.

En definitiva, los resultados de este informe recogen una visión global, detallada e integradora para guiar futuras líneas de investigación, diseño de políticas y programas que fomenten el apoyo, visibilidad y protagonismo del emprendimiento femenino y, por ende, por una sociedad más justa y participativa. Precisamente, en el último apartado del documento se incluyen una serie de conclusiones y recomendaciones de base para diseñar propuestas específicas acordes con la realidad de la provincia de Málaga.

CASOS DE ÉXITO DE MUJERES EMPRESARIAS DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA

Este capítulo ha pretendido recopilar historias de éxito de mujeres empresarias de las 8 comarcas de la provincia para animar a otras mujeres a emprender. Asimismo, a través de sus ejemplos se concede una visibilidad poco habitual al empresariado femenino agradeciendo en cierto modo su valentía, dedicación y contribución a la economía productiva de Málaga.

La selección de la muestra quiere reflejar tanto los sectores de actividad más frecuentes entre el empresariado femenino, así como experiencias, trayectorias y realidades diferentes que puedan demostrar que detrás de cualquier empresa hay personas y que son éstas y, especialmente sus líderes, quienes marcan los valores, personalidad y forma de entender y proyectar el negocio.

Las 30 empresarias que han participado han respondido a las mismas preguntas con el ánimo de trasladar cómo de diferente pueden ser las vivencias ante una decisión vital como la de ser empresaria. En todas ellas se advierte el sentimiento y la pasión de quienes se esfuerzan cada día en ser mejores, seguir creciendo y seguir contribuyendo al empleo, la innovación y el desarrollo económico de sus municipios, comarcas y de Málaga en su conjunto.

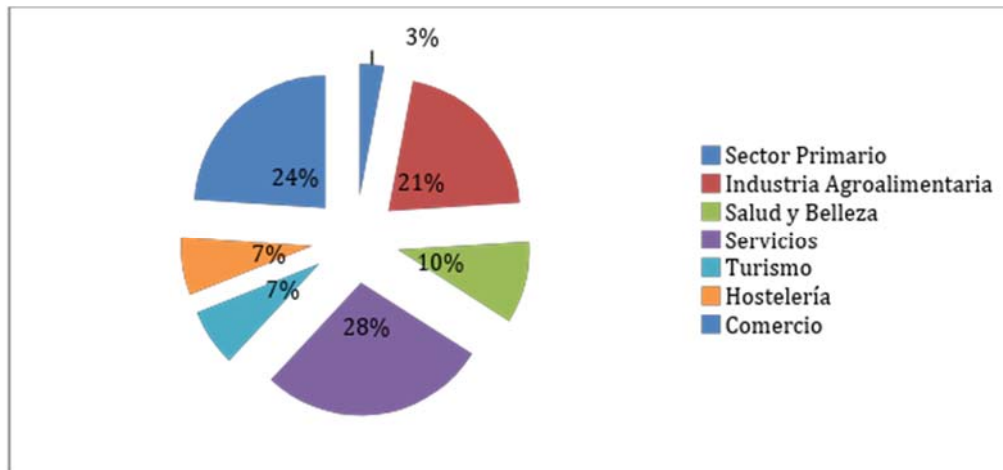
Antes de entrar en el detalle de cada historia, negocio y empresaria se presentan tanto los negocios por comarca como los sectores desagregados.

Figura 30. Casos de éxito por comarcas



Fuente: Elaboración propia

Figura 31. Distribución de los Casos de éxito por sectores



Fuente: Elaboración propia

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

La empresaria al frente de **Bodega la Capuchina** es **Susana García Segura**.



Se trata de una empresa familiar que elabora vinos y aceites de plantaciones propias y que actualmente cuenta con numerosos reconocimientos internacionales por la calidad de sus productos. La Bodega, forma parte de la iniciativa Sabor a Málaga y desarrolla tanto vinos de la Denominación de Origen Sierras de Málaga como de la Denominación de Origen Málaga.

La bodega cuya construcción se terminó en el año 2004 se ha ubicado en la antigua almazara de forma que los depósitos de fermentación conviven con el antiguo molino de aceite y las barricas de roble reposan sobre el suelo empedrado de lo que fuera el antiguo pajar.

La explotación agrícola posee 200 hectáreas de sierra, 130 hectáreas de olivar y 20 de regadíos. En la década de los años 90 se replantaron las antiguas parcelas de viñedo con variedades blancas propias de la zona como Pedro Ximén, Doradilla y Moscateles (Alejandría y grano menudo), de las que actualmente hay 13 hectáreas, a lo que siguió la introducción de variedades de tinto foráneas como Syrah, Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Franc y Petit Verdot, que constituyen en total 5,5 hectáreas.



Bodega la Capuchina inició su actividad en el año 2000.

Son dos socio/as los que gestionan la compañía, la figura femenina de Susana García con un 66% de la sociedad y un hombre con el 33% restante.

El equipo lo componen dos empleado/as y la facturación media aproximada del año 2017 alcanzó los 175.000 €.

Se trata de una empresa de ámbito internacional dado que el 55% de su producción se exporta a Estados Unidos, seguido de Suiza, Alemania, México y Japón.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Susana García Segura es licenciada en Biología y antes de iniciar esta aventura empresarial estuvo 17 años trabajando en la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía. Sus inquietudes personales y su pasión por el fino y el campo la impulsaron a dejar su posición de funcionaría y a lanzarse, junto a su familia, a poner en marcha Bodega La Capuchina.

Reconoce que lo más complicado de tener una empresa es empezar y las dudas que te abordan en algunos momentos. Declara no encontrar diferencias entre ser hombre y mujer cuando estás al frente de una empresa, los problemas y el objetivo son los mismos para ambos.

Actualmente se siente feliz con su decisión de emprender porque le proporciona una satisfacción personal que le permite hacer algo que le apasiona a diario. “Verdaderamente cada día que pasa me siento más afortunada porque sé lo difícil que resulta” –nos comenta con una sonrisa.

Los apoyos fundamentales que reconoce son su propia familia, dado que es una empresa familiar estar unidos para alcanzar los objetivos resulta absolutamente prioritario.

Por su parte, conoce los programas y acciones de apoyo a la creación de empresas, así como específicos para mujeres e incluso ha participado en alguno de ellos.



Respecto a su vida personal considera que la faceta empresarial suma y enriquece ese otro plano. En ese sentido, sentirse bien en el trabajo que se realiza le permite valorar más si cabe a la familia con la que comparte gran parte de su tiempo y su trabajo.

Compatibilizar es difícil para cualquier persona, obviamente es difícil cuando se está al frente de una empresa. En todo caso, “aunque no siempre es fácil”,

se siente afortunada de tener la ayuda de su marido y la comprensión de sus hijo/as.

Por otro lado, destaca como ventaja que al ser tu propio/a jefe/a te da la libertad de marcar tu horario y tus vacaciones.



SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

“La realidad es que se trabaja mucho porque no tienes horario establecido (la mayoría de las veces cuando los niño/as se acuestan sigues trabajando) pero en mi caso, compensa los resultados cuando paseo por la viña o huelo los aromas del vino dentro de la bodega.

No sería sincera si no dijera que muchas veces quieres tirar la toalla, pero al final tener tu propia empresa te da muchas satisfacciones, de hecho, no creo que pudiera volver a mi trabajo de funcionaria”.



Como anécdotas de su trayectoria y experiencia empresarial recuerda con emotividad los inicios en la bodega “cuando estaba sola y tenía que estar pendiente de las fermentaciones, remontados, trasiegos y embotellados y mi hijo de dos años sentado en el carrito al que yo llevaba de aquí para allá de un lado a otro de la bodega. Puede decirse que mis hijo/as han crecido rodeados del aroma a uva y vino. Recuerdo como Guillermo, con cuatro años, ya me ayudaba a darle al interruptor de las bombas de trasiego y mi hija Isabel, muy pequeñita, seleccionando uva en los paseros”.

Por otro lado, considera que “no hay mejor aprendizaje en la vida que ayudar en la vendimia familiar conviviendo con lo/as trabajadores/as”.

DATOS DE CONTACTO

CORTIJO LA CAPUCHINA.

Apartado Correos 26. CP. 29531. Mollina

www.bodegalacapuchina.es

679153639

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA



El **Gato Negro** es una papelería, imprenta y empresa dedicada al diseño gráfico que se encuentra en la localidad de Alameda, perteneciente a la comarca de Antequera.

En este caso, **Rocío Granados Rodríguez** representa a las emprendedoras dado que inicio la actividad en 2018 como fruto de un traspaso. El Gato Negro estaba en funcionamiento desde 2014 pero es ella quien ahora desarrolla la actividad como única socia de la compañía.

El equipo humano está compuesto por otra persona además de ella y no nos proporciona ningún dato de facturación puesto que acaba de empezar con el negocio. En todo caso, por el momento, está satisfecha con los resultados que se van obteniendo.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Conocer la historia de Rocío Granados y El Gato Negro parece una historia de amor a primera vista ya que era empleada a tiempo completo y no tenía experiencia en el sector, pero siempre había tenido la inquietud de montar algo propio y cuando vio que el negocio se trasladaba... le gusto y, como ella dice “aquí estamos”.

No niega que no todo es un camino de rosas y que al principio te sorprende los gastos que supone tanto el inicio de la actividad como su propio desarrollo, pero es una inversión inevitable para echar a andar todo. Ella subraya que existen pocas

ayudas para hacer un poco más fácil ese primer impacto de “convertirte en empresaria” porque lógicamente, es un cambio radical.

Reconoce la satisfacción que le produce realizar un trabajo que le gusta siendo su propia jefa. En su valoración general es la sensación que más disfruta de ser empresaria.

Se siente afortunada por contar con el apoyo de su pareja, padres y amigos. Eso siempre es un plus de motivación y fuerza para la aventura que ha iniciado.

Esta emprendedora de Alameda no considera que haya estereotipos diferentes en el ámbito empresarial por el hecho de ser hombre o mujer. En su experiencia, no ha tenido ninguna situación en la que se haya sentido juzgada por tener una empresa o piense que existen estilos de gestión diferentes en empresas femeninas y masculinas.

Por otro lado, bromea que compatibilizar la vida familiar y profesional no es cuestión de género es más resultado de lo organizada que tú seas.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Cuando se le pide que de un consejo a otras mujeres que puedan tener inquietudes emprendedoras, no lo duda: “animo a toda persona que tenga inquietudes emprendedoras que lo haga. Es la mejor decisión que he tomado en mi vida”.

En definitiva, un ejemplo de mujer joven empresaria que se siente feliz con el paso que ha dado y espera que la actividad siga proporcionándole alegrías por mucho tiempo.

DATOS DE CONTACTO

EL GATO NEGRO

C/ Peñuelas 27, Alameda.

744 481 812

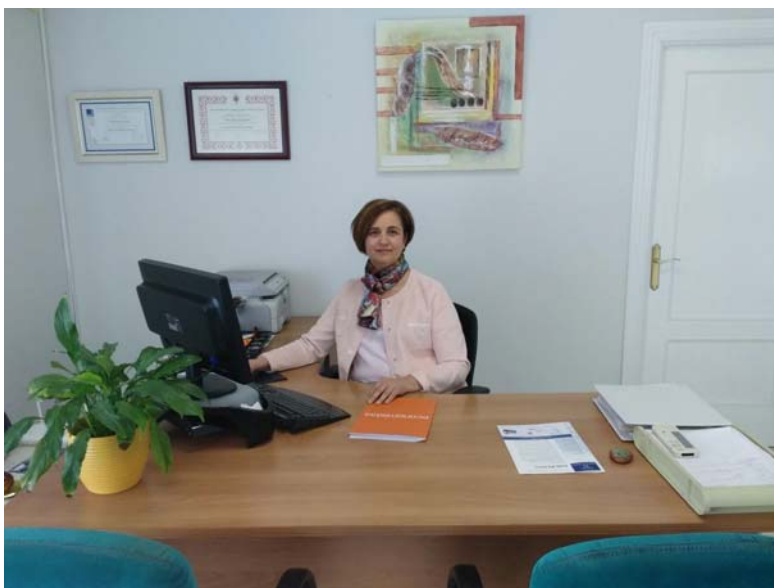
PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Manuela León Maíz es una de las socias de **Gestiempresas Mollina S.L.**, en este caso comparten al 50% la dirección de la compañía y el capital social. Se trata de un tándem en el que Manuela representa la parte femenina y su socio la masculina. Ambos se han distribuido las responsabilidades de la compañía para prestar un asesoramiento integral a empresas en los campos laboral, fiscal y contable.

Empezó en 2004 la actividad bajo la denominación actual, pero el inicio de esta empresa de servicios a empresas se remonta más atrás en el tiempo, justo a 1990.

Podríamos definirla como una empresa paritaria completamente dado que el patrón hombre-mujer de la dirección se repite en el equipo humano. En total son 4 personas las que componen la compañía y se dedican cada día a atender las necesidades de su amplia cartera de clientes en toda la comarca de Antequera e incluso en zonas próximas.

La cifra de negocios en 2017 casi alcanzó los 1000.000 euros, lo que evidencia el resultado del esfuerzo, tesón y dedicación de atender de la mejor forma las demandas y necesidades de todas las empresas que depositan su confianza en Gestiempresas.



HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Curiosa la historia personal de Manuela León, diplomada en informática y que acaba inmersa empresarialmente en un mundo un tanto diferente al que podría asociarse inicialmente a una persona con esta titulación. Ella se lanzó del aula al despacho, se convirtió en “empresaria directamente” porque sus ganas de trabajar mientras estaba estudiando compensaron cualquier miedo asociado a dar el “salto al vacío” que a menudo se asocia con crear una empresa.

Ella lo define casi como un instinto o inspiración, recurriendo a sus propias palabras afirma “me convertí en empresaria, sin pensarlo, surgió. Por la necesidad de trabajar, de ayudar, de compartir un proyecto con otros/as compañeros/as, de transmitir lo que sentía y sabía a los demás”.

Pese a esta ilusión y determinación a la hora de poner en marcha la empresa admite que lo más difícil es que resulte rentable. Actividad, clientes... siempre hay que conseguir que los ingresos superen los gastos y el resultado sea suficiente para vivir es otro reto.

Esta empresaria considera que a veces es complicado ser empresaria en un entorno rural o en un municipio pequeño, pero no es tanto un “estigma” del género sino de la idea preconcebida que los mejores profesionales están en la capital. Precisamente, la puesta en marcha del negocio pretende cubrir una necesidad o, al menos, facilitar a las empresas de la zona el trasiego y dificultad añadida que supone no tener a tu asesor/a cerca.

Su máxima satisfacción es poder prestar un servicio serio y profesional a muchas empresas y personas, pero sobre todo sentir que éstas confían plenamente en mí.

Llegados a este punto de la entrevista confiesa que su principal apoyo es “mi otro 50%, mi marido y socio que de forma invisible y con gran modestia ha preferido que la cabeza visible de la empresa sea yo”. Por otro lado, reconoce el importante papel que ha jugado su padre quien siempre la animó a emprender esta aventura empresarial.

Por su profesión posee información detallada de los programas y líneas de apoyo para empresas de reciente creación, así como una relación fluida con las instituciones que ayudan a los/as emprendedores/as. No obstante, considera que todo apoyo es poco cuando se trata de ayudar a la puesta en marcha de un negocio.

Por otro lado, considera que lo más descuidado es el apoyo al mantenimiento de las empresas. En esa fase, también necesitan apoyo y no es tan habitual encontrar ayudas específicas en este sentido.

Cuando le preguntamos si piensa que las mujeres empresarias tienen algo “especial” nos dice de una forma muy convincente que “son luchadoras en el anonimato, no necesitan tanto protagonismo y son buenas administradoras”. En su caso concreto, cree que su condición de mujer y su personalidad le ayudan a ser mejor empresaria por su capacidad de escucha y su carácter tranquilo.

Nunca se ha sentido rara por ser mujer y tener una empresa, al contrario, confiesa sentirse admirada. Mucha gente valora que una mujer sea valiente, tome decisiones y lleve adelante su vida, familia y su negocio.

Manuela León considera que estar casada y tener hijos/as le ha servido para luchar en los momentos más difíciles. “Mi familia ha sido mi motor”- asevera. Compatibilizar... parece otra historia, pero para ella el equilibrio está en la concepción del tiempo. De esa manera, aunque uno puede tener la sensación de falta de dedicación a los hijos/as y la familia, lo importante no es la cantidad de horas que dedicas sino la calidad del tiempo que compartes con las personas importantes en tu vida.

Ser empresaria para ella representa esfuerzo y trabajo, como resultado “el afán de superación te hace estar viva y con energía convirtiéndote en un referente muy positivo para tus hijos/as”

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

No vacila en animar a todas mujeres a que trabajen, a que desarrollen sus proyectos y lleven a cabo sus ilusiones, “eso les va a reportar mucha autoestima y van a dar mucha felicidad a los que la rodean”.

Concluimos la entrevista intentando que recuerde alguna anécdota y aunque al principio le cuesta un poco destacar algo en concreto, finalmente destaca muchas reuniones con empresarios/as donde solo ella era mujer o levantarse al amanecer en época de impuestos e ir a tomar un café al único bar abierto en el pueblo, donde solo había hombres. Por último, con cierta nostalgia y orgullo comenta que ir a clase de su hijo a explicar en qué consistía su trabajo y que los niños/as pequeños/as entendieran increíblemente que hay que pagar impuestos...

DATOS DE CONTACTO

Gestiasmallas Mollina S.L.
C/ Los Claveles 9, Mollina
952740513- 610710747
maleon@economistas.org



PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

El caso de la **Hutesa Agroalimentaria S.A.** quizás sea el más conocido de todos los incluidos en este recopilatorio, no solo por el ámbito internacional de su actividad sino porque la figura de su promotora **María Paz Hurtado Cabrera** ha sido objeto de numerosas entrevistas y apariciones en los medios.

La principal actividad de la empresa es el envasado y exportación de aceitunas de mesa. Dentro de la industria agroalimentaria destaca por su contribución al perfil exportador de nuestra provincia. La producción de la empresa se dirige principalmente al exterior encontrándose entre sus principales mercados receptores los

siguientes.

- En la Unión Europea: Alemania, Suecia, Finlandia, Rep. Checa, Polonia, Dinamarca, Austria, Rumania.
- En el resto Europa: Rusia, Moldavia, Georgia.
- Respecto a los Países Árabes: Arabia Saudí, Emiratos Árabes, Qatar, Omán, Bahrain, Kuwait.
- En Asia y Oceanía: India, China, Corea de Sur, Japón, Australia.
- Por su parte, también tiene una amplia cartera de clientes en África donde pueden mencionarse de forma especial la demanda de Angola, Camerún, Mozambique.

Como su gama de productos, Hutesa Agroalimentaria puede definirse como una empresa con solera en funcionamiento desde 1988. Se trata de una empresa familiar con tres socios/as pero actualmente cuenta con casi medio centenar de empleados/as y factura más de 20 millones de euros anuales.



HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Maria Paz Hurtado Cabrera es diplomada en Empresariales y Dirección Comercial y Marketing con lo que su formación si tiene un vínculo directo con sus responsabilidades de dirección y administración de la compañía. Previa a la puesta en marcha de Hutesa Agroalimentaria fue responsable de dos empresas del sector de la Aceituna de Mesa: una en Dos Hermanas (Hoy Grupo Dcoop) y otra de Málaga. Esta última cerró y eso le impulsó a convertirse en empresaria. Considera que fue determinante el cierre de la empresa para la que trabajaba para tomar la decisión de emprender.

Cuando la empresa en la que estaba desarrollando su carrera profesional cesó la actividad, solicitó el pago único del desempleo y compró parte del material de oficina de la empresa para la que había trabajado hasta ese momento. A partir de ahí, de alta como Trabajadora Autónoma empezó a atender los compromisos de suministros.

Podríamos decir que esta empresaria con un marcado sentido de la responsabilidad y la ética consideró absolutamente ineludible atender a la clientela a quienes había convencido para que comprasen en la empresa y que, al cerrar la compañía, se habían quedado sin recibir la mercancía. De alguna manera no fue una cuestión de motivación sino el resultado de las circunstancias. María Paz Hurtado asumió personalmente los acuerdos firmados y respetó las entregas a los precios acordados en el momento de la contratación. Afirma con rotundidad que para ella “fue esencial el que mi respeto profesional se quedara fuera de toda duda a pesar de haber cerrado la empresa, ese fue el inicio”.

Cuando hace memoria y valora lo más complejo de tener una empresa recuerda que lo más difícil fue conseguir convencer a los Bancos para que ayudasen a comprar producto para después venderlos. En las fechas de inicio de la actividad (1991, 1992) era época de crisis y tuvo que asumir intereses al 18 y al 19%.

Se siente muy orgullosa de poder decir que “ser mujer no fue ningún obstáculo, siempre he sido respetada por mis clientes, proveedores/as y empresas competidoras y por supuesto por mi marido quién fue factor determinante en el proyecto, trabajar en equipo, conciliar y avanzar juntos por una apuesta común de lucha e ilusión”.

Respecto a su valoración personal sobre tener en marcha su empresa subraya que “el poder sentir la presión de la gestión, la asunción de los errores, la mejora

continua, el crecimiento personal y la libertad de poder decidir su propio camino lo convierten cada día en un reto apasionante.”

En su aventura empresarial su familia jugó y juega un papel clave. Por otro lado, nunca ha tenido apoyo de ningún programa de apoyo directo a su actividad empresarial “ni femenino ni masculino”, puntualiza.

Cuando le pedimos que evalúe si las mujeres tienen un estilo de gestión o una personalidad empresarial característica nos responde que no cree que el género sea determinante a la hora de desarrollar un proyecto empresarial, “cada persona es tan especial como quiera serlo, el empresario/a se hace, se reinventa y continua cada día”. Considera que es imprescindible marcarse y trabajar por unos objetivos y, en consecuencia, tener estrategias a corto, medio y largo plazo. Adicionalmente, remarca la necesidad de hacer un seguimiento del cumplimiento de las metas definidas y analizar las variables y desvíos de objetivos. En eso consiste tener una empresa y para todo eso “el género es irrelevante. Hay mujeres excelentes y hombres excelentes”.

Puede presumir de haberse sentido siempre respetada por su clientela, empresas proveedoras y trabajadores/as. Se siente privilegiada de tener proyectos, capacidad y el apoyo de sus seres queridos para llevarlos a cabo.

A la hora de evaluar la compatibilidad entre el plano personal y profesional asevera que “la situación personal es muy importante, sobre todo cuando hemos de estar inmersas en proyectos que requieren reflexión y determinación”, añade que “si la faceta personal no está emocionalmente equilibrada, difícilmente te puedes centrar en los objetivos profesionales-empresariales, que son duros, constantemente gestionando y resolviendo obstáculos, personal, cosechas, ventas, inversiones, etc.”

Por otro lado, considera que tener familia y ser empresaria es una ventaja siempre y cuando éstos se impliquen en el proyecto y todos los miembros remen en la misma dirección sumando esfuerzos y respetándose. Estas vivencias conjuntas afianzan los lazos y consolidan los proyectos comunes: pareja, familia, empresa... En todo caso, subraya, “siempre el trabajo afianza los lazos familiares, pero siempre que se tenga el más profundo respeto al trabajo del otro”.

Termina su reflexión sobre vida personal y éxito empresarial señalando que ser madre es lo más hermoso que te pueda suceder y, precisamente por ello, no debe ser un obstáculo sino un acicate más para avanzar y desarrollar tu crecimiento

personal y profesional. “Al fin y al cabo ser madre es sinónimo de generosidad” y esta es una buena enseñanza también para gestionar una empresa sostenible y responsable con todos sus grupos de interés.

En cuanto a sus anécdotas como empresaria bromea con que hay muchas y es difícil escoger solo una, “pero no por ser mujer”. En su caso, lo que más le ha aportado o marcado su trayectoria como empresaria han sido los viajes, las misiones comerciales para abrir mercado o cerrar negocio en el extranjero. Sin duda, esto le ha permitido conocer personas de diferentes países, costumbres y religiones distintas y “es eso lo que te hace vivir experiencias únicas”.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

La emotividad con la que expresa su consejo a otras mujeres con inquietudes emprendedoras hace conveniente que utilicemos sus palabras textuales “que el origen no marque tu destino, con o sin medios, que, con una idea, marcando objetivos, perseverancia, formación, ILUSIÓN, todo es posible”.

DATOS DE CONTACTO

Hutesa Agroalimentaria, S.A.

Ctra. Nacional 334 Km 136

29520 Fuente de Piedra

952735225

hutesa@hutesa.com

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA



Este caso de éxito inaugura los ejemplos de mujeres empresarias que desarrollan servicios profesionales en la provincia de Málaga. **Natalia Soria López** es veterinaria de formación y vocación y gerencia la **Clínica Veterinaria La Casa Morada**.

La Casa Morada es un centro para pequeños animales (gatos y perros) donde atendemos la salud, alimentación, belleza y el bienestar de las mascotas en la clínica veterinaria, la tienda y la peluquería.

La Casa Morada abrió en junio de 2012, pero su historia como emprendedora empezó en 2008 “como veterinaria equina ambulante, dando tumbos por los pueblos de alrededor de

Málaga con todo el equipo material necesario en el coche”.

Pero en 2008 el sector equino se vio muy dañado y para una veterinaria que llevaba poco tiempo en la zona como ella tuvo un efecto directo sobre el volumen de actividad. Pronto percibió que el número de clientes no crecía lo suficiente y decidió empezar a trabajar con los pequeños animales y compaginar ambas actividades.

Comenzó su andadura en 2009, en la clínica El Perro Andaluz, con Maite Zavala, a la que subraya tener que agradecerle su confianza en ella cuando no tenía apenas experiencia. Unos años después, en 2012, dio el paso y montó su propia clínica en Casabermeja.

Ya en 2012 decidí montar mi propia clínica en Casabermeja.

La Casa Morada nació de 3 amigas que buscaban un sitio donde desarrollar su labor con los animales. La idea original era montar una residencia canina en una casa de campo que era morada, de ahí el nombre de la clínica, pero mientras resolvían y gestionaban los papeles y los permisos, las promotoras se redujeron a dos. La complejidad burocrática y la imposibilidad de conseguir los permisos necesarios llevaron a cambiar la idea original. El nuevo escenario supuso que la

actividad empezara con Pilar Sánchez, como auxiliar y peluquera y Natalia Soria como veterinaria formando el tándem perfecto.

En 2015 decidió contratar a otra veterinaria para que hiciera el horario de tarde y así poder dedicar más tiempo a su familia. Patricia Alberti es actualmente su compañera y como ella misma la define es con quien “comparte pacientes, horas de discusión de casos, cirugías, penas y alegrías”.

A finales de 2016 Pilar emprendió otra actividad distante del mundo animal, entrando a formar parte del equipo otra mujer también auxiliar y peluquera, aunque dejó de ser parte del equipo en marzo de este año. El equipo no podía resentirse así que actualmente trabaja como auxiliar y peluquera Amparo Villodres, peluquera con mucha experiencia que, según comenta con orgullo esta empresaria “está dando un giro al mundo de la peluquería en Casabermeja con sus conocimientos y nuevas técnicas”.

En resumen, “La Casa Morada ha sido, y es, un centro de trabajo sólo de mujeres, actualmente 3, emprendedoras, activas, positivas e innovadoras”.

Respecto a los resultados económicos de la actividad señala que en 2017 facturó unos 80.000€. En ese ejercicio se experimentó “mucho movimiento de dinero”, no obstante, la tienda implica que sea necesario tener un stockaje grande y la alimentación no deja mucho margen. Por otro lado, los productos y materiales veterinarios, también los de estética, son caros, sin embargo, los precios de venta en zonas fuera de la capital no pueden igualarse a los de la ciudad, disminuyendo el margen de beneficio.

Pese a estos detalles del “oficio” que nos confiesa Natalia se muestra optimista y señala que la facturación anual ha ido subiendo con el tiempo y la previsión es que siga esa tendencia positiva. Es profundamente sincera cuando explica que “los salarios no son nada del otro mundo y como veterinaria autónoma, cualquier gasto inesperado sale de mi bolsillo, el negocio aún no da ni para recuperar la inversión ni para tener un “colchoncito” de dinero, pero espero que pronto llegue”.

Cuando le preguntamos por la internacionalización, sonrío mientras responde “nuestros servicios son locales, se hacen pocos domicilios, y los que se hacen no suelen estar lejos. Pero tenemos muchos/as clientes/as extranjeros/as, ya que Casabermeja tiene una gran cantidad de habitantes de otros países y, al ser zona de campo, la mayoría de ellos tienen mascotas”. De alguna forma podemos considerar un cierto perfil internacional a la actividad de La Casa Morada como conclusión de lo anterior.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA



Licenciada en Veterinaria en 2006, por la Universidad de Córdoba. Durante los años de facultad realizó períodos de becas en diferentes departamentos y otro año de internado en el hospital de la universidad. Aunque su implicación y vocación la convertían en una persona inquieta considera que cuando terminó la carrera tenía un título, pero no mucha experiencia y casi nada de especialización.

Cuando terminó sus estudios universitarios tenía claro que quería dedicarse sólo a la clínica de caballos, realizó un internado en Santander de 1 mes en un pequeño hospital equino y otro internado en Alicante de 9 meses en San Vicente del Raspeig, hospital de pequeños animales y caballos, pero sólo trabajó en el área de caballos. En 2007 consiguió su primer trabajo como veterinaria en Sevilla, en el Hospital Equino de Aznalcóllar, donde estuvo un año y de ahí se lanzó a Málaga, “donde tenía claro que quería acabar”.

En 2008 se hizo autónoma para trabajar en Casabermeja como veterinaria equina ambulante. En 2009 entró a formar parte del equipo de El Perro Andaluz, y en 2012 abrió La Casa Morada.

Para iniciarse en la actividad empresarial invirtió su ayuda por desempleo en la compra de material y pidió un préstamo para un coche adecuado. Cuando montó la clínica en Casabermeja ya llevaba 4 años trabajando y ahorrando para ello.

Bromea cuando le preguntamos por qué se hizo empresaria, reconoce que es una pregunta que le hace gracia porque muchas veces tiene crisis internas que le hacen pensar: “Con lo bien que yo estaría trabajando para otro/a...”

Afirma que para trabajar como veterinario/a equino, hay pocas posibilidades de trabajar para otro y cuando empezó a trabajar con pequeños animales en otra clínica ya había probado lo que era trabajar para ella misma como autónoma, con sus beneficios y sus contras y a ella le compensaba así que la decisión estaba clara.

Duda sobre si se nace o se hace empresario/a, pero ella puntualiza que “a mí me hicieron creo, porque yo no tenía en mente montar una clínica cuando empecé a estudiar la carrera, pero cuando vas escogiendo lo que te gusta, tienes que adaptarte al modo en que lo puedes hacer”.

Es sincera y comparte que ser empresaria tiene muchas desventajas, “todas las de ser autónomo/a más todas las de ser mujer y a eso hay que sumarle las de ser mujer autónoma cuando llegan los embarazos, los niños/as...”

Para ella, lo más difícil y lo identifica como un punto de inflexión fue ser madre. “Los embarazos fueron muy bien, trabajando hasta el último momento, incluso en el primero seguía haciendo urgencias nocturnas de caballos (yo debía estar de baja por riesgo laboral desde el primer momento) pero cuando nació el primer niño, ya no me daba igual echar tantas horas en lo que me gustaba, ya sí era importante cobrar a fin de mes lo necesario”.

No obstante, se muestra positiva y considera que el ser empresaria le proporciona la mayor ventaja y compensa todas las desventajas y es que “si la agenda me lo permite, y si la agenda no lo permite, pero la facturación del mes sí, yo puedo organizarme para puntualmente hacer cosas en mi horario de trabajo que, trabajando para otra persona con un horario fijo, no podría. Por ejemplo, haces unos días estuve en el huerto con mi hija pequeña en la guardería”.

Nos cuenta algo muy interesante y es otro de los puntos difíciles de ser empresaria “es serlo como tal, es decir, yo sé mucho de veterinaria, de animales, de su cuidado, pero nadie me ha enseñado a montar una empresa, a llevarla, a hacer las cuentas, a contratar personal, a hacer campañas de marketing”.

Reflexiona sobre cómo las grandes empresas tienen personal para cada una de estas tareas, en una empresa de 3 personas, la veterinaria es veterinaria, la auxiliar y peluquera cumple sus funciones y ella, que es la veterinaria, además concentra en su persona ser jefa y personal de los distintos departamentos: recursos humanos, contabilidad, marketing...

La decisión de montar en Casabermeja fue después de hacer un estudio de mercado y ver que era una zona sin veterinario/a fijo y que además podía nutrirse de clientela de los pueblos de alrededor como Colmenar, Villanueva de la Concepción o Río Gordo. Lo describe como un pueblo acogedor, donde se vive bien y donde ha encajado bien con su gente.

“Me imagino como todo/a empresario/a disfruto cuando a final del trimestre las cuentas cuadran”- bromea de nuevo. Asimismo, disfruta muchísimo cuando los/as clientes/as le comentan lo bien que les viene que esté allí con ellos, ofreciéndoles los servicios de cuidado a sus amigos de cuatro patas que antes no tenían a mano. Y algo que confiesa le produce una enorme satisfacción es cuando logro cambiar un poquito la mentalidad antigua hacia los animales. “Mi trabajo me hace sentirme útil”, concluye.

En su aventura empresarial sus grandes apoyos son sus padres y su marido. Sus padres la han apoyado y ayudado en todos sus inicios, “sin ellos sería imposible estar donde estoy ahora”, afirma agradecida. Respecto a su marido, amigo de esta empresaria apasionada de los animales, desde los 17 años, ha vivido todos sus cambios, sus idas y venidas, sus trabajos, y siempre le ha ayudado, apoyado y aconsejado cuando se lo ha pedido.

Con respecto a ayudas externas tipo subvenciones, declara haber sido afortunada al contar con el IMFE, recibiendo en 2008 coincidiendo con su alta como autónoma una ayuda económica y asesoría gratis durante un año. Sin embargo, cuando montó la clínica no pudo optar a nada, era una nueva inversión, un nuevo proyecto, pero realmente no había cambios en su actividad empresarial y llevaba más de 3 años como autónoma.

En consecuencia, al preguntarle si hay ayudas suficientes para personas emprendedoras, su respuesta rotunda es, NO. Aunque no cree que recibiera ayudas extras por ser mujer, comenta que, seguro que llamó más la atención su proyecto por ser mujer y no hombre, una mujer con un todoterreno en el campo a cualquier hora y manejando animales de más de 400kg... se salía de lo socialmente convencional. Cuando pasó de los caballos a los pequeños animales, la cosa era menos original así que para la clínica veterinaria, no hubo ayudas “a pesar de ser la única clínica del pueblo”.

Es determinante al declarar “yo no creo que haya diferencias entre hombres y mujeres empresarios/as, creo más en las diferencias entre personas, cada uno es hábil en una cosa y en mi caso me he rodeado de personas que me complementan”, aunque bromea añadiendo “¿Coincidencia que siempre sean mujeres?”

Señala que ha tenido algún momento tenso, no por ser empresaria sino por querer cobrar su trabajo, pero le ha ocurrido con hombres y mujeres clientes. “Hay morosos/as, no muchos, pero los hay, pero mis compañeros/as veterinarios también los tienen, aun siendo hombres, así que tampoco creo que a la hora de cobrar haya miramientos por ser mujer u hombre el que realiza este trabajo”. Se considera afortunada porque le ha tocado vivir en una época en la que mujeres emprendedoras son más frecuentes y ya no sorprende verlas en casi todos los ámbitos.

Aunque en su caso empezó su trayectoria empresarial estando soltera y sin ningún compromiso admite que todo se complica cuando hay mayor responsabilidad a tu cargo. “Cuando eres empresaria los horarios no existen, aunque no estés presente en el local del negocio tu teléfono tiene que estar disponible para atender clientes/as, empresas proveedoras y trabajadores/as, si te gusta tu trabajo y no

tienes pareja o tu pareja te acompaña en el camino, todo el estrés del negocio se vive de otra forma, estás acompañada y te emociona ver cómo el negocio crece”.

Sin duda, cuando la familia se amplía o los intereses personales de una pareja difieren, ser empresaria es más complicado psicológicamente. Por su parte, el apoyo de su pareja siempre lo ha recibido, pero la mayor presión se la ha creado ella sola en los momentos en que pensaba que estaba en el lugar equivocado, sintiendo que debía estar en la clínica cuando estaba con la familia y al revés. Pero “todo se pasa, quedando momentos puntuales de más trabajo en los que no te queda otra que apretar los dientes y trabajar, además, los niños/as van creciendo y se van haciendo un poco más independientes o mejor: un poco menos dependientes de mamá”.

Ya había dado algunas pistas sobre la ventaja que supone ser empresaria en cuanto a poder organizarse la agenda, y teniendo familia. Ese beneficio lo usa para momentos en que ellos la necesitan, y no sólo por sus niños/as, también por otros familiares y seres queridos de su entorno.

Cierra este apartado de vivencias personales y visión de la empresa con una evaluación muy motivadora “paso muchas horas de risa en el trabajo con las compañeras y con los/as clientes/as, eso hace que cada día sea un buen día y no me pese venir a trabajar”.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Se muestra sincera al mismo tiempo que ilusionada. Considera que es duro ser empresaria, y el momento actual no es muy propicio para emprendedores/as, pero a la vez puede ser la única salida o la mejor opción, sobre todo si tienes una posibilidad de negocio innovador o que la sociedad necesite en ese lugar y/o momento. “Es bonito ver tu propio negocio crecer y verte superar los baches con mayor o menor dificultad y por el camino puedes encontrar buena gente que incorporar a tu vida”, concluye.

DATOS DE CONTACTO

La Casa Morada

C/ Arroyo Cantarranas, 9, Casabermeja
951 999 019

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Mónica Reina Reina junto a su hermana **Inmaculada Reina Reina** gerencian en el municipio de Mollina la **Lavandería Industrial Reina S.C.** Un negocio familiar que hoy atiende principalmente al sector de la hostelería de la totalidad de la comarca de Antequera.

Estas dos hermanas emprendieron el negocio en 2001 y ahora completan el equipo con otros dos empleados/as. Curiosamente el negocio está compuesto por 50% mujeres y 50% hombres, aunque “las jefas”, en este caso la representa la parte femenina.

La facturación del ejercicio 2007 superó los 120.000 euros y aunque al echar la vista atrás reconoce que ha habido momentos más críticos vinculados con la crisis y una menor actividad turística actualmente están viviendo un “momento dulce” empresarialmente hablando.

Es un negocio industrial que atiende a las empresas de restauración, hostelería y turismo con lo que no tiene ámbito internacional, si bien algunas de los negocios que conforman su cartera de clientes si se caracterizan por tener ese perfil en su accionariado por los usuarios que atienden.

Aparte del servicio clásico de lavandería cuentan con una flota de dos vehículos para la recogida y entrega diaria de mantelería, ropa de cama o lo que necesiten sus clientes. Ese servicio les concede un posicionamiento y un valor añadido muy bien considerado en la comarca.



HISTORIA DE LAS EMPRESARIAS



Antes de empezar con la lavandería tenían un taller de confección propio. Como la propia Mónica Reina declara “supongo que eso significa que somos emprendedoras por naturaleza”. En un determinado momento empiezan a percibir que la mano de obra en ese sector se estaba deslocalizando y China ofrecía unos precios con los que no podían competir. Ahí empezó su inquietud de iniciar un negocio que les permitiera seguir con su actividad económica en un sector más prometedor.

Cuando el volumen de negocio empezó a descender, un conocido del Hotel Antequera Golf les insinuó que una lavandería industrial era una oportunidad de negocio, era un servicio que no estaba atendido en la zona. Rápidamente las hermanas Reina vieron clara la apuesta empresarial que tenían que acometer. Reconocen que sabían que suponía una inversión alta, pero vieron un escenario prometedor se lanzaron a ello. Así empezó Lavandería Industrial Reina.

Al principio mantuvieron los dos negocios, cuando se aseguraron que la Lavandería era un buen filón en la comarca de Antequera ya “nos dedicamos en cuerpo y alma a ello y hasta hoy...”

Empezaron con la mantelería y luego incorporaron la lencería. Pasaron del Antequera Golf, como primera empresa que confió en ellas, a cubrir todos los negocios de la zona de Antequera. Hoy en día siguen manteniendo la misma clientela. Hacen recogida individualizada diaria a cada interesado/a al igual que la

entrega. Confiesan estar orgullosas de contar con una cartera fiel y satisfecha de clientes que se mantiene desde el principio.

Se describen como empresarias por necesidad. “Teníamos un negocio y no queríamos trabajar para otros, queríamos seguir con algo propio así que una vez que identificamos la oportunidad en el tema de la lavandería... todo fluyó”.

En su experiencia personal, lo más complicado de tener un negocio es, sin duda, “mantenerlo abierto, cada día es un reto y los tiempos de crisis han sido duros. No obstante, estamos contentas con el resultado y con cómo evalúan nuestros/as clientes/as nuestro trabajo”.

Respecto a ser mujer y empresaria... en principio no lo ven una dificultad, al contrario, lo consideran una ventaja para compatibilizar la vida personal con la laboral porque “en un negocio que es tuyo y te organizas. Si trabajas para otros quizás es más complicado”.

Lo que más disfrutan de ser empresarias es el sentimiento de haber creado algo propio, de que su esfuerzo es el responsable de gran parte del resultado, así como de generar empleo y que los/las clientes/as sigan depositando su confianza en ellas desde el principio.

Sus apoyos fundamentales en su andadura empresarial son sus padres que “siempre están al pie del cañón como apoyo moral y físico si hace falta”. Adicionalmente, sus parejas también son un apoyo por la comprensión al tiempo que supone ser empresaria y llevar la empresa adelante. “Trabajar los fines de semana es a veces un sacrificio difícil de entender”, puntualizan.

Admiten que desconocen por completo si existen programas de apoyo a la creación de empresas. No obstante, recuerdan que en sus comienzos consiguieron una subvención de apoyo a la maquinaria de inicio de la actividad, aunque era genérica, no específica de mujeres.

Respecto al perfil de las mujeres empresarias consideran que las mujeres llevan el negocio con tanta profesionalidad como un hombre, pero quizás son más flexibles y más empáticas en todos los sentidos, tanto con la clientela como con los empleados/as.

Encontrar el equilibrio entre la vida personal y ser empresaria, en el caso de las hermanas Reina no es un problema. Partiendo de la base de que tener un negocio

supone sacrificar cosas e invertir mucho tiempo, en su caso, pueden compatibilizar y organizarse para responder a las exigencias del ámbito personal y profesional. “La empresa nos da ese privilegio”.

Como anécdota sobre su doble condición de empresarias y mujeres comentan que en algunas ocasiones cuando se reúnen con una gran empresa turística se sorprenden de que sean dos mujeres jóvenes con esa trayectoria y con una empresa consolidada en el sector. Como cabe imaginarse a ellas les llena de orgullo representar al mismo tiempo esos valores: juventud, seriedad y profesionalidad.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Son breves pero contundentes: “ser empresaria significa ser una persona valiente y tiene <su puntillo>. Animaría a otras mujeres a echarle valor porque tiene muchas cosas positivas”.

DATOS DE CONTACTO

Lavandería Industrial Reina S.C.
C/ Primero de Mayo, 16, 29532, Mollina
952 740379

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

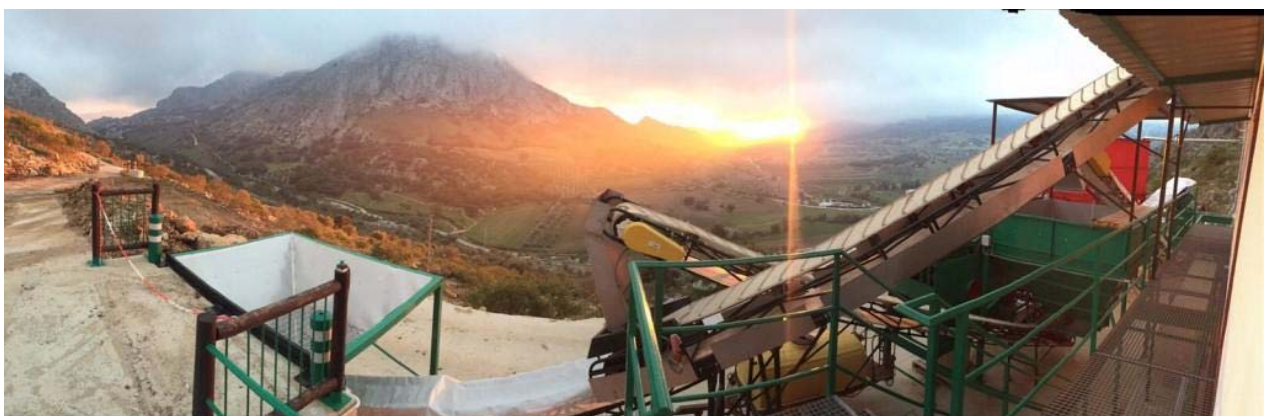
Cambiando de comarca y centrando nuestra atención en la Axarquía descubrimos **Baltmon Productos Gourmet S.L.**, o conforme a su nombre comercial **Destellos de Málaga**. Esta empresa del sector de la industria agroalimentaria dedicada a la fabricación de aceite de oliva virgen extra premium está liderada por **María Monsalud Alba Bueno**. Esta mujer empresaria y administradora de la sociedad comparte su aventura empresarial con Diego Baltasar Palomo Ortega.

Esta empresa está ubicada en Alfarnatejo un pequeño pueblo situado en la sierra norte de la provincia de Málaga, siendo el punto más alto de la provincia ofrece unas tierras con unas propiedades especiales para trabajar el producto estrella de esta compañía con las variedades de aceituna malagueña Verdial y Hojiblanca. Asimismo, ofrece sus instalaciones para servicios de molienda a agricultores/as que desean extraer y consumir el aceite de oliva virgen extra de sus propias aceitunas y complementa su actividad con una ganadería caprina propia, que produce leche que se comercializa a través de la cooperativa Agamma de Colmenar.

Esta empresa empezó su actividad en 2014 y hoy forma parte de la iniciativa Sabor a Málaga de Diputación de Málaga y ha ganado numerosos reconocimientos nacionales e internacionales por la calidad de sus productos.

El equipo completo está formado por dos promotores del negocio además de 2 trabajadores/as fijos y 4 eventuales. En 2017, superaron los 100.000 euros de facturación.

Además en su web www.destellosdemalaga.com cuentan con una sección de comercio electrónico que pretende dar a conocer de forma más global sus productos gourmet.



HISTORIA DE LA EMPRESARIA



Maria Monsalud Alba Bueno, es la administradora de Destellos de Málaga. Es Licenciada en Psicología, Master en Intervención Social y Comunitaria y se ha especializado realizando multitud de cursos relacionados con la fabricación de aceites y la ganadería.

Se puede considerar una valiente emprendedora porque sin experiencia previa directa en el sector y sin haber trabajado por cuenta ajena anteriormente se lanzó a ser empresaria convencida de la

oportunidad que suponía esta línea de actividad.

Su motivación para emprender se resume en su deseo firme de querer dirigir su propio negocio. Entre lo más difícil de desarrollar una actividad empresarial destaca la burocracia que conlleva, la cantidad de inconvenientes y trabas que imponen las administraciones. Respecto a ser empresaria y mujer admite con cierta tristeza que todavía no está tan asimilado como debiera en los pequeños pueblos donde aún parece ser a veces “una cosa rara”.

La parte positiva de ser empresaria es tomar tus propias decisiones y gestionar la empresa de la forma que más te guste. Tiene el privilegio de marcar tus estrategias, acertar o equivocarse, pero, en definitiva, siendo la “dueña y responsable” de las acciones, sus resultados y consecuencias.



Esta empresaria coincide con otros mencionados anteriormente en que su marido es un apoyo fundamental para su actividad.

En cuanto a la existencia de programas de apoyo a la creación y consolidación de empresas afirma que bajo su punto de vista no existen suficientes y que su experiencia no ha sido muy satisfactoria. En alguna ocasión ha tenido relación con algún organismo, pero su ayuda no resultó la más adecuada. Juzga negativamente la información proporcionada y, según esta empresaria, esto implica que la atención proporcionada y las decisiones derivadas de ese asesoramiento no sean muy efectivas para las personas que quieren montar su propia empresa.



María Monsalud es bastante clara al declarar que las diferencias entre un hombre y una mujer empresaria están en la dificultad añadida que entraña el desarrollo de la actividad para las segundas como resultado de la socialización. En este sentido, considera que las mujeres tienen “las ganas de querer participar en algo que hasta ahora ha sido <territorio masculino>. Hay que luchar más para lograr lo mismo, y encima hay que compaginarlo con la vida familiar”.

Con cierta decepción reconoce que sí se ha sentido juzgada por ser mujer y empresaria, especialmente en reuniones donde predominaba la asistencia masculina y, sobre todo, recuerda, cuando estaba embarazada.

Consecuencia de lo anterior, entiende que compaginar la vida laboral y familiar es muy difícil para cualquier persona con una empresa, independientemente del género. No obstante, desde su experiencia personal insiste en que “gestionar tu empresa y al mismo tiempo criar a un niño de 20 meses y esperando otro, hace que todo se complique aún más si cabe...” Como anécdota que refuerza esta experiencia personal indica que en la campaña de recogida de aceituna del año 2016/2017 intentó llevar a su hijo a la guardería más cercana de Alfarnatejo y fueron todos impedimentos, aunque ese centro solo había 5 niños/as en el aula. En definitiva, se trata de un detalle que refleja la dificultad no solo de ser mujer y compatibilizar la vida empresarial y familiar sino hacerlo en un medio rural.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Esta empresaria del sector agroindustrial insiste en que para ser empresaria y mantenerse es importante hacer algo que realmente te guste y que disfrutes, de lo contrario los obstáculos y los problemas no compensaran los beneficios que entraña ser empresaria.

DATOS DE CONTACTO

Baltmon Productos Gourmet

Camino de la Aquilina, n1, 29194, Alfarnatejo
www.destellodemalaga.com

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA



Al frente del **Centro Ecuestre Piedras Blancas** se encuentra la joven y apasionada por los caballos **Sara Ruiz González**.

Se trata de un centro ecuestre orientado a la formación de jinetes, desde la más temprana edad, donde los/as pequeño/as comienzan con sus primeras tomas de contacto con los caballos, hasta niveles más avanzados llegando hasta la competición, contemplando todo tipo de disciplina ecuestre.

También enfocan su negocio en el desarrollo de las terapias ecuestres.

La actividad se desarrolla desde 2012 de forma local en Frigiliana un pintoresco, turístico y conocido pueblo de la Axarquía malagueña.

Aunque Sara Ruiz es la cara de la empresa, el Centro Ecuestre Piedras Blancas cuenta con un socio más en la compañía. Asimismo, son dos personas las que forman parte del equipo de trabajo.

La escuela ecuestre recibe y atiende a alumnado de diferentes nacionalidades pero su actividad no se puede considerar internacional dado que tanto los caballos como las instalaciones necesitan una ubicación física.



HISTORIA DE LA EMPRESARIA



Su formación y experiencia son amplias y específicamente centradas en el ámbito de la actividad de su negocio. Entre sus títulos más significativos destacamos:

- Taller de Oficio de Ayudante de Yeguada (mayoral de ganadería) realizado en Ganadería La Cartuja.
- Titulación de Asistente Técnico Veterinario Ecuestre y Asistencia Técnico Veterinario de Quirófano Ecuestre, adquirido por la empresa Idea, con prácticas realizadas en la real Escuela Ecuestre de Jerez de la Frontera.
- Técnico Deportivo nivel I de Equitación realizado en San Roque Club por la Federación de Hípica Andaluza y la Real Federación Española de Hípica, equivalente a una formación de grado medio.
- Especialista en Terapias Ecuestre, Universidad de Pablo de Olavide.
- Curso de examinador de Galopes, Federación de Hípica de Murcia.
- Titulación de Juez de Doma Vaquera Territorial. Por la Federación de Hípica Andaluza

Y aunque como ella misma reconoce, a ser empresaria nunca se termina de aprender tiene un curso superior de Dirección de Empresas impartido por la Cámara de Comercio de Málaga.

La puesta en marcha de la empresa fue una consecuencia natural de su actividad profesional previa como monitora de equitación y terapeuta en terapias ecuestres. Su pasión por los caballos y sus inquietudes personales la llevaron a plantearse

iniciar su aventura empresarial en este campo. Ahora, al mirar atrás, considera que con el Centro Ecuestre Piedras Blancas ha podido desarrollar el cien por cien de su tiempo y sus conocimientos en mayor profundidad consiguiendo crear un centro basado, no solo en la formación, sino en la educación emocional e interpersonal de los alumnos/as, puntualiza orgullosa.

Se sincera y confiesa que lo más difícil de tener una empresa como la suya ha sido hacerse hueco “en un mundo tradicionalmente de hombres y poder ganarme la confianza dentro de un municipio tan pequeño”.

En cuanto a lo que más disfruta de tener un negocio propio es no tener límites de tiempo en la dedicación a las terapias y la formación, para ella es su mejor recompensa y se siente muy satisfecha de ver cómo sus alumnos/as progresan y los jinetes alcanzan los objetivos que los llevan al Centro Ecuestre Piedras Blancas.

Esta empresaria se siente muy afortunada de poder desarrollar una actividad que le gusta y le llena tanto y de ahí que considere que su mayor apoyo son sus propios alumnos/as que consiguen que cada día siga aprendiendo y creciendo como profesional y como persona.



Su experiencia y conocimiento sobre programas y acciones de apoyo a la creación de empresas se resume de forma sencilla. Ha disfrutado de una subvención por ser autónoma de la Diputación de Málaga, pero considera que las administraciones deberían apoyar más la integración y creación de empresas por parte de mujeres y madres trabajadoras. En ese campo, según su criterio, aún queda mucho camino que recorrer.

No considera que existan diferencias en el estilo de gestión o en la personalidad del empresariado por ser hombre o mujer, si bien subraya que la diferencia aparece cuando una mujer se convierte en madre, ya que enfocado al trabajo el esfuerzo es mayor y el tiempo de dedicación debe distribuirse de forma eficiente para atender con suficiente diligencia ambos planos. “¿Cómo solucionas la necesidad de dedicarte 100% a tu empresa y 100% a tu familia? no es fácil, hay que esforzarse cada día en encontrar el equilibrio de una forma adecuada”.

Para ella ser empresaria y tener familia no tiene ventajas, supone tener una mayor carga de responsabilidades, aunque también es contundente respecto a que no renunciaría o se arrepiente de ninguna de estas cosas. Familia y Empresa para ella son su razón de ser y parte de su propia persona.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Sara Ruiz González concluye su entrevista con esta frase motivadora “ser empresaria es la satisfacción de lograr mi sueño en el plano laboral, y romper una lanza a favor de la incorporación de la mujer/madre al mundo laboral y a la igualdad en la sociedad”.

DATOS DE CONTACTO

Centro Ecuestre Piedras Blancas

Parque Natural de Sierra Tejeda y Almirajara, Frigiliana.

Código postal 29788

674337039/665322041

www.centroecuestrepiedrasblancas.com

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Vanessa Palacio Guerrero puede considerarse un caso especial porque además de ser empresaria está en un sector de actividad donde estadísticamente la presencia femenina es todavía hoy casi inexistente. Su empresa, **Materiales PAYMI**, en funcionamiento en Sayalonga desde 2013 es un comercio especializado en materiales de construcción y ferretería.

La empresa está compuesta por tres socios, dos hombres y ella que ostenta el cargo de administradora y es la cara visible y la gerente de la empresa. No tienen una estructura de personal muy elevada, el equipo lo conforman dos personas y la facturación media anual oscila entre los 60.000 y los 80.000 euros.



HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Esta emprendedora tenía formación como Auxiliar Administrativa y tenía experiencia profesional en este mismo sector. Podríamos decir que fue “empresaria por sorpresa” o más bien que las circunstancias la llevaron a evaluar la oportunidad de hacerse cargo de la empresa en la que trabajaba porque el dueño se iba a otro país y, confiando en su diligencia y buen hacer, le propuso quedarse con el negocio.

No duda en responder que lo más difícil de tener una empresa son los pagos y todos los impuestos que tenemos que pagar. Por otro lado, aún en un mundo tradicionalmente masculino nunca se ha sentido rara, juzgada o haber tenido problemas por su condición femenina. Insiste en que, al contrario de cualquier expectativa, desde que empezó en ese mundo y aun siendo el 90% hombres, siempre se sintió ayudada y contribuyeron a su adaptación. “Siempre me trataron como una más sin juzgar mi condición de mujer”, confirma.

De todas formas, si destaca con cierto humor una anécdota muy habitual en su día a día “cuando un hombre me ve coger una carretilla elevadora, y no me ha visto antes, se extraña al ver el manejo que tengo con ella, pero es que son más de 20 años en el sector y la experiencia en el manejo se nota...”

La parte positiva de tener un negocio la tiene igualmente clara y subraya que “soy yo quien puede progresar y tener un porvenir mejor, aunque con tantas inversiones en el negocio no se perciben a corto plazo”. Su experiencia transmite que ser empresaria viene vinculado directamente con el desarrollo de la paciencia.

Se encuentra un paralelismo directo con otras empresarias analizadas respecto a que su marido sea su principal apoyo en su aventura empresarial, de hecho, forma parte de su equipo de trabajo y ambos se combinan y consiguen llegar a los objetivos marcados en colaboración.

Piensa que tanto un hombre como una mujer están capacitados para crear una empresa y el que sea capaz de lanzarse es porque tiene la seguridad de que puede hacerlo. “Es una cuestión de tesón no de género”, declara.

La compatibilidad entre el mundo de una empresaria y su mundo personal “llevando una casa, los niños/as y el trabajo es muy complicado”. En este sentido, si confiesa que quizás los hombres “lo tienen algo más fácil porque todavía hoy son pocos los que asumen esta responsabilidad o, al menos, al mismo nivel que una mujer”. No obstante, se muestra optimista, parte de la complejidad que supone, pero nos dice que con organización se puede sacar más tiempo para disfrutar de la familia que si estuviera supeditada a un horario fijo trabajando por cuenta ajena.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Cuando le pedimos que nos dé algún consejo para otras mujeres con inquietudes emprendedoras se muestra sincera: “Pienso que como experiencia repetiría siempre, pero para ello deben de ser conscientes que no es todo de color de rosa, ya que hay que trabajar duro y hacer frente a muchas responsabilidades como son el pago a las empresas proveedoras”.

DATOS DE CONTACTO

Materiales de Construcción PAYMI

C/ Cruz de Miranda s/n 29752- Sayalonga.

639246663

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA



Ultramarinos Mari es un negocio modesto, un comercio de conveniencia ubicado en Sayalonga que cumple las funciones de un pequeño supermercado para todos los habitantes habituales y turistas de ese municipio de la Axarquía. Con un surtido amplio intenta ofrecer “un poco de todo”: charcutería, comestibles, bebidas, droguería y limpieza y perfumería e higiene.

María José Alba Fernández es una empresaria ilusionada que representa a tantas mujeres que en la provincia lideran comercios relacionados con la alimentación. Sin empleados/as a su cargo es ella misma la que dependiente, la que gestiona el stock, los pedidos, el inventario, las empresas proveedoras y, por supuesto, intenta estar

siempre dispuesta a atender las necesidades de sus clientes/as con simpatía.

Un comercio con tradición porque lleva siendo la tienda de confianza de Salayonga desde 1989. No obstante, ha ido experimentando cambios, empezó siendo un local de 15 metros cuadrados y hoy dispone de una superficie de 50 metros cuadrados con lo que el crecimiento ha sido considerable.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

María José Alba tiene formación básica, pero se ha especializado y formado para atender mejor sus responsabilidades al frente de su supermercado. Así, los cursos de manipulación de alimentos, cursos de informática... han ido completando su perfil.

Lo de ser empresaria le viene de alguna manera en los genes puesto que desde pequeña había ayudado a sus padres en el negocio hasta que decidió hacerse cargo de él. Siempre había disfrutado viendo a sus padres llevando el comercio y, casi

desde que recuerda, tuvo la intención de continuar con esos ultramarinos como parte de la saga familiar.

Aunque disfruta con su trabajo reconoce que la cantidad de horas que dedica y los muchos impuestos que hay que pagar a veces desmotiva, pero, en todo caso, reconoce encontrar más aspectos positivos que negativos.

Su familia siempre ha jugado un papel fundamental, por ser su inspiración, parte de su experiencia vital y porque siempre han apoyado que siguiera y desarrollara la actividad empresarial de Ultramarinos Mari.

Sabe que hay bastantes programas de apoyo a las personas emprendedoras pero considera que siempre son necesarios más. Por su parte, ha tenido alguna experiencia directa con programas de este tipo. De forma general, los evalúa positivamente.

No piensa que haya diferencias entre ser empresario hombre y empresaria mujer, pero sí afirma que ser mujer y empresaria implica ser valiente y no tener miedo a arriesgar por poner en marcha su proyecto y, en cierta medida, su sueño.

La parte positiva de ser empresaria “es que tú te organizas y puedes dedicar el tiempo que quieres a poner tus horarios”, en todo caso, señala que es una de las ventajas de vivir en un pueblo pequeño, reconoce que quizás en un núcleo urbano con más habitantes no habría tanta flexibilidad para un negocio como el suyo. De alguna forma su clientela ya están acostumbrados y si en alguna ocasión cuando necesitan algo el establecimiento está cerrado van a su domicilio. Existe una relación de confianza en la que esta empresaria atiende gustosamente urgencias o necesidades especiales incluso fuera de horario. De alguna forma, es parte de su valor añadido como tienda de conveniencia en el municipio.

Esta empresaria de la Axarquía dice tener una colección de anécdotas ya que su negocio está en un pueblo pequeño y los/las vecinos/as son casi de la familia. Hay personas que van a su comercio simplemente para hablar con ella y a veces ejerce de dependienta, psicóloga y consejera. Aunque bromea con esta cuestión se siente muy orgullosa de ser un apoyo en momentos complicados de la vida de su clientela. Como resultado de esto considera que Ultramarinos Mari es una pequeña familia. Cuenta con una cartera de clientes que la aprecian y ese sentimiento se lo manifiestan diariamente, transmitiendo confianza en su persona, sin duda, eso lo evalúa como algo que la llena profundamente y le da fuerzas para abrir y seguir cada día con su negocio.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Debido a su experiencia positiva en el negocio anima a todas las mujeres a seguir sus pasos. Afirma que “es algo muy bonito y, lo mejor, ser tu propia jefa. No niego que sea fácil, pero al final te alegras”.

DATOS DE CONTACTO

Ultramarinos Mari

C/ Centro 14, C.P 29752, Sayalonga.

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Galería Benezra es una galería de arte independiente e internacional que se especializa en el arte contemporáneo accesible y esculturas, así como las ventas de arte y obras impresionistas.

Situada en la hermosa área residencial de La Quinta cerca de la ronda del entre Marbella y San Pedro de Alcántara su nuevo edificio icónico ha sido creado por el reconocido arquitecto ADT.



La Galería BENEZRA brinda apoyo a artistas y diseñadores/as emergentes y su reputación la define por presentar interesantes pinturas y esculturas contemporáneas de artistas internacionales, así como unas excelentes colecciones de obras exclusivas de edición limitada y de buen precio.

Con más de 30 años de experiencia en negocios y diseño internacional, BENEZRA puede proporcionar estrategias a medida para clientela privada y corporativos que buscan adquirir y / o vender obras de arte.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Maureen Benezra está al frente de esta compañía desde 2016, en la actualidad la galería cuenta con un socio y una socia.

Su empresa es algo con lo que verdaderamente disfruta, en palabras de ella “el arte enamora”. Nos cuenta que cada artista tiene una historia y ella disfruta conociéndola y con el proceso de contarla.

La Galería se enfoca al ámbito internacional, aunque cuenta con una sola sede, trabaja con artistas, galeristas y coleccionistas europeos en sus exposiciones.



Antes de empezar con su empresa trabajó como proveedora de arte y diseño de muebles únicos a medida. En su experiencia profesional previa también hay que destacar su trabajo durante muchos años en la moda y el diseño, “siempre me gustó el arte y aprendí todo lo que pude en el camino”.

Por el hecho de ser mujer y empresaria destaca que no ha experimentado ningún obstáculo... hay muchas mujeres en el mundo del arte y famosas también.

Lo que más le gusta de su trabajo, a esta mujer enamorada del arte, es seleccionar nuevas obras, conocer nuevos artistas...cada artista es único/a.

Su marido ha sido fundamental en su actividad “somos socios y es mi apoyo cada día”.

Conoce las asociaciones de mujeres en Marbella, sin embargo, señala que sería bienvenida la formación de una agrupación de mujeres que trabajaran en Arte.

Al comparar hombres y mujeres en el papel de empresarios/as considera que existen diferencias, “las mujeres generalmente tienen un enfoque más directo... un hombre tendrá además una actitud diferente cuando se acerque a una mujer. Creo que las mujeres tienen un lugar relevante en los negocios ahora y cada vez se les juzga menos”.

En relación a la vida personal y los negocios no indica haber tenido dificultades. Lleva casada desde hace muchos años, es madre y ahora también una orgullosa abuela. “Espero estar siempre trabajando siempre esforzándome por presentar nuevos artistas y alentar el talento especialmente entre la población joven. Las mujeres de hoy tienen muchas oportunidades, estoy orgullosa de representar lo que representamos en este mundo moderno”, nos dice Maureen.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Maureen acaba esta entrevista con un mensaje de ánimo y la siguiente recomendación “si uno/a disfruta con lo que hace en la vida eso redonda en todas las áreas...”

DATOS DE CONTACTO

BENEZRA GALLERY

Avda. Tomas Pascual 6
Urbanización La Quinta Golf
29678 Benahavis/Marbella.
www.benezragallery.com
E Maureen@art-investments.com
660 491 809 // 660492100

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

La empresaria al frente del negocio **Pretty woman Irene Make Up** es **Irene Ordoñez Carballo**.

Irene Ordoñez Carballo es la empresaria que dirige este salón de belleza, maquillaje y cosmética y taller de automaquillaje.



Fue creada en 2015 y de momento ella sola se ocupa de todas las tareas del salón, con una facturación de unos 25.000 euros. En la actualidad es el único salón de estas características del municipio.

Irene ha realizado diversos cursos de formación entre ellos: carpintería y ebanistería, varios cursos de estética y maquillaje.

Adquirió una amplia experiencia del sector al trabajar durante 10 años como empleada en otro salón de belleza.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Su motivación principal a la hora de crear la empresa fue cumplir su SUEÑO de un salón de belleza propio. Sus inicios fueron trabajando en la peluquería de su hermana, pero en cuanto vio el momento decidió comenzar su andadura sola.

Lo más difícil de tener una empresa y además de ser empresaria mujer es hacer frente a muchos gastos y compaginar además labores, como ser madre y ama de casa.

Lo que más disfrutado de poner de poner en marcha su empresa, según indica es “simplemente todo. Trabajo en lo que más me gusta y también quiero resaltar que el trato con la clientela me encanta”.

Al pensar en sus apoyos fundamentales en esta aventura empresarial destaca que son sus clientas.



En relación a programas y acciones de apoyo a la creación de empresas por parte de mujeres en la provincia de Málaga manifiesta que no ha conocido ninguno por lo que no ha recibido ningún apoyo en la puesta en marcha de su negocio.

Para Irene efectivamente hay diferencias entre hombre y mujer a la hora de emprender y nos explica, si ya ser mujer es "especial" si se le suma ser empresaria es "maravilloso".

Nunca me he sentido "rara" o "juzgada" por ser mujer y tener una empresa. Conseguir el equilibrio entre empresa y vida personal no le ha resultado complicado y tener la empresa le proporciona fundamentalmente ventajas.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Para Irene la experiencia desde el principio ha sido positiva, y hace hincapié en señalar que “no solo me refiero a las ventajas económicas, sino también desde el punto de vista personal es lo mejor que hice, mi eslogan es: hazlo con pasión o cambia de profesión”. Se confiesa una enamorada de las brochas desde que era una niña, su sueño se hizo realidad en 2015 cuando decidió hacerse empresaria.

“Mi trabajo -afirma la empresaria- me ha regalado experiencias maravillosas, compartir con las novias los momentos previos al <si quiero> y vivir con ellas situaciones tan especiales e inolvidables, es muy gratificante. En más de una

ocasión he tenido que servir de ayuda en minutos de tensión, nervios y de imprevistos de última hora. Amo mi trabajo y eso es lo más importante”.

DATOS DE CONTACTO

PRETTY WOMAN IRENE MAKE UP

Calle Pintor Rivera Local-4 29320

29013 Campillos.

697874949

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

La empresaria al frente de **R&R Aperitivos** es de **María del Carmen Ramírez**.

R&R aperitivos se dedica a la venta de una amplia variedad de productos de Herboristería, frutos secos, a granel y se sitúa en el municipio de Álora. Ya ha cumplido los 21 años funcionando el negocio.

María del Carmen es la única socia de esta empresa y junto a su hermana se encargan de la venta y asesoramiento sobre los usos de estos productos. Tienen de todo por eso les gusta decir, entre risas, que “son como El Corte Inglés”.



HISTORIA DE LA EMPRESARIA

María del Carmen comenzó su carrera profesional trabajando, desde los 14 años, en la fábrica de Zerimar.

En los productos de herboristería se inició contratada por su hermana, pero desde hace 2 años se quedó ella al frente. Quisieron juntas montar y desarrollar este proyecto. Su hermana en ese momento no tenía trabajo y María del Carmen además tenía dos hijas pequeñas.

En la actualidad es un miembro muy activo de la Asociación de Mujeres Empresarias de la Comarca de Campillos “Proyecta”.



Lo más difícil de tener una empresa es la situación de incertidumbre, no hay nada seguro. “A veces te sientes agobiada porque dependes de que el público entre o no a comprar. Eso te crea mucha inseguridad ya que todos los meses hay que hacer frente a los gastos de la empresa, con lo cual a veces se gana y otros meses hay que poner dinero a la empresa”.

Ser empresaria mujer a ella no le ha resultado diferente frente a un empresario hombre, defiende que es lo mismo. Atiende a un público muy diverso que le cuenta sus necesidades, ella escucha atenta y aconseja el mejor remedio. Destaca que el mostrador engancha es como una droga.

“Lo que más disfruto de tener en marcha mi negocio es la autonomía que me da una empresa. Abro y cierro cuando quiero. No me tengo que sentir presionada por un/a jefe/a. No tengo que dar explicaciones, aunque reconozco que las empresas son muy esclavas”.

Su marido ha sido un apoyo fundamental en esta aventura empresarial, él ha sido empresario también y la comprende.

Sobre la existencia de programas y acciones de apoyo suficientes para la creación de empresas por parte de mujeres en la provincia de Málaga su respuesta es negativa. “Más que apoyo externo, ella incide, que hay que tener algo interno especial para empezar una aventura empresarial”, puntualiza.

María del Carmen señala que hay que tener siempre presente que en las empresas no se puede empezar y querer ganar. Obtener beneficios requiere un esfuerzo muy grande tanto para hombres como mujeres. Para ella las diferencias no existen.

Compatibilizar ser una empresaria y la familia no es una cuestión fácil pero siempre lo ha llevado bien repartiéndose los turnos con su hermana. “Cuando eres tu propia jefa te organizas” comenta con cierta satisfacción.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

La valoración personal de esta empresaria es muy positiva por ello quiere animar a otras mujeres de la provincia a ser empresarias.

Entre los aspectos más importantes que ella quiere transmitir es que las puertas de los negocios siempre tienen que estar abiertas. “Nunca se sabe a la hora que puede aparecer la clientela”.

Ella piensa que hoy la incertidumbre que genera crear un negocio, a veces, puede más que las ganas. Indica también que cuando has tenido una trayectoria profesional previa es más fácil montar tu propia empresa.

Frente a otras empresarias sus palabras son de ánimo a iniciar nuevos proyectos, nuevas empresas. Es importante para emprender tener iniciativa y buscar cosas nuevas. Eso es lo que se necesita, lo que buscan la clientela. No tiene sentido hacer más de lo que ya hay. En los negocios hay que buscar algo diferente.

Recomienda nunca caer en la apatía. “Crear en lo que estás haciendo es la clave, si la gente te ve segura confían en ti. Si una persona tiene ganas e ilusión lo tramite al público”, en parte lo considera sus trucos para el éxito de R&R Aperitivos.

DATOS DE CONTACTO

R&R Aperitivos

Plaza España 1

29013 Campillos

671192579

web.proyectacampillos.org

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa de **Calzados Lola Gambero** se dedica a la venta de calzados, textil, bolsos y marroquinería. Un amplio surtido, calidad y modernidad describen este establecimiento ubicado en el municipio de Campillos.



La empresaria es **Dolores Gambero Galeote** compagina esta actividad con la presidir la Asociación de Mujeres Empresarias de la Comarca de Campillos "Proyecta", cuya finalidad es dinamizar e incentivar el comercio local, así como aportar ideas nuevas y reciclar los comercios y establecimientos que representa la asociación.

Proyecta, tal y como su nombre indica, es un proyecto emprendedor de futuro a través del cual se pretende fomentar las ventas en el municipio y cruzar las fronteras al resto de la comarca. Este grupo de 42 mujeres empresarias pretende demostrar que la unión hace la fuerza.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

A Dolores Gambero le ofrecen hacerse cargo de este establecimiento de Calzados en 2003 que hasta aquél momento pertenecía a los dueños de Zerimar. Su experiencia profesional es amplia, comenzó muy joven trabajando en esta fábrica de pieles donde permaneció durante 25 años. Su actividad en esta conocida firma la desarrolló en diferentes departamentos llegando a ser encargada de tienda.



Se convirtió en empresaria por aspiraciones laborales, en la fábrica que trabajaba ya no tenía más posibilidades “de pasar de ahí”, quería también independencia, cambiar, tener nuevos horizontes. Y además se está bien siendo tú la jefa, señala Dolores.

El aspecto que ella refiere como más difícil de tener una empresa, en un pueblo pequeño es hacer frente a la gran competencia que existe hoy. “Nos tienen invadida las grandes empresas, las grandes superficies y la venta online”. Un pueblo tiene poca capacidad de demanda. Mantener un negocio requiere grandes esfuerzos y mucha inversión.

A pesar de ello Dolores disfruta con el trabajo bien hecho, con el trato con el público, “saber que mi clientela está contenta con lo que yo les ofrezco”. Nos cuenta que desde la Asociación pusieron en marcha una tarjeta de fidelización que está funcionando muy bien.

Su apoyo fundamental en esta aventura empresarial ha sido su pareja. En relación a la existencia de suficientes programas y acciones de apoyo a la creación de empresas por parte de mujeres en la provincia de Málaga considera que no son suficientes, pero señala que cuando decidió iniciar su actividad solicitó el desempleo íntegro para poner en marcha el negocio, y también pudo obtener una subvención para hacer las obras de reforma del establecimiento.

Respecto a las mujeres empresarias no considera que tengan algo especial, sino que opina que lo importante, tanto en hombres como en mujeres, es el carácter de la persona, eso es lo que verdaderamente determina ser un empresario/a.

Nunca me he sentido “rara” o “juzgada” por ser mujer y tener una empresa. En la actualidad compatibilizo bien familia y empresa pues no tengo cargas familiares de hijos/as pequeños/as. Si bien, señala que en los negocios de autónomos/as no tienen horario, ni vacaciones, “es muy sacrificado casi no te puedes poner malo. Estás todo el día trabajando” comenta.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Como anécdotas de su trayectoria y experiencia empresarial considera fundamental la tarea de motivar a la juventud. “Mi experiencia ha sido positiva, pero a su vez también complicada”. En este sentido recomienda a los/las jóvenes que se formen bien especialmente en todo lo relacionado con las nuevas tecnologías. “Hay que prepararse pues hoy la clientela compra mucho por internet.

Estoy continuamente viendo pasar por aquí los camiones de repartos de Amazon”. Desde su punto de vista, este nuevo tipo de comercio constituye una fuerte competencia para las tiendas físicas.

Los negocios en pueblos pequeños son muy difíciles y limitan mucho. Además, observa que las parejas jóvenes con hijos/as pequeños/as suelen ir a grandes centros comerciales fuera del pueblo.

Considera fundamental hoy la adaptación al nuevo entorno, incide en que sería necesario un mayor apoyo para la modernización de los establecimientos, programas de marketing, de escaparatismo, técnicas de ventas, etc.

Es sincera y concluye su entrevista reconociendo “en estos momentos la situación es difícil, yo animar no puedo, a veces necesito que me animen a mí”.

DATOS DE CONTACTO

CALZADOS LOLA GAMBERO

Calle Santa Ana 13

29013 Campillos

web.proyectacampillos.org

647754052

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA



Isabel Romero Villanueva, bien conocida en el municipio de Campillos dirige este centro de peluquería y estética desde hace 40. Su misión acercar todas las novedades del sector a sus clientas. Innovación y personalización distinguen su establecimiento.

Es la única socia en el negocio, pero ya forman parte del equipo su sobrina y otra persona más.

A mediados de los años 70 y durante dos años y medio se formó en Madrid cuando comenzaron a ofertarse por primera vez títulos de Peluquería y Estética por el Ministerio de Educación y Ciencia.

Aunque lleva muchos años en este negocio, señala que aún sigue al día de todas las novedades.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Isabel bromea diciendo que su vocación es de nacimiento, pero por necesidades económicas comenzó a trabajar en diversas actividades en varios puntos de España como Barcelona, Madrid o Marbella, hasta que pudo hacer realidad su sueño y alquiló un piso para comenzar con un salón propio.

Con 9 años, reconoce, estaba ya obsesionada con la tijera y realizaba sus primeros cortes. Siempre le ha ido muy bien porque su empeño era muy fuerte. Comenzó muy joven con mucha energía y ganas. “No sabía si iba a tener éxito, pero lo hice. Al principio fue muy sacrificado, pero la actitud es lo más importante”. En este caso, de nuevo, su familia ha sido su apoyo fundamental.

“Me gustaba hacer siempre cosas nuevas. Traía todas las novedades que se hacían fuera” comenta apasionadamente. Comenzó con la cera, la estética o las limpiezas de cutis cuando en el pueblo no lo hacía nadie. Venían mis clientas a probar y también gente para aprender las nuevas técnicas”.

Ella es una firme defensora de que la ilusión la alegría y las ganas se tienen que notar, el público lo percibe al momento. Hoy sigue estando al día de todo, le gusta improvisar y dar un servicio personalizado. Cada persona necesita algo diferente. En un negocio como el suyo es bueno hablar con el público que le cuenten, escucharlas y conocer a las personas. Hay que atender al público en todos los sentidos.

Para Isabel hoy las cosas han cambiado mucho, “antes todo era más difícil. No había las ayudas de ahora. Hay que tener ganas y trabajar mucho. Las mujeres empresarias tienen que tener mucho valor y fuerza lo tenemos más difícil, es una medalla”. En todo caso, a estas alturas de su aventura admite haber aprendido a no sufrir tanto por el trabajo.



Isabel es también miembro activo de la Asociación de Mujeres Empresarias de la Comarca de Campillos “Proyecta”. Ella es colaboradora habitual de las actividades de su localidad, participa en el grupo de teatro del hace 15 años, pinta y le gusta el arte. Otra de sus grandes pasiones es viajar, ya ha estado en 40 países y nos dice que conocer el mundo le ha permitido aprender y comprender muchas cosas.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Isabel declara que está muy contenta con su trabajo y anima a las mujeres que quieren emprender y comparte su slogan “si quieres puedes. Si una persona tiene un propósito no solo hace falta la ayuda de fuera tienes que sacarlo de dentro de ti”.

DATOS DE CONTACTO

Peluquería Isabel Romero

Plaza de España 7

29013 Campillos

670400259

web.proyectacampillos.org

Caso de Éxito: CONGELADOS LA LANGOSTA

Guadalhorce
Alora

PRESENTACIÓN DE LA HISTORIA



La empresaria al frente de **Congelados La Langosta es Elena María Aguilar Taboada.**

Elena María Aguilar Taboada posee un establecimiento dedicado al Comercio de una amplia variedad de productos congelados tanto en pescado, mariscos, verduras, precocinados y cárnicos en el municipio de Alora.

El negocio fue creado en 2014 y en la actualidad ella es la única socia. Su clientela destaca la buena calidad de sus productos y el buen precio.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Elena antes de comenzar su actividad empresarial trabajaba en el Bar de su hermano, había realizado un Módulo de Comercio y tenía inquietudes por poner en práctica lo aprendido.



Como opción al desempleo decidió crear su propio puesto de trabajo. De ser empresaria destaca que conlleva muchas responsabilidades, pero para ella no hay diferencias entre el empresariado hombre y mujer.

Señala que disfruta mucho con todo lo que le aporta su negocio y resalta la figura de su madre como la persona que ha constituido el apoyo fundamental en el inicio de esta actividad durante estos años.

En cuanto a la existencia de suficientes programas y acciones de apoyo a la creación de empresas para de mujeres en la provincia de Málaga hace hincapié en que nunca ha recibido información ni conocido ninguno. Por ello durante su actividad no ha tenido apoyo institucional.

Elena actualmente no tiene cargas familiares, pero es consciente de la dificultad de compatibilizar empresa y familia por empresarias que conoce. Efectivamente tienen algo "especial", al igual que otras empresarias lo han indicado anteriormente, quiere incidir en este aspecto.

Ella nunca se ha sentido juzgada ni "rara" por estar al frente de su establecimiento.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Elena muestra un alto nivel de satisfacción con su empresa. Nos dice que ella recomienda a otras personas a emprender ya que tiene beneficios tanto de desarrollo personal como profesional. "Es una decisión personal que te cambia la vida y en mi caso para bien", concluye.

DATOS DE CONTACTO

Congelados La Langosta

Calle Veracruz 17.
CP. 29500. Alora
679153639

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

La empresaria al frente de los dos establecimientos Floristería **Papelería Teresa Santiago** en dos puntos diferentes de la provincia es **Teresa Santiago**.

El inicio de la actividad fue una papelería que abrió en 1996 y estaba ubicada en el municipio de Valle de Abdalajis. En la actualidad, además existe otra tienda en Villanueva de la Concepción.



Teresa Santiago es la única socia pero ya cuenta en su equipo con tres mujeres más.

Su formación profesional ha sido de Auxiliar de Jardín de Infancia, y posteriormente dada la atracción que sentía realizó un Curso de Floristería de la Junta de Andalucía.

Cuando empezó no tenía experiencia profesional previa, estaba en el desempleo y optó por iniciar esta aventura empresarial.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

A Teresa siempre le atrajo el mundo de la Floristería, tenía inquietudes por crear y también por supuesto hay señalar el tema económico.

Cuando comenzó reconoce que no tuvo apoyo, “todo lo contrario la gente de mi alrededor, eran más bien pesimista en relación a mi proyecto” comenta con cierta decepción.



Desde su punto de vista lo más cuesta es el tema de empleados/as, pero en ningún momento porque su equipo de problemas, todo lo contrario, reconoce que lo que ocurre es que “me gusta siempre hacer las cosas a ella y le cuesta delegar”.

Señala que a la gente le costó creer en ella por ser mujer, pero eso sólo ocurrió al principio y posteriormente todo cambió. Ella disfruta mucho con hacer bien su trabajo.

En cuanto a programas y acciones de apoyo para la creación de empresas por parte de mujeres en la provincia de Málaga no ha tenido acceso a ninguno. Pertenece a la Asociación de Comerciantes del Valle de Guadalhorce y lo que ha observado es que existe escasa información para las empresarias y no se atiende por parte de organismos lo que se demanda por parte de las empresas.

En relación a hombres y mujeres empresarias piensa que no existen diferencias y nunca se ha sentido rara o juzgada por ser mujer y tener una empresa.

Ser una empresaria y compatibilizar la familia le resultó complicado cuando tenía los/las niños/as más pequeños/as, era difícil compaginar su empresa con su vida personal; reconoce que “las mujeres tenemos que estar en todo”.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

En cuanto a su experiencia para otras mujeres Teresa se muestra animada con el proyecto emprendido y resalta que “Ser independiente, sentirse realizada es muy importante para cualquier persona”. Para ella, además, la relación con la clientela es lo más gratificante.

DATOS DE CONTACTO

Floristería Papelería Teresa Santiago

Avda. Blas infante, 48 Villanueva de la Concepción
Plaza de San Lorenzo, 4. Valle de Abdalajis
658 194708

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

ACADEMIA OLIVA GALLARDO ofrece clases de apoyo secundaria y bachillerato, selectividad, acceso ciclos formativos, acceso universidad mayores 25 años, idiomas, cursos formativos.

Oliva del Mar Gallardo Gutiérrez inicia hace 14 años su aventura con de este negocio, aunque ya desde su época de universitaria impartía clases particulares para sufragar parte de los gastos de sus estudios y sabía perfectamente cuál eran las necesidades de su pueblo.

En la actualidad, es autónoma y cuenta con una docente contratada, aunque el número de trabajadores/as así como la facturación dependen de la época del año.



HISTORIA DE LA EMPRESARIA



Oliva Gallardo Gutierrez, licenciada en Farmacia, se encontraba desempleada y en 2004, momento en el que funda su empresa. Señala que siempre pensó en dedicarse a la enseñanza, aunque no tenía claro si pública o privada, finalmente se decidió por la privada, y ello le llevó a impulsar su propio Centro de Formación. Anteriormente, “siempre estuve impartiendo clases particulares en casa, y conocía muy bien la necesidad de una academia en mi pueblo, había muchos estudiantes que demandaban mis servicios”.

Para esta empresaria lo más difícil fue dar el paso, la incertidumbre de cómo va a funcionar o si la balanza de gastos e ingresos va a compensar. Siempre hay que asumir una serie de riesgos. Solo hay que ponerle, como a todo, mucha ilusión y trabajar duro. “En mi caso, ya conocía muy bien el terreno, no fue algo aleatorio, sabía de la necesidad y conocía la demanda. Tener una empresa supone una enorme responsabilidad, también por tu clientela y por tus trabajadores/as, todo debe ir en perfecta armonía, y ello supone un compromiso diario. No podemos confiarnos y perder el control en los años de bonanza, ni hundirnos en la desesperación y arrojar la toalla en los de crisis, tanto en unos como en otros hay que saber manejar la situación, trabajar en una línea constante. Yo no inicié mi negocio por el mero hecho de tener unos hipotéticos márgenes de beneficios, lo hice porque era lo que realmente me gustaba. Los negocios construidos en torno al talento que poseemos, tienen una mayor posibilidad de éxito. Cada día al abrir la puerta de mi centro, me siento satisfecha de lo que tengo y de lo que hago”.

Por el hecho de ser mujer empresaria no ha tenido limitaciones, solo que, en ocasiones, se le ha hecho más complicado compaginar el trabajo y la familia, por ejemplo, cuando sus hijos/as eran pequeños/as. Reconoce haber contado siempre con la ayuda de las abuelas. Sin duda esas etapas se hicieron más llevaderas con su colaboración.

“Soy una apasionada de mi trabajo, me gusta enseñar y transmitir mis conocimientos. No hay mayor satisfacción que ayudar a la gente a conseguir sus metas. Compartes con ellos/as muchos momentos de bajón emocional y otros de grandes alegrías. Los/as docentes también somos psicólogos/as, continuamente tenemos que transmitir toda la energía y motivación a nuestros alumnos/as”.

Desde la puesta en marcha de su empresa, su academia ha impartido multitud de cursos gratuitos, subvencionados por la Junta de Andalucía y el Fondo Social Europeo, tanto para trabajadores/as como para personas desempleadas. Desde su punto de vista “esto le ha dado la oportunidad a mucha gente de ampliar su formación, lo que sin duda repercute en un aumento de posibilidades en el mundo laboral. En las grandes ciudades, acceder a este tipo de cursos no es difícil, dado la gran oferta, pero en un pueblo pequeño como el mío, lo teníamos más complicado, largos desplazamientos, falta de tiempo y un largo etcétera, y gracias a la Academia Oliva Gallardo, mis vecinos/as tienen acceso a una gran variedad de acciones formativas, lo cual ha sido algo muy agradecido”.

Menciona que su marido fue el gran impulsor de su proyecto. Le proporcionó muy tranquilidad que él estaba apoyándola en su idea empresarial y le resultó decisivo para dar el paso.

En relación a los programas de apoyo tuvo una ayuda económica, pero no por ser mujer. Era una subvención que concedía NORORMA a personas que se fueran a dar de alta como autónomos/as en general. Desde su punto de vista piensa que se deberían adoptar acciones más centradas en objetivos, para que las políticas sociales y fiscales favorezcan el emprendimiento protagonizado por mujeres

Respecto a su opinión sobre si las mujeres empresarias tienen algo especial indica que no es algo inherente al sexo, si no a la condición humana. Encontramos tanto a empresarias como a empresarios muy “especiales”. El espíritu empresarial es un estilo de vida, que nada tiene que ver con el género. En todo caso, admite que “sí es cierto, que las mujeres no estamos suficientemente representadas en el colectivo emprendedor y tendemos a ser propietarias de empresas más pequeñas y menos dinámicas que las gestionadas por hombres, además de operar en sectores no intensivos en capital, que a menudo tienen menos potencial para generar beneficios elevados y sostenibles, aunque afortunadamente las estadísticas están cambiando, aunque de una forma lenta”.

Es muy contundente cuando comparte que “nosotras, siempre lo hemos tenido más difícil como emprendedoras, ya sea por ciertos desafíos, tales como actitudes sociales y culturales desmotivadoras y que se traducen en una falta de confianza en nosotras mismas, o por la inexistencia de un marco institucional o redes de apoyo al emprendimiento femenino”.

Nunca se ha sentido rara o juzgada sino sobrevalorada por todo lo que hace y su labor es muy agradecida.

En los años en que sus hijos/as eran pequeños/as, tal vez en ocasiones se le hizo difícil compaginar la vida familiar y la laboral, se cuestionaba con frecuencia si sus hijos/as tendrían alguna carencia de afecto maternal o sentirían que su madre no les prestaba la atención que le demandaban. A día de hoy esas dudas se han disipado, sus hijos/as son mayores y le dicen que en ningún momento lo sintieron así.

Para esta empresaria todo el proyecto ha sido ventajoso y considera importante el buen ejemplo que les he dado a sus hijos/as y a su familia en general. Su familia al completo la han visto luchar día a día, conocen la ilusión que le pone a su trabajo y

comparten sus éxitos. Ahora que son mayores cree que se sienten orgullosos/as de su madre, por su gran labor y perseverancia. Considera ser una buena referencia para ellos/as.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

“Desde aquí y teniendo en cuenta mi propia experiencia, animo a aquellas mujeres que tengan una idea de negocio, a que lo lleven a cabo, que asuman riesgos, merece la pena, solo fracasarán si no lo intentan”.

“Las mujeres solemos tener un potencial emprendedor latente que a menudo no se pone en práctica. Hay que romper estereotipos, barreras sociales y culturales. Estamos perfectamente capacitadas para crear y gerenciar nuestra propia empresa, y sobre todo hay que seguir trabajando para conseguir la igualdad de género en el mundo empresarial”.

“Ser empresaria es vivir en una anécdota continua”- bromea, “es una forma de mantenerse viva y productiva. No es trabajo fácil pero sí ilusionante, te hace superarte día a día”.

Considera que continuamente hay que buscar el equilibrio entre empresa, clientela y trabajadores/as, para los cuales no se debe ser sus jefes/as, sino sus líderes.

El trabajo y la constancia, la mejora continua, la innovación... son sus pilares. Hoy además considera imprescindible la resiliencia y prepararse para vivir en el cambio constante, anticipándose al mismo y a un mercado de evolución continua.

Se muestra muy convencida cuando afirma que hay que disfrutar por el camino de pequeños logros porque “emprender es una carrera de fondo”.

Oliva finaliza afirmando que la empresa es como un barco, si no sabes dónde estás no puedes corregir el rumbo para llegar a tu objetivo.

DATOS DE CONTACTO

Academia Oliva Gallardo

Paseo Virgen de los Dolores, 52
Villanueva del Trabuco, Málaga.
606 56 16 75

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

La empresaria al frente de **Arch+ Design** es **Sonia Luque Espejo**.



Arch+Design un estudio de arquitectura donde se realizan proyectos de edificación, de actividad, de actuación, licencias de apertura y certificados y cualquier otro trabajo dentro de sus competencias.

En 2013 Sonia se marca el reto de emprender en un sector de actividad, diseño, arquitectura y construcción, en el que puede considerarse poco habitual encontrar presencia femenina y aún menos en su dirección.

Por el momento funciona como una empresa unipersonal y la empresaria indica que es bastante complicado aumentar la plantilla en este sector ya que lo más común (y rentable) es la contratación por servicios y/o trabajos.

“El volumen de facturación es variable, como la gran mayoría de los/as autónomos/as, aunque es cierto que desde que comenzó este proyecto la tendencia es de crecimiento año tras año, oscilando actualmente entre 18.000-20.000€ anuales”, declara satisfecha Sonia.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Sonia Luque se encarga de su estudio en solitario, aunque puntualmente cuando desarrollan varios proyectos simultáneos o se acerca la fecha de límite de entrega de alguno de ellos, suele recurrir a la ayuda de su pareja que es arquitecto técnico. También es cierto que en la mayor parte de los proyectos (de edificación, sobre todo) requieren la figura de un arquitecto técnico por ello cuentan con la colaboración de otro técnico que trabaja por cuenta propia.



Cursó la Licenciatura en Arquitectura por la Escuela Superior de Arquitectura de Granada. Terminó los estudios en 2012 y unos 5-6 meses después, se colegió y abrió las puertas del estudio. La única experiencia con la que contaba eran los 10 meses de periodo de prácticas en un estudio de arquitectura de Granada, pero en cuanto a llevar y dirigir una propia empresa no se había formado.

Realmente pasó relativamente poco tiempo entre el término de sus estudios y la apertura de su propio estudio. Durante este periodo aprovechó para mejorar su formación y curriculum mediante la realización de varios cursos orientados al diseño 3D e infografía.

Sonia recuerda, “cuando terminé mis estudios el mercado laboral de la construcción no era precisamente muy alentador; algunos/as compañeros/as que se quedaban donde estudiamos, Granada, trabajaron en estudios de arquitectura por honorarios bastante precarios, situación que hacía imposible poder vivir de ello (alquiler, gastos, comida...). Mi pareja y yo decidimos, pese a estar encantados con la ciudad, que era una buena oportunidad mudarnos a Villanueva del Trabuco (mi pueblo) donde disponíamos de local y alojamiento gratis para poder montar la oficina sin contar con demasiados gastos inabordables para dos recién llegados al mundo laboral”.

Otro aliciente que la impulsó a instalarse en Villanueva del Trabuco fue la inexistencia de estudios de arquitectura con oficina a pie de calle donde se recibiera a los/las clientes/as. “Además, por supuesto, de contar con el apoyo familiar y el convencimiento de la idea de que en el pueblo todo se vive desde otra perspectiva y otra escala más doméstica y cercana” matiza.

“Quizás una de las cosas más complejas, sobre todo al principio, era la toma de decisiones importantes a las cuales te enfrentabas por primera vez y ahora sin ir de la mano de un supervisor/a y/o jefe/a. No había nadie por encima que pudiera rectificar tus decisiones si éstas no eran las más acertadas. Hecho que, por otro

lado, te hace ir creciendo, formándote e informándote para que tus actuaciones estén más fundadas y firmes que nunca. Al final la vida, de eso se trata...

Por ser empresaria mujer no ha tenido ningún problema hasta ahora y eso que el sector de la construcción está formado por hombres en un 90%. Cuando va a las visitas de obra y tiene que tratar con el jefe de obras o los operarios directamente, éstos atienden a las indicaciones que les da sin ningún tipo de reparo ni menosprecio hacia ella. Sí que admite haber oído en alguna ocasión, pero no se lo toma como algo negativo, “si lo dice la arquitecta (haciendo hincapié en que soy mujer), eso va a misa”. Hasta la fecha declara que todas las direcciones de obra han sido bastante cordiales y con buen entendimiento entre las partes.

Sonia destaca, sobre todo, la satisfacción cuando se termina o entrega un proyecto, ver el resultado y que el/la cliente/a esté satisfecho/a con su trabajo.

“Mi soporte principal ha sido mi pareja, ya que al ser del mismo gremio podemos compartir experiencias, hacernos consultas y servirnos de ayuda cuando algún trabajo no va todo lo bien que quisiéramos... Y por supuesto, mis padres, que desde el comienzo han sido fundamentales apoyando en todo lo que está en sus manos”.

Cuando comenzó su andadura no recibió ninguna ayuda específica para mujeres empresarias, solamente se benefició de la bonificación de autónomo, con el que comenzaba pagando 50€ mensuales que se iban incrementando hasta alcanzar la cifra actual en el transcurso de 2 años.

Respecto a si las mujeres empresarias poseen algunas características especiales, Sonia cree que generalizar en ese sentido no es bueno, ni hacia un lado ni hacia el otro. “Si queremos luchar por una sociedad igualitaria, donde hombres y mujeres tengamos las mismas oportunidades, iguales salarios, etc. no debemos creernos que ni unos ni otros somos especiales o superiores”. Concluye su opinión a este respecto diciendo que piensa que cada uno/a debe preocuparse en realizar su trabajo con la máxima profesionalidad posible y siendo siempre riguroso y responsable, y entonces el género, no será un rasgo que marque diferencias.

Nunca se ha sentido rara ni juzgada. “Pienso que cada vez somos más las mujeres emprendedoras y empresarias y eso lo muestran las encuestas con la importante disminución del peso de la mujer en el ámbito doméstico. ¡Estamos saliendo a la calle, trabajando y manteniendo a nuestras familias de la misma forma que lo hacen los hombres y eso es bueno!”

Compatibiliza empresa y familia, ella nos explica que su situación personal actual es estable, con una unidad familiar compuesta por su pareja, su hija de 20 meses y ella. Viven juntos en una casa próxima a su oficina y a la casa de sus padres. Comenta este dato porque ella lo considera fundamental. Su rutina diaria se resume en: “por la mañana yo me quedo a cargo de nuestra hija hasta que se despierta y la dejo en la guardería (situación que me puedo permitir por ser autónoma); llego a la oficina donde organizo mis citas, visitas de obra o trabajo desde allí; después de comer, la recogemos y suele dormir la siesta en casa de los abuelos (mi oficina está en el local de planta baja de su vivienda) los cuales me avisan cuando despierta y, según el trabajo, su papá o yo nos hacemos cargo de la merienda, el parque o lo que surja hasta la hora del baño y la cena”.

“El trabajo por cuenta propia ofrece la opción de no tener horario con su doble sentido: te da cierta libertad para compaginar la vida laboral con la familiar, pero a la vez te restringe ese tiempo cuando tienes alguna entrega o mayor volumen de trabajo y has de dedicarle más tiempo a éste del que quisieras”.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

“Ahora que ha pasado un tiempo prudencial y, sobre todo, superados los primeros años de incertidumbre e inexperiencia, quizás esta afirmación es demasiado osada para el sector al que pertenezco, siento la certeza de que tomé la decisión acertada. Me gusta mi profesión y poder vivir de ello me gratifica.

No siempre el camino fue fácil, ya que ser tu propio jefe/a te obliga a tomar todas y cada una de las decisiones, hacer frente a imprevistos, problemas que pasan por tus manos y que no siempre tienen una única y clara respuesta. Pero cuando por fin das con la solución, con el detalle constructivo y la ejecución perfecta y ves físicamente lo que un momento solo fueron bocetos e ideas en un papel... entonces sientes que todo el esfuerzo que hay detrás ha merecido la pena.

Esta idea se podría extrapolar a cualquier profesión y/o idea empresarial. Con esto quiero animar a las mujeres que tengan inquietudes o alguna idea que le ronda la cabeza y quizás le parezca un poco locura, “que lo estudien de verdad y que se animen, que con esfuerzo y constancia al final todo se consigue. Y eso te reconforta y te llena.”

DATOS DE CONTACTO

ARCH+DESIGN

Paseo Guadalhorce 27 bajo,
29313 Vva. del Trabuco (Málaga)
635 96 28 48;
sonialuque@arch-design.es.

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Bar Mesón Mangas situado en el corazón de la comarca de Nororma se encuentra este establecimiento de restauración que ofrece con una amplia oferta en cafetería, desayunos, tapas, comidas, menús a la carta. Cuenta además con excelentes salones para celebraciones.



Eva Torres Martínez junto a José, su marido, están al frente de este negocio en el que su clientela destaca la simpatía, el buen trato, la porra y las exquisitas costillas. Calidad y servicio son dos cualidades que los definen.

Llevan funcionando desde 1997 y el equipo lo forman tres mujeres y dos hombres. Su facturación anual ronda los 180.000 euros.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Cuando Eva comenzó su aventura empresarial estaba desempleada, no tenía experiencia profesional previa pero sí su pareja y decidió lanzarse a crear su negocio juntos. Su formación previa fue de auxiliar administrativo.

Indica que le resulta a veces difícil combinarlo con la familia, así como hacerse con su sitio en un ámbito dominado por hombres. Su empresa le proporciona autoestima personal y profesional. Resalta el apoyo que siempre ha recibido de su familia y de su pareja.

De los programas de apoyo a mujeres afirma que, aunque que hay bastantes en el medio rural es más difícil que lleguen cree que tendría que ser más directos.



Aunque menciona que ha realizado algunos cursos relacionados con la creación de empresas.

Para Eva las mujeres empresarias tienen algo de “especial”, tienen que ser más fuertes y su carga social es mayor.

Ella nunca se sintió rara ni juzgada por ser empresaria, y compatibilizar la empresa y familia le parece una verdadera aventura, e indica que ser empresaria según el caso te beneficia y en otros casos te resta.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Para otras mujeres que se planteen tener una empresa ella quiere transmitir una idea principal “Si quieres algo y crees en ti, ve a por ello”.

Su experiencia es positiva y señala que en su caso a pesar de que “estoy en un sector rodeada de mayoritariamente de hombres siempre ha recibido el máximo respeto, se ha valorado mi trabajo y buen hacer, lo cual me ha hecho y me hace sentir verdaderamente halagada”.

DATOS DE CONTACTO

Bar Mesón Mangas

Avenida ANDALUCIA nº 41 Cuevas De San Marcos

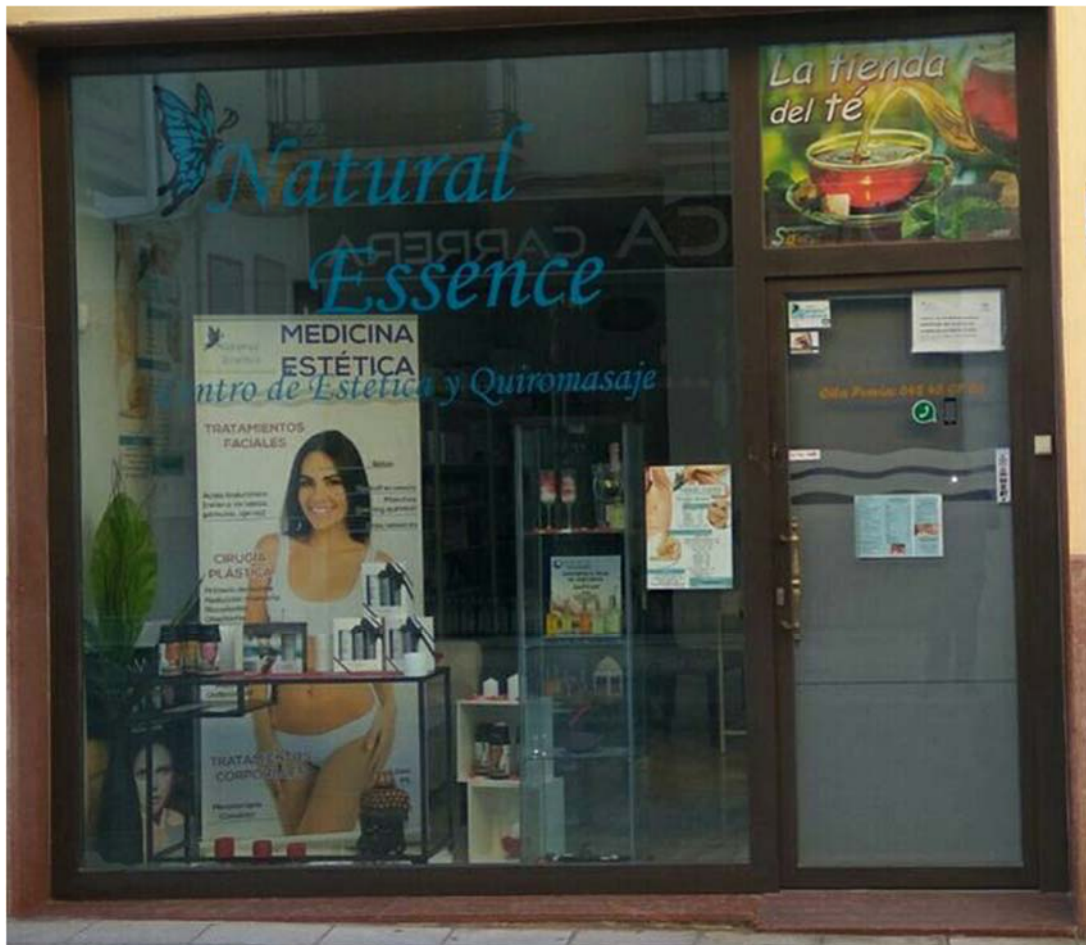
29210 Málaga

952728427

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Natural Essence, Centro de Estética Avanzada y Quiromasaje ofrece tratamientos de belleza, estética avanzada, quiromasaje y maquillaje.

Jennifer Almudena Delgado Molero dirige este negocio de Belleza y salud.



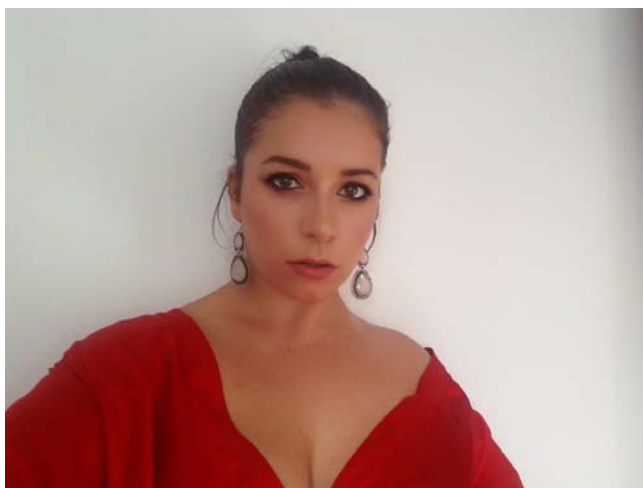
La empresa fue creada en 2014 y en este momento ella es la única socia y sola se ocupa de todas las tareas del salón, aunque próximamente prevé contratar a otra persona. Su facturación en los últimos tiempos va en aumento.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

“Hacer lo que me apasiona sin restricciones”, así Jeniffer nos describe su negocio.

Desde pequeña había querido ser empresaria. Ella piensa que trabajar en spa y centros de belleza grandes es interesante pero complicado aportar ideas porque siempre hay muchas personas por encima. Este fue el motivo que la impulsó a montar el negocio con el que siempre había soñado.

Justo antes de comenzar con el negocio estaba empleada en un spa de lujo y ya



contaba con 10 años de experiencia en este sector. Ha realizado diversos cursos Formación Profesional Superior en Estética, Quiromasaje, Maquillaje y un sinfín de títulos en tratamientos estéticos, médico-estéticos, uñas, pestañas, etc, y próximamente realizará microblading y algunos más de medicina estética que ya tiene reservados.

Aunque la empresa no ha optado aún por una expansión internacional, Jeniffer nos cuenta que su dominio del inglés le permite atender personas de cualquier país.

Centrándonos en la parte más difícil de estar frente a un negocio, esta empresaria señala que lo que más duro es no descansar y estar 24h en el negocio, porque, aunque físicamente no estés todo el día, mentalmente sí. “También es duro porque hay que pagar muchos gastos y no hay ayudas”, puntualiza.

Se muestra sincera cuando declara “Ser empresaria y mujer es complicado porque también hay que llevar una casa y a la hora de pensar en tener hijos/as, como es mi caso, cuesta tomar la decisión”.

Su apoyo fundamental a la hora de emprender ha sido su familia. Esta empresaria considera que no existen suficientes programas y acciones para la creación de empresas y que nunca ha recibido apoyo institucional.

Respecto a las diferencias con un hombre empresario refiere que no hay diferencias a la hora de pagar y llevar un negocio, pero a la hora de trabajar sí, nosotras “llevamos muchas más cosas adelante”.

Confiesa en que en su caso “a veces me he sentido rara o juzgada por ser mujer y tener una empresa”.

En cuanto a empresa y vida personal, Jennifer señala “un hombre se levanta, se prepara y se va a trabajar, en cambio nosotras nos levantamos, arreglamos la casa, vamos a trabajar, volvemos cocinamos, nos volvemos a ir a trabajar y después de estar todo el día trabajamos tenemos que llegar a casa y terminar lo que no nos dio tiempo por la mañana”. En definitiva, para ella no es fácil compatibilizar el trabajo y familia, pero es algo con lo que se vive.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

“Quien no arriesga no gana, y aunque es duro, también es satisfactorio. Desenvolverse sola y lograr tus objetivos es algo increíble. Creces profesionalmente y como persona”.

Para esta empresaria no se puede explicar la felicidad que te da saber que estás haciendo bien tu trabajo, saber que tu clientela está contenta y te pide que nunca te vayas, que tu negocio no cierre.

DATOS DE CONTACTO

Natural Essence, Centro de Estética Avanzada y Quiromasaje

Calle Carrera 27,

29300 Archidona

<https://www.facebook.com/naturalescencejennifer/>

e instagram @naturalescence.archidona

648 460 756 – 951 835 241

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA



La **Panadería de Ana** es un pequeño establecimiento de alimentación ubicado en Villanueva del Rosario, tiene una clientela fiel, la cual se acerca diariamente a su comercio para poder degustar todo lo bueno que esta empresaria les ofrece. Y es que en la Panadería de Ana puedes encontrar desde diferentes modalidades de panes elaborados de la manera tradicional, a deliciosos dulces caseros, así como embutidos de Colmenar, los cuales son considerados como los mejores de la Comarca.

Pero en esta panadería, también apuesta por lo saludable, incorporando a su surtido una nueva gama de productos sin gluten, sin lactosa y sin sal, con lo cual, quiere adaptarse a las necesidades de la clientela, y poder con ello conseguir que cualquier persona, con intolerancia alimenticia o con problemas de salud, pueda disfrutar del pan y de ricos pasteles.

Ana Martín Lavado es una empresaria ejemplar donde transmite su ilusión y simpatía diariamente en su establecimiento, siendo reconocida por sus vecinos/as por su constancia y saber hacer que representa a tantas mujeres que en la provincia lideran comercios relacionados con la alimentación. Aunque de manera habitual es ella la que gerencia el negocio diariamente, tiene una trabajadora a su cargo, la cual le ayuda los fines de semana, además, actualmente se encuentra en estado, por lo cual ha tenido que contratar a otra trabajadora que le cubra durante el periodo de baja maternal.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Ana Martín Lavado tiene una formación básica, pero su entusiasmo y “don de gentes” le motivó para dar el paso de montar su propio negocio.

Lo de ser empresaria le surgió por dos motivos: el primero porque quería darle un porvenir a su hija, y el segundo, porque estaba hastiada de que no se sintiera valorada en ningún trabajo o bien la consideraran demasiado mayor para los diferentes puestos que le ofrecieron.



Todos esos motivos le llevaron a asumir el riesgo, pero por suerte no estaba sola, contaba con la inestimable ayuda de su marido y de sus padres, a los cuales le reconoce su valor y son su pilar de motivación diaria para seguir con el negocio.

Lo que más disfruta Ana, es sin lugar a dudas, el poder atender a su clientela todos los días sin mirar hacia atrás y ver que hay un/a jefe/a que la esté mirando, como ella dice, con “el látigo en la mano”. Además, ser empresaria implica una independencia económica y te proporciona, además de muchos quebraderos de cabeza, una recompensa emocional y monetaria que te permite

vivir un poco mejor.

Por el contrario, lo más difícil es el poder hacer vida en familia, con todo lo que conlleva ser mamá, ama de casa y esposa a la vez, además ahora que está esperando un nuevo bebé, “todo se complica un poco más, pero es un motivo más para seguir luchando día a día.”

Sobre los programas de información para emprendedoras, sabe que hay, pero reconoce que hay poca información al respecto para poder conocerlos y aspirar a solicitarlos, además destaca la altísima burocracia que se pide, que unido a sus quehaceres como empresaria le hace casi imposible solicitarlos. También nos manifiesta la poca ayuda que hay para la contratación de trabajadores/as.

Esta empresaria opina que ella no se siente diferente a un hombre empresario, desde su punto de vista, ambos tienen como motivación llevar el negocio de la mejor forma posible. No obstante, si opina que quizás el carisma sí los diferencie ya que considera que una mujer suele tener más complicidad y empatía con los clientes. En todo caso, resalta que la diferencia tiene más que ver con la personalidad de cada uno/a que con el género.

Ana reconoce que al principio de su andadura empresarial se sintió “rara”, especialmente porque sus comerciales son la mayoría hombres y al ser joven y mujer... en algunas circunstancias sentía que querían “tomarle el pelo”. En todo caso, tenía claro cuál era su objetivo “soy muy seria en mi trabajo, y desde la experiencia puedo decir, con cierto tono de humor, que <no hay quien me tosa>”.

Sobre la compatibilización de la vida personal y laboral, reconoce que es muy difícil, pero se consigue, aprendes a valorar cada minuto que puedes estar con tu familia. En su caso personal, tiene mucha ayuda en casa por parte de su marido y eso lo convierte en todo más llevadero.

Esta empresaria de la Comarca de Nororma tiene numerosas anécdotas, pero nos llamó la atención un comentario entre risas donde nos manifiesta “que ser empresaria es lo más parecido a tener “superpoderes”, donde si saber cómo, eres capaz de organizar y llegar a todo.” Sin duda, el humor no puede faltar en la vida de esta empresaria.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

A nivel personal Ana nos manifiesta que es muy gratificante ver los logros que ha ido consiguiendo día a día y poder comparar su vida de antes a la de ahora.

“Sí que es verdad que cuesta y mucho poder echar adelante una empresa o negocio, pero se puede, con constancia y tesón todo va saliendo, hay que echarle muchas horas, pero se puede.”

Esta empresaria anima a todas las mujeres que tengan en mente tener su propio negocio que se lancen, y pone en su boca palabras su padre cuando decidió meterse en esta aventura, “quien no se embarca no se marea” Y aquí esta Ana con su barco y mareada, pero navegando con el rumbo que ella marca en cada momento.

DATOS DE CONTACTO

La Panadería de Ana.

Avda. Blas infante 16 B, Villanueva del Rosario.
658 899 127

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA



Teresa Novias es mucho más que un comercio textil especializado en trajes para ceremonias, Teresa Novias es un referente dentro de la Comarca de Nororma, e incluso de la provincia, ya que son muchas personas las que se trasladan hasta Archidona para que esta modista las vista los días más importantes de sus vidas.

Si algo caracteriza a esta empresaria es la calidad de su género, su visión siempre al servicio del cliente, su trato afable y cercano, siempre intenta garantizar la exclusividad y por qué no decirlo, siempre intenta buscar que cada persona pueda llevarse una prenda con una calidad-precio inigualable.

Detrás de este negocio se encuentra **María Teresa Santana Moreno**, una empresaria reconocida en el sector con casi 20 años de trayectoria empresarial y una enorme experiencia, ya que como ella reconoce, “su vida es la costura” y es que desde muy pequeña le ha encantado eso de ser modista, como ella dice, “es la mejor herencia familiar que he podido tener”. Como hemos mencionado anteriormente, esta pasión y dedicación se ha transformado en ser considerada como uno de los referentes dentro de la moda nupcial en la Comarca.

Teresa gerencia el negocio de forma íntegra desde los inicios, aunque en épocas de bonanzas ha contado con apoyo esporádicos de costureras, pero por culpa de la crisis su negocio se vio afectado, con lo cual esos buenos tiempos no se han vuelto a repetir, pero si han servido para curtirla empresarialmente y para consolidarse con más fuerza en el sector.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

María Teresa tiene formación como modista y una gran trayectoria en cooperativas textiles de distinta índole de donde consiguió una enorme experiencia en patronaje, arreglos, remalladoras, etc.

Sus inicios fueron complicados, ya que no tuvo más remedio que lanzarse a la aventura empresarial porque las cooperativas en las que trabajaba deslocalizaron la mano de obra y las condiciones ya no eran tan favorables, y, por otro lado, se tenía que encargar de sus hijos/as pequeños/as y darle un futuro.

Por suerte siempre tenía el “recurso” de coger encargos de costura, los cuales los hacía en casa, había días que apenas dormía, ya que por la mañana trabaja para una cooperativa y por las noches cosía hasta altas horas cuando sus hijos/as dormían.

Pero poco a poco, esos trabajos esporádicos de costura se fueron convirtiendo en servicios para las novias y eso implicaba asesoramiento, costura e incluso ayuda para elegir los tejidos, así que decidió abrir un comercio para establecer horarios y tener más modelos a parte de los de elaboración propia.

Para ello contactó con empresas de Murcia e hizo convenios de colaboración con ellos para tener un buen inventario de vestidos de fiestas.



Así en 1999 nació Teresas Novias, un comercio donde se transmite el entusiasmo y la ilusión porque cada cliente/a se vaya con una sonrisa y valoren la dedicación que Teresa le pone a cada uno/a porque textualmente, “pone sus cinco sentidos”.

Pero todo no iba a ser bueno es esta aventura empresarial, ya que Teresa reconoce que los impuestos y las cargas a veces no le dejan dormir, máxime cuando es una persona responsable que le gusta tenerlo todo pagado y cuando hay momentos inciertos le genera bastante preocupación.

Teresa manifiesta tener apoyo familiar, aunque a veces le riñan por el ritmo que lleva, sabe que lo hacen porque se preocupan por su salud, pero su pasión por su negocio es lo que le hace cumplir con sus compromisos incluso cediendo horas de descanso u horas de estar en familia. Pero eso ha hecho que sea muy valorada como empresaria e incluso son numerosos los halagos y piropos que le hacen por mantener la actividad y hacerlo con la pasión que lo hace.

Teresa reconoce que en su momento tuvo contacto con programas de emprendimiento, e incluso con alguna experiencia con alguna subvención y préstamos, la cual no fue muy agradable y una carga burocrática y exigencias demasiado altas para los inicios.

Sobre si hay alguna diferencia entre hombres y mujeres empresarias, dice que lo único que les diferencia es que las mujeres también llevan el peso del hogar, con lo que la carga es doble, por un lado, el negocio y por otro la responsabilidad de llevar un hogar familiar, con lo que la conciliación es casi imposible.

Como anécdota positiva, Teresa reconoce que es un orgullo ver como la siguiente generación va a su comercio porque una hermana o incluso su madre le dijo que no había otras mejores manos en quien confiar que las de Teresa.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Teresa es realista y quiere transmitirles a otras mujeres con inquietudes emprendedoras que la realidad empresarial no hay que pintarla de color de rosa, ya que los negocios, especialmente en el comercio, están las cosas muy complicadas pero la suerte, la constancia y el trato al cliente/a son las claves del éxito.

DATOS DE CONTACTO

Teresa Novias.

C/ Nueva, 4, Archidona.

952 716 430

www.teresanovias.amawebs.com

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA



Granjas Casado es una empresa familiar formada por el matrimonio, dedicada a la explotación de la avicultura, para huevos de consumo en tipo campero y de jaula.

Es la mayor explotación de gallinas de la provincia en una sola nave.

Se trata de un negocio familiar que se inició en marzo de 2012 de la mano del matrimonio formado por **María del Carmen López** y José Casado y se encuentra ubicado en el municipio de El Burgo en plena Sierra de la Nieves. No obstante, la titularidad de la empresa y la figura del directivo principal recae en la componente femenina de este dúo empresarial.

Consiguen sacar diariamente 35.000 huevos, lo que supone unos 245.000 a la semana y alrededor de 1.050.000 al mes, alcanzando una facturación de 500.000 euros anuales.

La explotación cuenta con 40.000 gallinas de unos 8 meses a las que es necesario alimentar y dar salida a su producción de huevos todos los días; por lo que la jornada laboral es de lunes a domingo.

Los huevos se clasifican en tres categorías en función de su peso: XL si pesa más de 73 gramos, L entre 65 y 68 y M sobre 60 gramos. La producción se distribuye íntegramente en pequeños comercios de la provincia.

María Carmen López Vera es una empresaria concienciada con su negocio y destaca por su sacrificio y constancia para poder cuidar, diariamente, a sus “niñas”. De manera habitual, ella es la que gerencia el negocio junto con su marido, y esperan en breve contratar a un empleado/a, eso denota la favorable evolución de la empresa.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA



M^a Carmen López tiene una formación básica, y varios cursos relacionados con el sector.

Lo de ser empresaria le surgió por casualidad, ella trabaja en un sector muy distinto, en cambio su marido, José, si tenía relación con el sector desde pequeño.

Un día el jefe de José le propuso que se hiciera cargo del negocio avícola ya que tenía intención de cerrar. Entonces su marido se lo propuso siempre que lo hicieran de forma conjunta, y así pasó, M^a Carmen dejó su trabajo para volcarse en el negocio, el cual, después de 5 años de

alquiler y mucha lucha, ahora ya pueden decir que tienen una granja en propiedad y han podido ampliar hasta la variedad de cría de gallinas.

Este matrimonio hace un tándem perfecto, todo está pensado y consensuado entre los dos y se complementan perfectamente. Reconocen que, en este camino empresarial, sin el apoyo de sus padres, los cuales le cedieron el terreno para arrancar, todo hubiera sido más difícil.

Lo que más disfruta M^a Carmen es ver que como han sido capaces de crear su empresa después de tantas piedras en el camino y de ser solo dos en el equipo. Y sobre todo valoran lo bien que le ha ido hasta ahora.

Por el contrario, lo más difícil reconoce que es el enorme sacrificio que conlleva y que no descansas, porque el cuidado y la gestión del negocio debe de ser diario.

Sobre los programas de información para emprendedoras, M^a Carmen reconoce que en sus inicios recibieron una muy buena ayuda del Grupo de Desarrollo Rural de Sierra de las Nieves, lo cual también resultó decisivo para dar un primer impulso al negocio. Pero también reconoce que debe de haber más ayudas e incentivos para personas emprendedoras siendo indiferente la edad y el sexo.

Esta empresaria opina que a su edad no hace caso de algunos comentarios, les son indiferentes, ya que sabe que todo lo que tiene lo ha conseguido por su trabajo y sacrificio. Y cree que es indiferente ser hombre o mujer empresaria, lo que se diferencian son las personas y sus actitudes, el pensar que puedes y luchas por lo que crees.

Sobre la compatibilización de la vida personal y laboral, reconoce que es complicado porque por mucho que intentas desconectar hay situaciones que te pueden, pero hay que tomárselo con calma y con la intención de buscar soluciones a los problemas.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

M^a Carmen nos traslada el siguiente mensaje motivador para las emprendedoras de nuestra provincia: “no importa el sexo ni la edad solo tus ganas de superarte, y con esfuerzo y constancia se puede lograr el objetivo por muy difícil que parezca el reto.”

DATOS DE CONTACTO

Granjas Casado.

Carretera de Yunquera Km 26. El Burgo.

650 193 579

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA



Quesos El Porticatero es una pequeña empresa familiar que nació el mes de julio de 2013 y desde entonces se dedica a la elaboración de queso a partir de leche de cabra Malagueña.

Este negocio está regentando por **Carmen Ruiz Sibaja** y su hijo, el cual es socio de la empresa, además tiene la suerte de que su hija también participa en la misma pero como asalariada.

Tienen una pequeña fábrica de 200 metros cuadrados, y entre sus productos destacan el queso fresco de cabra, el queso semicurado, el queso curado de leche cruda y el queso curado de leche pasteurizada.

Carmen Ruiz Sibaja es una empresaria hecha a sí misma, un ejemplo de superación y de evolución en un sector donde no tenía conocimiento ni experiencia, y donde, poco a poco, va teniendo un nombre y reconocimiento en el sector. De manera habitual, ella es la que gerencia el negocio junto con sus hijos/as, los cuales siempre están pensado en innovar y en buscar la diferenciación de la empresa frente a la competencia.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Carmen Ruiz tiene una formación básica, es maestra quesera y posee varios cursos relacionado con el sector sobre la elaboración de quesos, catas, etc.

Lo de ser empresaria le surgió por casualidad, su idea era montar otro tipo de empresa, pero la alta burocracia y los numerosos papeleos necesarios, hicieron que no se los concedieran. Eso le llevó a pensar la idea de montar este tipo de empresa y lo llevó a cabo.

Su situación antes de montar la empresa era desempleada. Había estado trabajando 30 años en una empresa textil hasta que esta decidió cerrar y llevársela del pueblo donde les daba trabajo a muchísimas personas.

Al quedarme desempleada empezó a formarme para poder encontrar trabajo ya que solo había trabajado en la empresa textil desde que tenía 13 años y no sabía hacer otra cosa. Hizo diferentes cursos y estuvo trabajando como ayudante administrativo o ayudante de cocina, etc.

Pero se volvió a quedar desempleada y pensó que así no llegaría a nada. Además, tenía un hijo que tampoco estaba trabajando desde hacía varios años a causa de la crisis de la construcción y su marido, el cual sí era empresario, pero no tenía volumen de negocio suficiente para darles trabajo a todos/as, por ello decidió montar su propia empresa.

Era algo arriesgado, ya que no tenía ni idea del sector, ni como se elaboraba un queso, pero pudo más su motivación que el miedo. Eso de no depender de nadie, ser ella su propia jefa y de sacar un producto propio gracias a su trabajo y aparte poder darle un trabajo digno a su hijo, hizo que tomara la decisión de arrancar esta aventura.



Lo que más disfruta Cristina con su empresa es ver la satisfacción de que la gente cada vez más reconoce y les gustan su producto, que le valoren su trabajo y que premien a sus quesos, que es algo que hace con mucho esfuerzo, con cariño, mimo y amor.

Por otro lado, destaca que una de las ventajas de ser empresaria es “no tener horario, aunque si una rutina, el no tener a nadie controlando lo que haces o como lo haces, en definitiva, la independencia de trabajar libre”.

Por el contrario, lo más difícil reconoce que es compatibilizar la vida laboral con la profesional, llevar a la vez casa y empresa es muy complicado, y si a eso le sumas la burocracia, todo se complica aún más. Pero con el apoyo de su marido y de sus hijos/as, todo esfuerzo siempre vale la pena.

Sobre los programas de información para personas emprendedoras, Cristina reconoce que en sus comienzos tuvo la inestimable ayuda del Grupo de Desarrollo Rural de Sierra de las Nieves. En todo caso reconoce que hay cada vez más entidades que ayudan en la creación de una empresa, pero muchas veces, la altísima burocracia que hay que realizar para pedir cualquier ayuda o búsqueda de financiación, hacen que muchos emprendedores/as desistan o declinen en solicitarla.

Esta empresaria opina, que ser mujer empresaria es algo diferente ya que denota que las mujeres ponen más empeño, suelen ser “más cabezonas” porque salga algo bien y le ponen más mimo a cualquier trabajo.

También cree que las mujeres empresarias son especiales porque son inquietas, son capaces de hacer de todo, “si no podemos ya nos la arreglamos para poder y si no lo modificamos para que el resultado sea igual, pero con menos esfuerzo sobretodo físico. Además, tenemos la capacidad de llevar la casa, niños/as, trabajo, compras, etc.”

Sobre la compatibilización de la vida personal y laboral, manifiesta que es algo complicado ya que llevar la casa y el trabajo es difícil puesto que cuando terminas tu horario laboral en tu empresa, del que ya vienes agotada, tienes que empezar con las tareas domésticas. “Es difícil llevarlo todo, -aunque como ya ha comentado- para eso, las mujeres somos *terremotos* para poder tirar con todo hacia delante”.

Esta empresaria tiene numerosas anécdotas, pero lo más curioso es que elabora quesos, reconociendo que en un principio ni le gustaban. Y, por otro lado, es su guerra particular con los “papeles”. Debido a tanto papeleo y lo mal que lo lleva, hace que de los mismos se ocupe su marido. “Al final él es el que se lleva el “marrón” de buscar las cosas, de rellenar todo, de hablar con las diferentes organizaciones, ferias, telefonías móviles, etc. Yo solamente firmo y sin leer”, bromea.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Cristina anima a todas las mujeres que puedan montar su propio puesto de trabajo que lo hagan. Es muy sacrificado, pero cuando está dando sus frutos es muy reconfortante y te sientes orgullosa de tu trabajo.

También animarlas para que cada uno trabaje no por un sueldo, sino por algo que le guste sin tener a nadie detrás, y dejar de ser un simple asalariado/a donde la mayoría de las veces no se reconoce ni el tiempo ni el trabajo realizado.

DATOS DE CONTACTO

Quesos El Porticadero.

C/ Cañadilla de Viquez, 48. Yunquera.

663 412 033

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA



Tu Hada Madrina es una empresa de catering especializada en la elaboración de las recetas más exquisitas y en la organización de eventos por todo lo alto. Intentan Concede todos los deseos en el que se supone el día más importante de muchas parejas haciéndolo inolvidable tanto para ellos/as como para sus invitados/as.

Servicios que ofrece

Además de elaborar menús de boda totalmente a medida, también pueden ocuparse de la organización completa del evento. Buscan las empresas proveedoras que más se ajusten a las necesidades o presupuesto de la clientela, para que su

boda sea única y totalmente personalizada. La idea de la empresa es que el cliente se ahorre dinero y tiempo y que puedan disfrutar con tranquilidad tanto de los días previos al evento, como el del enlace sin ningún tipo de preocupación.

Tipo de cocina

Esta empresa de catering y eventos elabora el menú de boda en función de las necesidades de la clientela. Todas sus recetas gastronómicas destacan por su exquisito sabor, por su cuidada presentación y por haber sido hechas con productos de la más alta calidad. Su promesa empresarial es “conseguir sorprender incluso a los/as invitados/as más exigentes si apuestan por Tu Hada Madrina”

Esta empresa ubicada en el pueblo de Yunquera, en plena Sierra de las Nieves, está gerenciada por **Sara Martín Doña**, la cual, en el año 2015, quiso convertir su hobby y pasión, en su manera de ganarse la vida.

Sara es una empresaria con un talento de gestión innato, desde muy joven ha regentado un negocio familiar e incluso trabajando por cuenta ajena. Siempre ha sido una persona responsable, la cual siempre superaba los objetivos de venta de la empresa. Con lo cual, ese talento lo decidió invertir en su propio negocio, en la

cual son dos socios/as, ella y su marido, con dos trabajadores/as fijos en temporadas de menos actividad y alrededor de 40 en temporadas altas. Algo muy complicado de gestionar para alguien normal, pero algo sencillo para esta joven empresaria con una visión de empresa admirable.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Sara tiene a nivel de formación un Grado Medio de Informática, además de un curso de Wedding Planer, y tiene formación musical en piano y clarinete.

Lo de ser empresaria le surgió por vocación, como hemos mencionado desde muy joven regentaba la discoteca familiar, desde los 16 años hasta los 24, de viernes a domingo, llegando a tener a su cargo hasta 10 personas fijas trabajando todos los fines de semana.

Este trabajo lo empezó a compatibilizar con sus estudios y trabajos relacionados con lo que estudiaba. Cuando terminó de estudiar informática, empezó a trabajar en una multinacional de informática y electrodomésticos.

A los 19 años, en el 2008, le pidió a su superior, ser Jefa de departamento, ya que duplicaba sus objetivos diarios de venta en la empresa. Pero por la edad se lo negaron. Así que decidió a hacerse autónoma y montar su propia tienda, pensó “si puedo vender para otra persona, puedo vender para mí”

Entonces montó su primera tienda DOÑANET, en El Burgo, vendiendo todo tipo de electrodomésticos, electrónica de consumo, informática y móviles de todas las compañías. Empresa que iba compaginando con los fines de semana en la discoteca hasta que, en 2011, se quedó embarazada y decidió no seguir con trabajos nocturnos ya que estaba muy cansada de ese ritmo de vida.

Al tener más tiempo, decidió abrir otra tienda en el pueblo de al lado, más amplia, más grande y con más artículos.

En 2013 empezaron a bajar las ventas en las de una de las tiendas, y al ser mamá decidió cerrar la tienda de El Burgo.

En 2014 empezaron a bajar las ventas en la tienda de Yunquera también, con el tema de las grandes plataformas de ventas online y los grandes establecimientos especializados en informática y la venta de electrodomésticos, competir con ellos era casi imposible.

La casualidad hizo que su padre le llegara un curso para su empresa de Prevención de Riesgos Laborales, y le regalaban otro para quien quisiera, y en la lista vio el de Wedding Planner de Organización de Eventos. Le entusiasmó la idea y sin tener los libros ya tenía en mente hasta el nombre de la empresa.

Cuando le llegó el curso, lo hizo, pero se quedó sorprendida porque no era lo que ella esperaba y que lo que venía en los libros ya lo sabía por su experiencia en la gestión de la discoteca. En definitiva, sólo tenía que trasladar el tipo de evento, en vez de una fiesta de discoteca, sería hacer una boda, comunión o cualquier tipo de evento.



Así que a primeros de 2015 montó la "Hada Madrina", compaginándola con la tienda. "¡Realmente me lancé sin saber de cocina, sin saber de protocolo, y sin saber nada de nada!!! La teoría parecía sencilla, pero era complicado y más sin saber."

¡El primer evento que le salió fue una comunión para 300 personas! "¡Querían, aperitivos, paella, detallitos, barra libre, mesa dulce, decoración, castillo,

animación..... TODO!! Y acepté sin tener ni siquiera los menús que iba a poner, ni sillas, ni mesas ni nada".

En una semana compró todo, invirtió en sillas, mesas, maquinaria. Y el evento llegó y salió perfecto. "¡Yo jamás había cocinado una paella para más de 10 personas, jamás había hecho nada de lo que hice y salió perfecto! Y de ahí hasta el día de hoy".

Lo que más disfruta Sara es toda su empresa en sí, ver como un evento sale perfecto y ver como el "boca-boca" hace que sea referenciada a nueva clientela.

Por el contrario, lo más difícil de montar una empresa reconoce que es mantenerla, y si a eso se añade que lo tiene que compaginar con ser madre, mujer, ama de casa, y ser una misma, todo se complica aún más.

Sobre los programas de información para emprendedoras, Sara reconoce que se benefició de una ayuda por ser empresaria menor de 30 años, pero cree que son pocas. Lo que más necesita es apoyo en la vida diaria, en su casa, su niña, su pareja. Sabe que no puede permitirse ponerse mala, que no puede estar con su niña si está

enferma porque no puede faltar a un evento, que no puedo prescindir de ella misma en su propia empresa porque no tiene ayuda ninguna y un largo etcétera.

Sara si considera que “ser empresario/a es ser alguien especial, da igual el género, simplemente serlo te convierte una persona diferente”.

Además, considera que siempre se ha sentido alabada por todos/as, tanto hombres como mujeres, ya sea clientela o empresas proveedoras.

Sobre la conciliación considera que para ella es muy complicado, nos comenta que “tener mi casa perfecta, mi niña atendida como se merece, mi pelo brillante, mi marido y mis padres y familia política contenta, mis uñas estupendas, mi ropa a la última moda, y mi cuerpo 10. ¿Pues claro que me gustaría, pero, puedo? ¡No, por ahora no! Cuando pueda lo tendré, y sé que lo conseguiré. Algún día conseguiré tener todo perfecto y compaginarlo a la perfección. Por ahora es lo que surge y tengo que aguantar.”



Esta empresaria tiene numerosas anécdotas, pero tiene una historia conmovedora detrás que manifiesta el carácter luchador de Sara.

“En el año 2016, cuando mejor iba mi empresa, por confiar en quién no debía, de estar cerca de un sueño a tornarse en una pesadilla que casi me llevó a la ruina.

No es cuestión de dar detalles, porque las empresas son entes vivos y hay que pasar página, pero si es para aconsejar a los que empiezan, que, en el mundo empresarial, todo debe de estar amparado bajo un soporte legal, que no valen amiguismos en los negocios y que cuesta mucho trabajo levantar una empresa para que terceras personas, en cuestión de segundos, te arruinen.

Por suerte, esta situación injusta vivida se ha revertido, y ahora mi empresa vuelve a tener la misma, o más, fuerza que antes. Con lo que mi mensaje es que, si trabajas duro y constante, siempre habrá alguien quien valore tu calidad y esfuerzo para potenciar tu negocio.”

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Sara nos deja este mensaje para las futuras personas emprendedoras: “No tengas miedo y hazlo, cree en lo que tengas en mente, y no lo pienses, déjate aconsejar por gente con experiencia, no por gente que no crean en lo que quieres hacer. Porque cuando lo quieras hacer, en ese momento, sólo crees tú misma en ti, y poco a poco tendrás que demostrar que tu proyecto vale, para que otros lo valoren, primero tienes que creértelo tú.”

Además, nos manifiesta que “Ser empresaria para mí es lo que me da la vida, y es lo que me gusta hacer, y creo que es mi vocación, ser empresaria de una cosa o de otra, pero ser empresaria. Trabajar y disfrutar de tu trabajo, para mí es un lujo. Mi vocación no es la cocina, ni tan siquiera organizar eventos, mi vocación es ser empresaria”.

DATOS DE CONTACTO

Tu Hada Madrina.

C/ Cañuelo, 2, Yunquera
645 394 388

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA



Micotime es una empresa de enmarcada en el medio rural, concretamente en Cortes de la Frontera basada en el conocimiento de la Micología y el Medio Ambiente, que apuesta por el Ecoturismo y la Educación Ambiental.

Destacan sus servicios de consultoría técnica, de asesoramiento en el cultivo de setas, rutas micológicas y la impartición y organización de cursos y jornadas

Esta empresa ubicada en plena Serranía de Ronda, está gerenciada **por Isabel María Casillas Chacón**, la cual, en el año 2015 se aventuró a dar vida a su proyecto.

Actualmente es ella la única empleada en la empresa y su facturación anual ronda los 18.000 € a 24.000 € al año.

Isabel es una empresaria con una enorme experiencia en el sector, donde estuvo 8 años de asesora técnica para la Administración Pública en espacios naturales protegidos y le avalan sus enormes conocimientos sobre la micología y todo lo que conlleva, lo que le ha llevado a ser un referente dentro del sector.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Isabel María Casillas es Licenciada en Ciencias Biológicas y lo de ser empresaria nace gracias al Plan de Conservación de setas y trufas de Andalucía “Plan Cusstá”, iniciativa de la administración andaluza cuyo propósito era la conservación y el aprovechamiento sostenible del recurso micológico, fundamental por su papel ecosistémico y generador de riqueza natural en el medio andaluz como activo del desarrollo socioeconómico.

Esta iniciativa, unida a que se encontraba en desempleo y no encontraba ningún trabajo acorde con su perfil, le llevó a montar un servicio de Micoconsultoría Técnica, Innovación, Micoturismo y Educación Ambiental,

Lo que más disfruta Isabel es lo de sentirse libre, sin tener jefes/as, tener su autonomía y su capacidad de decisión y poder liderar sus propios proyectos.

Por el contrario, lo más difícil de llevar una empresa reconoce que es mantenerla día a día, buscar financiación, el tener que estar para todo, ya que todo el trabajo recae sobre ella misma. “Además, hay que sumarle que como mujer tienes que llevar también adelante tu familia y la casa, por lo que es más carga de trabajo encima” admite. Pero reconoce que, con el apoyo de su familia y amigos, toda esta presión y carga es mucho más llevadera.



Micotime
MICOCONSULTORÍA
TÉCNICA, INNOVACIÓN,
MICOTURISMO Y
EDUCACIÓN AMBIENTAL

www.micotime.es • +34 670 680 446 • info@micotime.es

- 1** **Consultoría Micológica y Ambiental Técnica**
Realizamos planes y proyectos técnicos, asesoramiento tanto en temas ambientales como micológicos, estudios de investigación, trabajo de campo, creación de empresas.
- 2** **Innovación**
Trabajamos en líneas de investigación de nuevos sustratos para cultivo de setas, nuevos copas para cultivo y elementos decorativos basados en la economía circular y actuando contra el cambio climático.
- 3** **Micoturismo**
Cursos de iniciación a la Micología, Jornadas Micológicas, Talleres de identificación, Talleres de Cultivo casero, Rutas micológicas, ...
Micoactúa!!!
- 4** **Educación Ambiental**
La concienciación y sensibilización ambiental de nuestros clientes es uno de los pilares básicos de nuestras actividades. Observación de Fauna y Flora, Rutas interpretadas, actividades en espacios naturales, talleres, ...
- 5** **Oficina Gestión Recursos Ecoturísticos y Ambientales**
Nos puedes encontrar en esta oficina en C/ Real 47 en Cortes de la Frontera, desde donde podemos informarte de los recursos ecoturísticos de la zona y de todos nuestros servicios.

No vendemos setas, creamos tu propia micoexperiencias

Sobre los programas de información para es/as, Isabel comenta que sabe que existen, pero que muchos están centrados en dar facilidades a los jóvenes, pero a es/as con más edad, a veces se quedan al margen. Y también reconoce que existen criterios de puntuación a favor de la mujer en caso de solicitar alguna ayuda o subvención.

Isabel si considera que ser empresaria en este sector es algo diferente, ya que considera que las mujeres empresarias “son valientes, muy valientes, porque es un terreno bastante agresivo y donde predomina el empresariado masculino.”

Además, nos comenta que “Aunque te anime todo el mundo, a veces te tachan de *loca* por intentar llevar a cabo tus sueños empresariales, pero ante todo hay que saber estar y defender nuestros principios, aunque nos juzguen”.

Sobre la conciliación considera que para ella es muy difícil, pero se puede compatibilizar siempre que los demás componentes de la familia pongan algo de su parte. En su caso

no está casada, ni tiene hijos/as, pero si tiene a sus padres, que en muchas situaciones también tiene que atenderlos. Esta es una situación que no se suele tener en cuenta, y también es un aspecto familiar que debería tener importancia, porque conciliar no es sólo para personas con hijos/as, sino que también se debe de considerar la conciliación para personas que tienen padres mayores y que necesitan el cuidado y la atención de sus hijos/as, como es el caso de Isabel.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Isabel nos comenta que ser empresaria es difícil, y “más cuando apuestas por emprender en un medio rural, en un pueblo de unos 3.000 habitantes y perdido entre la sierra y el bosque, eso sí, en un entorno natural maravilloso, pero donde las carreteras cada vez son más penosas, y donde se ha dejado un poco de lado temas tan importantes como el desarrollo ecoturístico y ambiental de la zona”.

Considera que es un poco de locos/as emprender en un entorno rural, pero apuesta por su pueblo y su comarca, y le gusta poner a Cortes de la Frontera en el mapa. Por ello, en el 2017 ya lo puso, siendo una de las empresas finalista en el programa de emprendimiento nacional de GiraMujeres de Coca Cola, de unos 4.600 proyectos presentados, el suyo fue uno de los 10 finalistas.

Y en el 2018 su proyecto está entre los finalistas del concurso nacional Desafío Mujer Rural del Ministerio de Sanidad, Asuntos Sociales e Igualdad.

DATOS DE CONTACTO

Micotime

C/ San Sebastián 21 Pta. B
Cortes de la Frontera
670 680 446
www.micotime.es

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA



Carnicería Embutidos Antonia es una empresa ubicada en el municipio rural de Benabarrá.

Es un negocio familiar de toda la vida, y podemos decir que es una de las empresas más longevas de toda la provincia. Su andadura empezó en 1966 y 58 años después, sigue en plena forma.

Son numerosos sus productos, destacando sus jamones y paletas, chorizos artesanales, así como sus ricas morcillas. No podemos olvidar su gran

variedad en carnes. En definitiva, Carnicería y Embutidos Antonia es un referente no sólo de la comarca, sino de la provincia.

Actualmente está gerenciada por **Almudena Checa Carrasco** y su marido, el conocimiento del comercio familiar y su experiencia de 5 años trabajando de cara al público en un comercio, le llevaron a tomar la decisión de tomar el relevo generacional de la empresa.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Almudena Checa Carrasco posee un Grado Medio de Auxiliar Administrativo y lo de ser empresaria le surgió porque su suegra decidió dejar la empresa después de tantos años. Ella vio que la empresa tenía una clientela fiel y que la empresa todavía tenía mucho recorrido, por ello, se reunió con su marido y tomaron la decisión de ponerse al frente de la empresa y abandonaron su trabajo en un supermercado.

Lo que más disfruta Almudena es con el contacto con la gente, relacionarse con la clientela, ya que mucha la conoce de hace mucho tiempo y le encanta compartir historias y experiencias con ellos/as.

Por el contrario, considera que lo más difícil es poder tener tiempo para atender a la familia, ya que conciliar el trabajo con el hogar le resulta más complicado. Suerte que tiene a su marido y el apoyo de su suegra que empatiza con ella, ya que sabe mejor que nadie lo que conlleva el día a día de un negocio.



Sobre los programas de apoyo para es/as Almudena nos comenta que no tuvo en su momento conocimiento de ninguno, y que tampoco pudo beneficiarse de ningún tipo de ayuda o subvención. Considera que la información en el interior de la provincia llega muy limitada, y si hablamos de un municipio pequeño, todo se complica.

Isabel sí considera que ser empresaria es diferente a ser empresario: “me gustaría creer que tenemos las mismas posibilidades el hombre y la mujer empresaria, pero no es así. Por desgracia nosotras, la mayoría de las veces tenemos que hacernos cargo del día a día de la casa, así como el cuidado de nuestros hijos/as.”

Además, nos comenta que no se ha sentido rara, pero si juzgada por ser mujer y empresaria, nos menciona que es algo normal dicho juicio en el ámbito rural.

Sobre la conciliación considera que para ella es muy difícil, “emocionalmente es muy duro al ver como hay otras madres compartiendo tiempo con sus hijos/as en el parque y tú tienes que abrir tu negocio. Es muy duro, sobre todo cuando tu hijo pequeño te dice mami vente a jugar conmigo al parque”

Esta empresaria nos comenta que al principio cuando la gente la veía al frente de la empresa no creían en ella, pero con el tiempo, esa percepción ha cambiado.

Además, nos dice que tener una empresa en un pueblo entraña un plus de dificultad, y si a eso le añadimos ir de arriba para abajo para poder llevar a sus niños/as a otro pueblo para realizar actividades deportivas, todo se complica aún más. En todo caso, se muestra muy convincente cuando nos indica que no cambia por nada la experiencia.

Almudena sí animaría a las mujeres a ser empresarias, aunque reconoce que compatibilizarlo con tener familia es complicado, en su caso, con su primera hija no cogió baja maternal, de lo cual ahora se arrepiente.

“A veces damos prioridad a la empresa antes incluso que la familia o la salud, pero debería ser a la inversa.”

DATOS DE CONTACTO

Carnicería-Fábrica de Embutidos Antonia.

C/ Posito 15, Benarrabá

639 554 901

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA



Creaciones Yolanda Moreno es una empresa ubicada en el municipio rural de Arriate

Este proyecto empresarial, consiste en la creación de la marca personal Yolanda Moreno, esta marca personal tiene 4 vías de negocio:

La primera, son sus colaboraciones externas de Arquitecta Técnica.

La segunda, es su faceta de blogger, con 4 blogs, de moda, diseño, y emprendimiento.

La tercera, son sus proyectos de decoración de interiores y diseños propios de mobiliario y elementos decorativos dentro de su propia marca de diseño **CYM (Creacionesym)**.

Y la cuarta, dentro de la marca CYM, el diseño de tocados con una corriente diferente, donde mezcla materiales distintos, realizando creaciones únicas.

Como se puede observar estamos ante una empresaria inquieta, y es que **Yolanda Moreno García**, es una mujer luchadora, comenzó a trabajar en el año 2008, como Arquitecta Técnica en una constructora en Ronda. Después de casi 5 años trabajando en esa empresa, en 2012, se quedó embarazada y supuso su despido. Ese momento supuso un antes y un después, ya que ahí comenzó su lucha por reinventarse y poder ejercer su profesión y ser madre a la vez.

Actualmente, y desde el año 2016, gerencia su propia empresa, por ahora no ha tenido la oportunidad de poder a contratar a nadie, pero espera que en breve incorporar a alguien a su proyecto, ya que va creciendo poco a poco.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Yolanda Moreno García es diplomada en Arquitectura Técnica por la Universidad de Granada, graduada en Ingeniería de la Edificación por la Universidad Camilo José Cela de Madrid, tiene un curso de Diseño de Interiores en Vivienda por la Universidad San Jorge de Zaragoza, más otros cursos que complementan su formación y carrera profesional.

A nivel empresarial destaca que su marca CYM está haciendo sus “primeros pinitos” en el mundo de la moda, donde es finalista en el concurso Waler 19 Fashion Collection y donde también realizó su primer desfile presentando la colección “Transición” inspirada en las 4 Estaciones del Año.



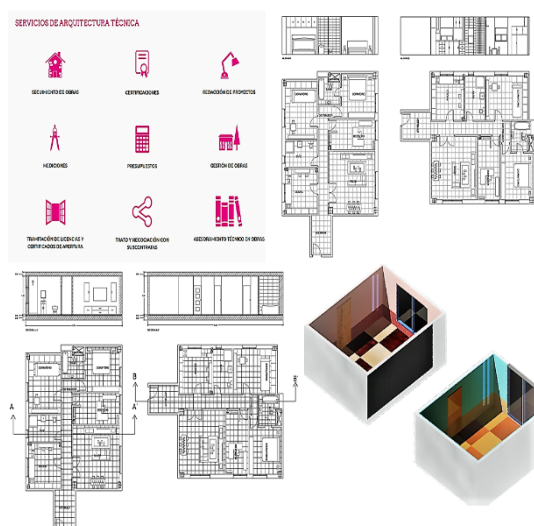
Su etapa de emprendedora comenzó en 2014, después de un tiempo de parón laboral obligada por las circunstancias, ya que en Julio de 2012 se quedó embarazada, ese mismo mes la despidieron, y tras tener a su hijo, en el 2014 empezó a activarse profesionalmente, ofreciendo sus servicios externos y colaboraciones de Arquitecta Técnica a empresas del sector. Esa primera parte le llevo a sumar colaboraciones, experiencias que le llevaron a que, en septiembre de 2016, decidiera luchar por sus sueños para poder dedicarse a lo que realmente le apasionaba que es el diseño.

En su caso se convirtió en empresaria casi por necesidad, ya que al ser madre requería ser gestora de su tiempo. Su hijo desde que nació tiene una alergia elevada a la proteína de leche de vaca, que le ha llevado a tener diversos problemas de salud derivados. Con esa situación era difícil que una empresa y, más en el sector que se movía, la aceptase con un niño enfermo cada “dos por tres” y teniendo que estar llevándolo al médico de manera constante o a veces quedarse con el pequeño sin poder ir a trabajar. Por todos estos motivos decidió hacerse empresaria.

Lo que más disfruta Yolanda con su empresa es marcarse retos diferentes y ser capaz de cumplirlos, ya que de esa manera hace crecer su empresa y a sí misma y su capacidad.

“El que cada día sea una aventura, y tener la libertad de hacer cosas diferentes. Desarrollar mi capacidad creativa o ser gestora de mi tiempo, me hace tener ese privilegio, ya que no es un trabajo establecido donde todos los días de tu vida vas a hacer lo mismo. Cuando eres emprendedora creces a la vez que crece tu proyecto.”

“Poder trabajar en algo que te apasiona donde cada mañana te levantas con retos nuevos que cumplir y nuevas aventuras que vivir. Donde el nuevo día que llega es mejor que el que se ha ido, te hace valorar que, aunque el camino del emprendimiento es difícil, merece la pena hacerlo, porque te da un crecimiento personal y profesional único. Te pone al límite de situaciones difíciles, que tienes que ser capaz de resolver sola. Eso te hace aprender y crecer cada día un poco más.”



Por el contrario, considera “que el camino del emprendimiento es bastante complicado, no todo el mundo entiende tu idea, y tienes que trabajar muchas horas, ya que dependes solo de ti misma y de lo que seas capaz de hacer. La financiación está muy limitada, es muy difícil a veces conseguir a un banco que confié en tu proyecto. Y las condiciones para los/as autónomos/as a veces dejan mucho que desear. Estas cosas hacen que el camino del emprendimiento sea a veces muy difícil de caminar.”

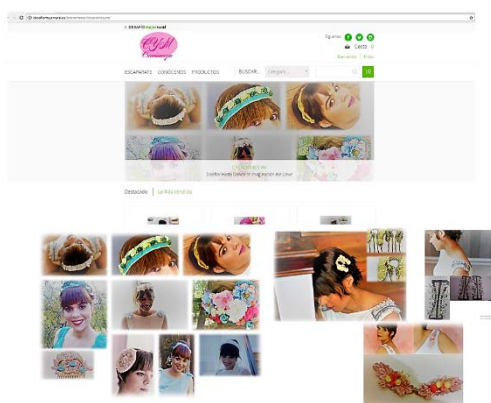
Sobre los programas de apoyo para personas emprendedoras nos comenta que, si existen programas, pero cree que debería de haber más apoyo, sobre todo a la emprendedora rural, que es su caso. “Seguimos siendo las grandes olvidadas a pesar de ser el futuro de los pueblos. Yo sigo defendiendo que el perfil de la mujer rural ha cambiado, ahora son muchas las licenciadas, diplomadas, mujeres formadas o con aspiraciones que deciden emprender desde su pueblo, ayudándose de estas nuevas tecnologías que nos invaden y que conectan al mundo de punta a punta. Si estas mujeres rurales se tienen que ir a ciudades más grandes para poder desarrollarse profesionalmente, los pueblos cada vez serán más envejecidos y tenderán a desaparecer en un futuro como ya está pasando en algunas zonas de nuestro país. Por eso pienso que hay que evitar la fuga de talento a las ciudades, y hacer más programas y ayudas para facilitar que ese talento y esa futura

empresaria se quede ahí y realice su actividad, activando de esa forma la economía de su entorno.”

“En mi caso concreto, su proyecto emprendedor fue incubado en el CADE de Ronda desde noviembre de 2017. En junio de 2017 estuvo entre los 20 preseleccionados en el programa de ayuda al emprendimiento de Ikea Malaga Talento. En marzo de 2017 participó en la I Edición de Gira Mujeres de Coca Cola, realizando la formación profesional y online que ofrecían. Y En febrero de 2018, su proyecto emprendedor quedó 2º finalistas del Concurso Desafío Mujer Rural.”

Yolanda no considera que haya diferencia entre empresarios y empresarias: “Yo pienso que a la hora de emprender lo que prima es la capacidad de hacerlo, es decir llegar un día, y sea por las razones que sean, decidir ser valiente y luchar por dedicarte a algo que te guste y que realmente te apasione. Ya seas hombre o mujer. Salir de la zona de confort y ser capaces de dejar de tenerle miedo a lo nuevo. Las mujeres no somos ni mejores ni peores empresarias o emprendedoras que los hombres. Ya que eso depende de la capacidad de cada persona ya sea hombre o mujer.”

Lo único que sí reconoce que les diferencia de los hombres, “es que debemos de compaginarlo con lo de ser madre y amas de casa a la vez, lo que a veces puede resultar frustrante y agotador, pero a la vez nos hace tener una capacidad de organización y de poder hacer varias cosas a la vez, que no todos los hombres tienen.”



Además, nos comenta que en su caso si se ha sentido juzgada, porque su proyecto emprendedor, a pesar de todos los avances de los que puede presumir hoy, algunas personas lo siguen considerando de locura. “Muchas personas aún no entienden que, aunque viva en una zona rural, puedo ser blogger o crear una forma diferenciada del diseño con mi propia esencia.”

Sobre la conciliación considera que “el hecho de ser empresaria mujer, a veces es complicado, es una batalla aún muy larga de ganar y nos limita, aunque seamos las gestoras de nuestro tiempo, ya que hay situaciones que se nos van de las manos.

En mi caso, he tenido que faltar a alguna reunión importante o cancelarla porque mi hijo se ha puesto malo y me lo he tenido que llevar al médico corriendo”.

Por otro lado, en el sector de la construcción es un sector muy masculinizado, y a veces reconoce que es difícil moverse en ese mundo y más si además se es madre. “Yo he vivido como se me cerraban puertas por ser madre, ya que todavía hay gente que piensa que no le vas a dedicar el tiempo que necesita su empresa. Algo que no me cabe en la cabeza que siga pasando y que yo tuve que vivir.”

Esta empresaria nos comenta que lo que más destacaría, de este camino son las personas que está conociendo, que le hacen sumar, crecer y avanzar. “Vivir hermosas experiencias con ellas y unirnos para juntos/as crecer profesionalmente, es algo que antes de ser emprendedora no tenía, y es una de las cosas buenas que he ganado desde que me hice emprendedora.”

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Yolanda nos manifiesta que “el camino del emprendimiento es complicado y a veces se hace bastante cuesta arriba. Pero sólo tú tienes el poder dedicarte a lo que te apasiona, o luchar para que eso ocurra.

Puedes dejar atrás la sensación de estar en un trabajo que no te llena, te frustra o te ha desmotive. Para mí el simple hecho de llegar a la tercera edad y saber que luche por mis sueños y por dedicarme a lo que me apasionaba, eso es una razón de peso para hacerte empresaria o emprendedora”.

DATOS DE CONTACTO

Creaciones Yolanda Moreno

C/Dolores Ibarruri, nº 4, Local 2. Ronda
652 182 300

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA



Restaurante Audalazar es una empresa hostelera ubicada en el municipio rural de Atajate.

Este restaurante destaca por su cocina tradicional con toques innovadores y creativos. Su carta pretende ofrecer los mejores sabores de la región mediante una cocina casera y original. Platos de carne, pescado, vegetarianos, pastas o postres caseros componen su excelente propuesta gastronómica.

Entre sus especialidades se puede degustar la ensalada Audalázar, la pierna de cordero al horno, la merluza a la papillota o una gran variedad de carne que deleita a quienes se acercan allí.

Este mítico restaurante de la comarca rondeña está gerenciado por **Carmen Sánchez Sánchez**, la cual comparte la propiedad del mismo con su hermano. Su empresa es su medio de vida y donde consiguen dar trabajo a 4 personas más, de lo cual se siente más que orgullosa.

Sin duda este negocio familiar, creado en el 2002, se ha convertido en un referente dentro de los establecimientos de hostelería de la comarca, y es que el buen trabajo, la innovación y la tradición se mezclan para conseguir que el Restaurante Audalazar sea una parada obligada para todo aquel que le guste la buena cocina en un entorno agradable.

HISTORIA DE LA EMPRESARIA

Carmen Sánchez Sánchez posee un FPI y tiene una gran experiencia en la hostelería debido a que, desde muy pequeña, tanto ella como su hermano, trabajaban en el bar de sus padres, el cual, anteriormente perteneció a sus abuelos/as, con lo que se puede comprobar que la “vena hostelera” la tiene más que desarrollada.

Lo de ser empresaria le surge porque se encontraba desempleada, pero su principal motivación fue la de no querer abandonar el municipio. “en el medio rural no existen inversiones serias en lo referente a políticas de arraigo para la juventud, por lo que la única solución es el autoempleo. la calidad de vida en el pueblo es mucho mejor que la que pueda existir en una gran ciudad, eso compensa el hecho de que el esfuerzo para sacar un negocio sea mayor.”



Lo que más disfruta Carmen en el día a día de su empresa es esa responsabilidad de tener que cargar con el peso de llevar un negocio. “Un olvido o un descuido, en una empresa como la nuestra es un lujo que no me puedo permitir. He aprendido a disfrutar de eso, de organizar cada uno de los días. Además, me gusta mucho pensar en productos y servicios innovadores, busco la originalidad para marcar la diferencia”.

Por el contrario, considera que lo más complicado de estar al frente de una empresa es tener que sacrificar el tiempo libre, e incluso el propio dinero en muchas ocasiones, además de limitar la dedicación a la familia y otras actividades.

En lo referente a su condición de mujer es importante señalar que en el medio rural es complicado serlo y si ya eres empresaria todo se complica aún más. Además, manifiesta que las mujeres empresarias deben compatibilizar su trabajo con el hogar, con lo cual la carga y la responsabilidad es algo que va pesando día a día.

Sobre los programas para personas emprendedoras nos comenta que, para ella, no existen suficientes programas y mucho menos ayudas para la contratación. “Las pequeñas empresas somos los mayores generadores de empleo del medio rural, pero con la cantidad de impuestos a los que tenemos que hacer frente, es imposible hacerlo”.

Carmen considera “que si algo tienen las mujeres empresarias es la constancia, no tirar la toalla nunca, salir de mil crisis con paciencia, esfuerzo y sacrificando nuestro sueldo para no perder nuestro proyecto empresarial.”

Además, nos comenta que en su caso no se ha sentido rara o juzgada, aunque reconoce que cuando vienen las empresas proveedoras por primera vez siempre pregunta por el “jefe a cargo del establecimiento”, siempre dan por hecho que debe de ser un hombre el que los atiendan. Por suerte esta situación es sólo en la primera visita, luego la tratan con normalidad.

Si reivindica que estamos ante una sociedad masculinizada donde, por desgracia, la mujer tiene que trabajar el doble para conseguir lo mismo, tienen que demostrar constantemente que están capacitadas para desempeñar cualquier actividad. Crear una empresa tiene muchos beneficios a nivel personal, quizá el más gratificante sea el de poder saltarse esa norma no escrita que nos transmite que es normal depender de un hombre.

Sobre la conciliación considera que no es fácil, “la familia te necesita a ti y tú necesitas los beneficios de tu negocio, pero solo hay tiempo para una de las dos cosas, es un razonamiento así de simple. Al final la familia se tiene que acostumbrar a tus ausencias, tú tienes que aprovechar el día libre para pasarlo con ellos, aunque lo necesites para descansar.”

Esta empresaria nos comenta que han sido muchísimas las anécdotas, “han sido tantas... algunas duras y otras divertidas, pero no sabría con cual quedarme, creo que lo que más me sigue gustando es ver a la clientela volver. De nada vale que te halaguen diciendo lo bueno que estaba todo, lo original que eres, lo creativa, si después no vuelven. Ver una cara conocida que cruza la puerta de tu establecimiento de nuevo es la mejor señal. Resistir una crisis como la que padecemos sacrificando parte de tu sueldo para no subir precios y conservar a tu clientela, eso es lo que hace que esta locura merezca la pena”.

SU VISIÓN PARA OTRAS MUJERES CON INQUIETUDES EMPRENDEDORAS

Carmen comenta que la autogestión y el autoempleo, debido a las altas tasas e impuestos que se deben pagar, condicionan y dificultan la supervivencia como empresarias, pero sí que reconoce que la satisfacción personal compensa en parte este miedo.

Una empresa es un sueño, y como tal requiere un sacrificio y esfuerzo, a veces, sobrehumano. “Como mujeres se nos condiciona a estar en casa, casarnos, ser serviles y sumisas, pero crear tu propia empresa es una manera de romper esas barreras sociales, creas tu propio mundo en forma de empresa, y si además es un negocio que transforma y ayuda a tu municipio, doble objetivo cumplido”.

Añade “tenemos que perder el miedo, dar a nuestros sueños la importancia que tienen, valorarlos como lo que son y no considerar nuestras ilusiones simples caprichos. Fácil no es, pero eso hace que merezca la pena.”

Dice, con mucha pasión, que cada uno de los pasos y barreras que hay que saltar no solo te ayudan a crear tu propia empresa, sino que te acercan a ser libre e independiente.

DATOS DE CONTACTO

Restaurante Audalazar

C/Dolores Ibarruri, nº 4, Local 2. Ronda
652 182 300

CONCLUSIONES

El estudio **“Una visión Femenina del Emprendimiento en la Provincia de Málaga”** ofrece una información completa y detallada que permite conocer mejor el fenómeno del emprendimiento. Esta información puede ser interesante tanto para investigadores/as como para responsables de diseño de políticas, agentes del ecosistema del emprendimiento, educadores/as e incluso empresariado. Su objetivo principal es ampliar el reconocimiento del valor de las mujeres emprendedoras en la sociedad, así como motivar una mejora de las condiciones y contexto que animan y apoyan las aspiraciones de crecimiento, desarrollo y puesta en marcha de negocios femeninos en la provincia de Málaga, con una especial atención a los municipios con una menor ratio de habitantes.

La información proporcionada, tanto como resultado del proceso de investigación cuantitativo a través de encuestas a las mujeres empresarias en municipios de menos de 20.000 habitantes, como el recopilatorio de historias de negocios femeninos reflejan casos de éxito, supervivencia o realidades muy diferentes sobre esa experiencia vital de desarrollo personal y económico. A menudo no se concede el protagonismo suficiente no se visualiza el emprendimiento femenino como elemento vertebrador de la economía de las diferentes regiones dejando en un segundo plano a una parte tan representativa de la sociedad. Actualmente, son múltiples los organismos e informes que ponen de relieve que el primer paso para reducir la brecha entre hombres y mujeres en materia de creación de empresas requiere de un esfuerzo por identificar y conceder la importancia que merecen.

Buscar el equilibrio entre los referentes empresariales masculinos y femeninos, así como proporcionar una visión en los medios de comunicación donde ambos modelos, estilos y tipos de empresas sean presentados incide sobre la valorización general de la figura del empresariado. Asimismo, proporciona un incremento de la autoconfianza del sector femenino con una actividad empresarial en marcha y la posibilidad de crear redes de mujeres que se apoyen, inspiren y multipliquen el fenómeno en pro de un mayor desarrollo socioeconómico de cualquier región del mundo.

PROPUESTAS

La **Visión Femenina del Emprendimiento en la Provincia de Málaga** sugiere una serie de recomendaciones específicas que podrían contribuir, por un lado, a potenciar la actividad emprendedora de la mujer y, por otro, a darle mayor visibilidad a su labor desempeñada. Empezar es un desafío independientemente de las variables demográficas de edad o sexo, pero, sin duda, el hecho de ser mujer está rodeado de una serie de condicionantes sociológicos que entrañan una dificultad añadida que habría que reducir. A la vista de la radiografía que ha proporcionado tanto el trabajo cuantitativo como el cualitativo se clasifican y estructuran una serie de prioridades vinculadas a cada línea de acción propuesta:

1. Visualización y reconocimiento de la contribución del emprendimiento femenino a la economía de la provincia.

Entre las acciones pueden señalarse aquellas que reconozcan el potencial de la innovación económica y social de los modelos de negocio dirigidos por mujeres. Para hacer esto posible, se plantea la necesidad de generar un Observatorio de Emprendimiento Femenino en la Provincia. A menudo, la actividad económica desarrollada por sociedades como forma jurídica se plantea como la razón que justifica la falta de información, pero lejos de convertirse en un obstáculo debe considerarse una oportunidad de ofrecer con transparencia datos desagregados de la actividad económica empresarial realizada por hombres y mujeres a nivel provincial. De forma específica, el índice de supervivencia de las empresas creadas en municipios menores de 20.000 habitantes desagregando por género los negocios y su desarrollo resulta esencial para poder definir acciones y programas efectivos. Asimismo, intentar convertir en una práctica habitual la identificación de casos de éxito de mujeres y conocer sus impresiones sobre el fenómeno y cómo experimentan su día a día como empresarias puede suponer un paso crucial para la mejora y crecimiento de la tasa de creación de empresas por mujeres.

2. Capacitación y generación de redes.

Trabajar en materia de autoconocimiento para identificar el potencial, la capacidad de crecimiento, la profesionalización y la calidad podrían ser claves para contribuir notablemente al crecimiento y mantenimiento de la actividad económica y del empleo generado por las empresas femeninas. Como se ha señalado en el estudio, trabajar la autoconfianza es crucial para aumentar las tasas de emprendimiento en este segmento de población. Las mujeres no adolecen, en líneas generales, de

menor formación o capacitación que los hombres, pero la necesidad de “tener todo bajo control”, que las caracteriza, condiciona la percepción de capacidades y limita la generación de nuevos negocios femeninos. En este sentido, es necesaria la generación de ecosistemas de emprendimiento donde las mujeres compartan experiencias con otras emprendedoras y pierdan el miedo a liderar nuevas empresas.

Adicionalmente, en muchos ámbitos se señala como una debilidad del ecosistema emprendedor la mayor cobertura y apoyo en las fases de asesoramiento previo e inicio de la actividad respecto a fases más avanzadas. En este sentido, hay un déficit en programas de acompañamiento y apoyo para el crecimiento y consolidación de las empresas, mucho menos con una perspectiva de género específica. Por todo lo anterior, se propone la puesta en marcha de un servicio itinerante de asesoramiento y formación diferenciando las distintas fases de vida de la empresa.

3. Diversificación y búsqueda de oportunidades.

Como se ha señalado, existe un patrón de comportamiento que se repite en el caso del emprendimiento femenino a la hora de iniciación y de la elección del sector. Por ello, se considera necesario trabajar sobre las “fuentes de inspiración” y los modelos de referencia para la generación de actividades económicas diversas. Solo de este modo será posible aumentar el peso de sectores con más valor añadido, orientación internacional y tecnológica. Esta línea de acción sería para las nuevas iniciativas promovidas por mujeres en los municipios y comarcas de la provincia de Málaga, pero no podemos olvidar la importancia de mantener y potenciar los negocios existentes.

Por otro lado, afortunadamente en la actualidad el ámbito rural puede ser un lugar muy competitivo para la ubicación de cualquier tipo de actividad económica. De alguna forma el emprendimiento en núcleos urbanos de menor dimensión actúa como fuente de oportunidades en diferentes sectores y ayuda a frenar la degradación de los territorios afectados por la recesión y el éxodo rural. En consecuencia, establecer esta línea de trabajo resulta básico no solo para trabajar en pro de la igualdad sino para revalorizar los entornos rurales. El dinamismo en la actividad económica aumenta su atractivo para emprender y vivir, convirtiéndose en puntos de innovación que contribuyen a la generación de empleo y riqueza para esos municipios y comarcas en su conjunto.

4. Mejora de la competitividad.

Para las empresas femeninas actualmente en marcha se plantea el desarrollo de programas de modernización, calidad, digitalización, y de nuevo, para aquellos negocios que lo permitan: internacionalización. A la vista de los resultados, existen muchas deficiencias especialmente patentes en materia de tecnología y administración y dirección. Aunque los negocios se desarrollan con un nivel de éxito óptimo proporcionar herramientas y claves para que las empresas tengan ese componente tecnológico, así como apoyar a las empresarias con claves sobre estrategias y gestión podrían redundar en una mejora sustancial de los resultados de las actividades emprendidas.

5. Información.

De forma unánime se ha constatado la desinformación y percepción de las mujeres empresarias de que, ni existen suficientes programas de apoyo a la creación y consolidación de empresas y, mucho menos, están al alcance o con la proximidad oportuna a sus municipios. Sería imprescindible trabajar en una red de información adaptada a sus necesidades y condicionantes. Así, por ejemplo, ha sido puesto de relieve que las acciones informativas de organismos que de manera puntual pueden estar localizados en el municipio no son compatibles con los horarios de los negocios, por ejemplo, viendo la representatividad de los comercios, unas jornadas informativas en horario comercial suponen per se una limitación directa cuando se trata de negocios unipersonales.

A esta dificultad de acceso a la información para seguir gestionando el negocio se le une la dificultad añadida, señalada por muchas empresarias, de la complejidad burocrática, tiempo a invertir y necesidad de “conocimientos” específicos para poder gestionar o tramitar, por ejemplo, una subvención.

La administración podría combinar estas dos demandas y convertirlas en un programa de acción buscando canales de información accesibles y adaptados a la realidad de estos municipios, al menos cubriendo un punto de cada comarca.

6. Financiación

Como conclusión y en línea con otras investigaciones recientes, se evidencia cierta disparidad en cuanto al acceso a la financiación tanto en la fase inicial del negocio, así como en estadios más avanzados. De forma general a este fin, programas, entrenamiento, asesoramiento y coaching para facilitar el acceso al capital y a

otros recursos puede ser clave para incentivar el establecimiento de nuevos negocios, así como la supervivencia y crecimiento en el tiempo de los existentes. Esta cuestión que pudiera parecer idéntica para cualquier persona emprendedora, tiene una casuística diferencial para las mujeres. Se ha comprobado y el mismo Banco Mundial lo señala, que la forma de examinar, adoptar y gestionar la financiación de bancos, inversores y otras fuentes es muy diferente desde la perspectiva femenina. A este respecto, no solo será necesario ampliar líneas y productos de financiación para emprendedores/as sino establecer programas de entrenamiento que superen estereotipos o trabajen directamente sobre esos frenos individuales derivados del género.

Por otro lado, el interés por fomentar la diversificación sectorial y la ampliación de la dimensión de las empresas, especialmente en cuanto a generación de empleo, implica la puesta en marcha de programas de financiación públicos y privados que faciliten la puesta en marcha de inversiones asociadas. Como cabe suponer, el sector industrial e incluso el sector primario suelen requerir una inversión y asunción de riesgo que, tradicionalmente y a la vista de los estudios previos, no parece muy asociada a las mujeres. El diseño de líneas de subvenciones y ayudas, así como programas de asesoramiento, mentorización y apoyo podrían tener un efecto positivo.

De forma complementaria, informar sobre instrumentos de financiación alternativos, actualmente disponibles podría mejorar el conjunto de opciones disponibles para satisfacer las expectativas de crecimiento o los planes de desarrollo que las empresarias definan en cada caso.

7. Trabajo colaborativo.

En estudios previos y a la luz tanto del número de asociaciones de mujeres empresarias o la participación de éstas en asociaciones de empresarios en general, trabajar en potenciar las redes de contactos se convierte en un reto prioritario. Diseñar propuestas de mejora y diversidad de las redes sociales de las mujeres haciendo posible la multiplicación de los contactos en cantidad y calidad puede ser clave para el éxito de las iniciativas puestas en marcha. Asimismo, impulsar la creación de redes de empresarias puede ser una base para animar, motivar y aumentar el nivel de visibilidad de las mujeres empresarias en la provincia y fuera de ella. Las redes de mujeres son importantes para inspirar a la mujer a confiar en que ser empresaria es una opción de desarrollo profesional y personal viable.

Del mismo modo, se ha apreciado durante el estudio cómo las mujeres se mostraban muy predispuestas a participar en incluso “agradecidas” por poder formar parte del proceso de toma de decisiones e identificación de problemas comunes entre ellas. El trabajo colaborativo podría consistir en conformar por comarcas pequeños grupos de empresarias que funcionaran como comisiones de trabajo autónomas que pudieran recoger demandas, identificar oportunidades o debilidades en su zona para evaluar de forma periódica si se pueden trabajar sobre las mismas.

8. Sensibilización y asesoramiento especializado.

La implantación de programas de fomento del espíritu emprendedor en la población general se plantea a menudo como un refuerzo para el desarrollo de iniciativas y negocios. No obstante, esto debe estar acompañado del asesoramiento especializado, anteriormente mencionado. Aquí la clave será trabajar en el diseño de programas de formación innovadores que respondan a las necesidades actuales de la población de los municipios objetivo, su estilo y forma de vida y la realidad económica y social de cada comarca. A esta cuestión habría que añadirle acciones puntuales de educación y sensibilización en edades tempranas de forma que se consiguieran al mismo tiempo dos efectos: despertar la inquietud emprendedora en niños y niñas, así como paliar el problema posterior de la migración de la población a ciudades con mayor volumen de población.

En esta misma línea, buscando que el efecto sea completo y positivo, se considera indispensable la existencia de información y coordinación entre organismos o áreas con competencias en economía y mujer deberían ser impulsados.

9. Programas de participación ciudadana basados en la corresponsabilidad.

Aunque el estudio ha reflejado un paso adelante en la percepción de las mujeres sobre la distribución de la carga, tradicionalmente vinculada a la mujer, aún sigue adoleciendo de ciertas cuestiones y es una línea de trabajo interesante que puede incidir en la igualdad en todos los niveles y ámbitos de la vida económica y personal. Es importante, trabajar sobre la idea de corresponsabilidad familiar y empresarial y no hablar únicamente de la colaboración de la parte masculina, no se trata de “compartir” sino de entender, asimilar y practicar la corresponsabilidad como un nuevo modelo en el que las exigencias, los deberes y las competencias estén más equilibradas entre ambos géneros. En definitiva, mientras el debate entre familia y equilibrio entre vida personal y laboral no se resuelva en el ámbito

cotidiano no se conseguirán los resultados deseados sobre el ecosistema del emprendimiento y los modelos de negocio vinculados a hombres y mujeres.

10. Apoyo al rendimiento y resultados de los negocios femeninos.

El estudio corrobora cambios en las percepciones en lo que respecta al emprendimiento, especialmente desde el punto de vista de la mujer empresaria. Como se ha constatado las diferencias no solo se derivan de las características socio-demográficas y actitudes sino del estilo de dirección y el modelo de negocio liderado.

En este sentido, programas de entrenamiento que permitan optimizar y mejorar los resultados en términos económicos así como en lo que se refiere a dimensión del negocio, internacionalización y nivel tecnológico podría ser una línea de trabajo muy beneficiosa para la provincia. Son muchas las empresarias que reconocen saber mucho de la actividad a la que dedican, pero tener muchas deficiencias en lo que se refiere a ser empresaria. Es por este motivo que programas de entrenamiento y capacitación adaptados a las mujeres en entornos rurales y poniendo énfasis en las áreas más relevantes podría suponer un mayor rendimiento productivo y una mejora de la satisfacción del empresariado femenino sobre sus resultados.

En conclusión, este informe titulado **“Una visión femenina del Emprendimiento en la Provincia de Málaga”** ha pretendido ofrecer una visión general del emprendimiento poniéndole ojos de mujer y así, desde su propia experiencia, realidad y día a día, no solo se ha profundizado sobre el fenómeno, sino que se sientan las bases para contribuir a alcanzar un reto conjunto para toda la provincia: un desarrollo socioeconómico competitivo y más equilibrado. La concentración de esfuerzos por analizar la creación y el desarrollo de empresas femeninas en municipios de menos de 20.000 habitantes es no solo una decisión innovadora respecto a la información existente a distintos niveles, sino que puede convertirse en un arma estratégica para la toma de decisiones. En este sentido, toda la información recogida pretende ser un argumentario e instrumento de soporte para el diseño y ejecución de futuras políticas de desarrollo con perspectiva de género.

Fuentes consultadas

BIBLIOGRAFÍA

- Azjen, I. (1991). The Theory of planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50 (2), pp. 179-211.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84 (2), pp. 191-215.
- Baycan Levent, T., Masurel, E. y Nijkam, P. (2003). Gender Differences in Ethnic Entrepreneurship”, 43rd European Congress of European Regional Science Association (ERSA), Finland.
- Burt, R.S. (2000). The network structure of social capital. *Research in Organizational Behavior*, 22, JAI Press, Greenwich, pp. 345-423
- Cliff, J.E. (1998). Does one size fit all? Exploring the relationships between attitudes towards growth, gender and business size. *Journal of Business Venturing*, 13, pp. 523-542.
- Davidsson P. y Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18 (3), 301-331.
- De Carolis, D.M. y Saporito, P. (2006). Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework *Entrepreneurship. Theory and Practice*, 30 (1), pp. 41-56.
- Fleck, E., Hegarty, C. y Neergaard, H. (2011). The politics of gendered growth”, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 3 (2), pp. 164-173.
- GEM (2017). *Special Report: Women’s Entrepreneurship*, GEM.
- GEM (2018). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, GEM.
- GEM Andalucía (2017) *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, Red GEM Andalucía, Universidad de Cádiz.
- GEM España (2017). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, Red GEM España, Universidad de Cantabria.
- GEM España (2017). *Observatorio de estudio GEM 2010-2017*, Red GEM España, Universidad de Cantabria.
- Iglesias Sánchez, P.P., Jambrino Maldonado, C. y Salobreña Lucena, D. (2018). Diagnóstico del emprendimiento femenino en la provincia de Málaga, Ed. Diputación Provincia de Málaga, Málaga.
- Kalleberg, A.I. y Leich, K.T. (1991). Gender and Organizational performance determinants of small business survival and success. *Academy of Management Journal*, 34 (1), pp.131-161.

- Kobeissi, N. (2010). Gender factors and female entrepreneurship: International evidence and policy implications” Journal of International Entrepreneurship, 8 (1), pp. 1-35.
- Krueger, N. F. y Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. Entrepreneurship Theory and Practice, 18, pp. 91-104.
- Nissan, E., Carrasco, I. y Castaño, M. S. (2012). Women entrepreneurship, innovation, and internationalization. Women’s entrepreneurship and economics (pp. 125-142). Springer New York.
- Quevedo Monjarás, L. M., Izar Landeta, J. M. y Romo Rojas, L. (2010). Factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos y México. Investigación y Ciencia, 18(46).
- Rosa, P.; Hamilton, D.; Carter, S. y Burns, H. (1994). The impact of gender on small business management: preliminary findings of a British Study. International Small Business Journal, 12 (3), pp. 25-32.
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. Academy of management Review, 26(2), pp. 243-263.
- Shapero, A. T. (1985). The entrepreneurial event. Ohio: College of Administrative Science, Ohio State University.
- Shinnar, R.S; Giacomini, O. y Janssen, F. (2012). Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture. Entrepreneurship Theory and Practice, 36 (3), pp. 1540-6520.
- Vroom, V.H. (1964). Work and Motivation. New York: John Wiley and Sons.

INSTITUCIONES CONSULTADAS

- Asociación de Empresarios de Campillos
- Asociación de Mujeres Agua Clara
- Asociación de Mujeres de Albahaca, Alcaucín
- Asociación de Mujeres de Casarabonela
- Asociación de Mujeres de Gaucín
- Fedelhorce en comarca de Guadalhorce
- Ayuntamiento de Alameda
- Ayuntamiento de Alcaucín
- Ayuntamiento de Alfarnate
- Ayuntamiento de Alfarnatejo
- Ayuntamiento de Algarrobo
- Ayuntamiento de Algatocín
- Ayuntamiento de Almachar
- Ayuntamiento de Almargen
- Ayuntamiento de Almogía

- Ayuntamiento de Álora
- Ayuntamiento de Alozaina
- Ayuntamiento de Alpandeire
- Ayuntamiento de Árchez
- Ayuntamiento de Archidona
- Ayuntamiento de Ardales
- Ayuntamiento de Arenas
- Ayuntamiento de Arriate
- Ayuntamiento de Atajate
- Ayuntamiento de Benadalid
- Ayuntamiento de Benahavís
- Ayuntamiento de Benalauría
- Ayuntamiento de Benamargosa
- Ayuntamiento de Benamocarra
- Ayuntamiento de Benaolán
- Ayuntamiento de Benarrabá
- Ayuntamiento de Campillos
- Ayuntamiento de Canillas de Aceituno
- Ayuntamiento de Canillas de Albaida
- Ayuntamiento de Cañete la Real
- Ayuntamiento de Carratraca
- Ayuntamiento de Cartajima
- Ayuntamiento de Casabermeja
- Ayuntamiento de Casarabonela
- Ayuntamiento de Casares
- Ayuntamiento de Colmenar
- Ayuntamiento de Comares
- Ayuntamiento de Cómpeta
- Ayuntamiento de Cortes de la Frontera
- Ayuntamiento de Cuevas Bajas
- Ayuntamiento de Cuevas de San Marcos
- Ayuntamiento de Cuevas del Becerro
- Ayuntamiento de Cútar
- Ayuntamiento de El Borge
- Ayuntamiento de El Burgo
- Ayuntamiento de Faraján
- Ayuntamiento de Frigiliana
- Ayuntamiento de Fuente de Piedra
- Ayuntamiento de Gaucín
- Ayuntamiento de Genalguacil
- Ayuntamiento de Guaro
- Ayuntamiento de Humilladero
- Ayuntamiento de Igualeja
- Ayuntamiento de Istán
- Ayuntamiento de Iznate

- Ayuntamiento de Jimera de Líbar
- Ayuntamiento de Jubrique
- Ayuntamiento de Júzcar
- Ayuntamiento de la Viñuela
- Ayuntamiento de Macharaviaya
- Ayuntamiento de Manilva
- Ayuntamiento de Moclinejo
- Ayuntamiento de Mollina
- Ayuntamiento de Monda
- Ayuntamiento de Montecorto
- Ayuntamiento de Montejaque
- Ayuntamiento de Ojén
- Ayuntamiento de Parauta
- Ayuntamiento de Periana
- Ayuntamiento de Pizarra
- Ayuntamiento de Pujerra
- Ayuntamiento de Riogordo
- Ayuntamiento de Salares
- Ayuntamiento de Sayalonga
- Ayuntamiento de Sedella
- Ayuntamiento de Serrato
- Ayuntamiento de Sierra de Yeguas
- Ayuntamiento de Teba
- Ayuntamiento de Tolox
- Ayuntamiento de Torrox
- Ayuntamiento de Totalán
- Ayuntamiento de Villanueva de Algaidas
- Ayuntamiento de Villanueva de la Concepción
- Ayuntamiento de Villanueva de Tapia
- Ayuntamiento de Villanueva del Rosario
- Ayuntamiento de Villanueva del Trabuco
- Ayuntamiento de Yunquera

ÁREA DE SERVICIOS A
LA CIUDADANÍA

DELEGACIÓN DE
IGUALDAD

Una visión
FEMENINA DEL EMPRENDIMIENTO
EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA
2018

