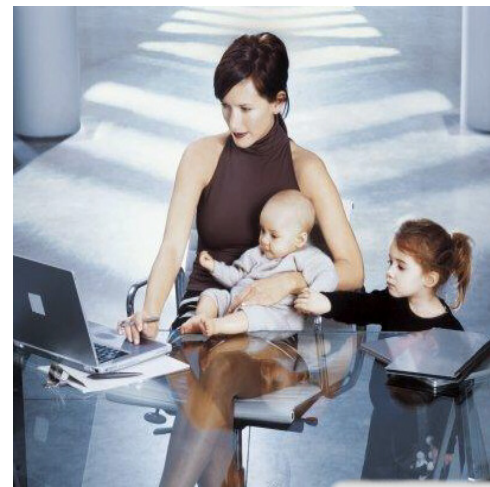


ÁREA DE SERVICIOS A
LA CIUDADANÍA

DELEGACIÓN DE
IGUALDAD

DIAGNÓSTICO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA 2018



ÁREA DE SERVICIOS A
LA CIUDADANÍA

DELEGACIÓN DE
IGUALDAD

DIAGNÓSTICO DEL EMPREDIMIENTO FEMENINO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA

2018

Marzo 2018

**Proyecto: DIAGNÓSTICO DEL
EMPREDIMIENTO FEMENINO
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.

D.L. MA 478-2018



INDICE DE CONTENIDO

I PRÓLOGO

1 INTRODUCCIÓN

4 ECONOMÍA Y MUJER

6 EMPODERAMIENTO FEMENINO

10 EMPRENDIMIENTO FEMENINO

15 Contextualización del
Emprendimiento Femenino

20 El Emprendimiento Femenino en
la actualidad

22 El Emprendimiento
Femenino a partir del ecosistema de
apoyo al emprendedor

29 El Emprendimiento
Femenino en municipios menores de
20.000 habitantes

44 CONCLUSIONES

48 BIBLIOGRAFÍA

PRÓLOGO



Este **Diagnóstico del Emprendimiento Femenino** supone hoy para la **Diputación Provincial de Málaga** una muestra de su **apuesta estratégica con el desarrollo socio-económico** de nuestra provincia. El análisis promovido por esta institución y desarrollado con el apoyo de Ecoideas Consultoría y de la Universidad de Málaga constituye una interesante **herramienta** para entender cómo el fenómeno del **emprendimiento con una perspectiva de género** sigue suponiendo un **reto sobre el que definir**

políticas y acciones estratégicas que permitan equiparar las empresas lideradas por hombres y las de mujeres.

Quiero destacar el esfuerzo llevado a cabo por acercarse a esta realidad, primero desde un contexto general que nos permite dibujar el difícil escenario de actuación en el siglo XXI, pese a reconocer los importantes avances alcanzados.

Posteriormente, se centra la atención en el ecosistema emprendedor malagueño para concluir con un análisis pormenorizado desde un prisma muy específico, los municipios menores de 20.000 habitantes.

Sin duda, para la Diputación Provincial de Málaga resultaba ineludible **conocer** con mayor exactitud **la situación actual** y **marcar futuras líneas de trabajo** que ayuden a **generar empleo, innovación y competitividad**. Con ello conseguir que **los hombres y mujeres** de todos los puntos de **Málaga** perciban las **mismas oportunidades aceptando la singularidad de los municipios** en los que residen y desarrollan su actividad como **asumir la riqueza que implica la diversidad** y, en este caso, por razones de **género** al conjunto de nuestra sociedad. El **desarrollo socioeconómico sostenible** no será posible en nuestra provincia sin la **participación de las mujeres**.

De corazón esperamos que el **Diagnóstico de Emprendimiento Femenino en la Provincia de Málaga** sea un documento **inspirador** y que a corto plazo se convierta en un **apoyo** riguroso para la **toma de decisiones efectivas** en esta materia.

Ana Carmen Mata Rico

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

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento se considera un instrumento estratégico para el crecimiento económico y desarrollo de las naciones, lo que ha supuesto la proliferación de la investigación tanto académica como de instituciones con competencias en el diseño de políticas para el fomento del espíritu emprendedor y la perspectiva de género.

Las evidencias sobre un menor índice tanto de actividad empresarial femenina como de intención emprendedora (EI) entre hombres y mujeres queda patente cada año en el Global Entrepreneurship Monitoring (GEM) y, en consecuencia, aumenta el interés sobre qué cuestiones pueden explicar estas diferencias.

Si bien es justo reconocer una evolución sustancial en los últimos años, siguen repitiéndose ciertos estereotipos o roles que asociados al género superan la carga biológica y afectan a la repetición de patrones y a poseer “inconscientemente” asunciones incuestionables que terminan afectando a decisiones tan vitales como la de iniciar una actividad empresarial. A este escenario se le añade un elemento inherente a la condición de ser mujer, la maternidad. Actualmente persiste cierta contradicción entre las premisas de conciliación de la vida familiar y laboral y la dificultad en la práctica para ejercer roles, tradicionalmente vinculados a la mujer, en especial el cuidado de los hijos. En definitiva, esta cuestión afecta directamente a la forma de participación femenina en la economía y la empresa.

Se han desarrollado trabajos que no solo advierten motivaciones diferentes a la hora de emprender un negocio sino particularidades y especial naturaleza en el caso de ser mujer.

Asumiendo que aún persisten diferencias entre el ratio de hombres y mujeres que ponen en marcha una actividad empresarial, nadie discute hoy que el emprendimiento femenino supone un beneficio económico y social ampliamente contrastado en el ámbito académico y en informes de distintos organismos internacionales de referencia. El papel de la mujer, no únicamente en su rol de emprendedora y empresaria, sino en la actividad productiva en general incide positivamente en el desarrollo económico, la competitividad, la productividad, el crecimiento potencial de las regiones e incluso se han demostrado conexiones directas con la capacidad innovadora de una zona si hay un número de mujeres empresarias significativo. A la inversa, cuanto menor es la representación femenina en la actividad económica de un país mayor índice de pobreza se

vincula en términos comparativos. Todas estas cuestiones han despertado un creciente interés en el tema en la última década, tanto es así que instituciones como el Banco Mundial vienen desarrollando desde 2004 escalas de medición de igualdad entre géneros en las distintas economías.

Reconociendo los avances realizados, el emprendimiento femenino continua siendo en cierta medida muy desconocido. Actualmente esta información se encuentra de forma puntual como parte de estudios más amplios pero por lo general no se entra en detalles sobre la distinta visión y comportamiento que se deriva del hecho de ser hombre o mujer en el ámbito de los negocios. En España apenas existen estudios específicos únicamente centrados en la mujer en su rol de empresaria. Ni siquiera a nivel estadístico, recurriendo al INE, se pueden localizar estos datos. Como ejemplo, conviene subrayar que incluso el registro mercantil, dedicado al control de las sociedades constituidas, solo contempla en la inscripción inicial el detalle de los promotores pero no se deriva de ello ni un control del cuadro promotor a lo largo de la vida de la empresa ni tan siquiera una contabilización para aportar datos estadísticos generales sobre empresas lideradas por hombres y mujeres en una estadística básica. En definitiva, hay que reconocer que la información desagregada es muy extensa en lo que se refiere al mercado laboral: tasa de desempleo y ocupación, tipo de contratos así como, la representación femenina en Consejos de Administración y puestos directivos. Destaca la información presentada en la Encuesta de Población Activa (EPA) y la colección del INE denominada “Hombre-Mujer”. En cambio, los estudios específicos sobre emprendimiento y mujer son más escasos, con lo que la capacidad de evaluar el fenómeno está muy limitada. No obstante, esta situación refuerza la falta de visualización y proyección de las mujeres empresarias como revulsivo económico y fuente de inspiración para sus iguales.

La necesidad de seguir desarrollando políticas que fomenten el emprendimiento con perspectiva de género no admite discusión, muestra de ello son las numerosas declaraciones internacionales, por ejemplo, la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing o incluso el desarrollo de comisiones y divisiones específicas para abordar este tema en organismos como la ONU, el FMI, el Banco Central Europeo o el Banco Mundial.

En este sentido, el desarrollo de un estudio que analice el fenómeno de manera global y que nos permita conocer no solo su representatividad y naturaleza particular puede ser la base para adoptar decisiones solventes en esta materia.

Por un lado, la inexistencia de fuentes oficiales y la escasez de datos desagregados sobre este fenómeno sorprenden y nos invita a no seguir ignorándolo. Máxime si queremos profundizar en la realidad particular de la provincia de Málaga y, de forma específica en los municipios menores de 20.000 habitantes. Por otro, la discusión y conocimiento del mismo puede proporcionar tanto herramientas de apoyo para la toma de decisiones en la definición de políticas específicas y propiciar una ruptura de estereotipos, como, conseguir acciones efectivas de empoderamiento femenino creando oportunidades reales de desarrollo empresarial y empleo para las mujeres de la provincia.

Como resultado de lo anteriormente expuesto, este estudio supone una aproximación al emprendimiento femenino en la Provincia de Málaga que aporta una visión abierta y conciliadora sobre esta realidad en la sociedad actual.

ECONOMÍA Y MUJER

Las mujeres representan hoy la mitad de la población mundial y esa distribución sigue un mismo patrón en prácticamente la totalidad de naciones del mundo. Su papel en la economía es indiscutible y su participación ha aumentado progresivamente en las últimas décadas. Actualmente, los niveles de educación, empleo, representación en cargos públicos y privados o su presencia en trabajos tradicionalmente desempeñados por hombres han dado un giro considerable. A pesar de los avances, quedan hitos incompletos para conseguir una sociedad equitativa en relación al género. La prioridad ahora está en reducir la discriminación ocupacional en empleos altamente cualificados, puestos de dirección así como en los sectores científico, tecnológico, de ingeniería o matemáticas.

Esta realidad no es homogénea sino que se ve afectada por el nivel de desarrollo de los países, así, la brecha entre hombres y mujeres en términos de actividad oscila entre el 12% en los países de la OCDE y el 50% en Oriente Medio y África del Norte (Banco Mundial, 2017). En relación a lo anterior, no es casualidad que diversos estudios hayan demostrado que cuanto menor es la representación femenina en la actividad económica de un país más índice de pobreza se vincula en términos comparativos. No obstante, existe actualmente un acuerdo unánime sobre los tres pilares sobre los que actuar para conseguir resultados efectivos y sostenibles con una perspectiva de género: la educación, el trabajo y el liderazgo.

Por otro lado, la participación de la mujer en la economía pasa por fomentar el equilibrio entre las responsabilidades domésticas y laborales, especialmente en lo relativo al cuidado de hijos y otros familiares dependientes. Esta cuestión no solo implica unas políticas de conciliación laboral efectivas y unas coberturas adecuadas para las mujeres embarazadas y aquellas que se reincorporan al mercado laboral tras la maternidad sino que existan servicios de apoyo asequibles y de calidad.

Todas estas líneas de debate dan lugar al movimiento del “*Empower Women*” o, lo que es lo mismo, el “Empoderamiento Femenino”. Se trata de ser conscientes de que el crecimiento de la economía mundial requiere de una apuesta por la mejora de la vida para toda la población y eso implica, concentrar esfuerzos en desarrollar el potencial del colectivo de mujeres.

La relación entre el PIB y la incorporación efectiva de la mujer como fuerza de trabajo está ampliamente documentada pero más allá de esta generalidad, las instituciones advierten que las diferencias de género pueden desembocar en resultados económicos y sociales distintos. Este reconocimiento motiva que se diseñen políticas de ayuda que aseguren una distribución más equilibrada del crecimiento entre hombres y mujeres.

En conclusión, invertir en el empoderamiento económico de las mujeres contribuye directamente a la igualdad de género, el crecimiento económico inclusivo y la erradicación progresiva de la pobreza.

EMPODERAMIENTO FEMENINO

Se ha puesto de relieve el efecto directo entre el empoderamiento femenino y los efectos positivos en la economía pero no se han señalado datos específicos que lo constaten. En este apartado vamos a realizar una síntesis al respecto.

Actualmente, tanto en España como en Europa, hay más mujeres que nunca en el mercado de trabajo alcanzando un peso del 40,8% (Eurostat, 2017). En contraposición de este primer dato alentador para la UE y Estados Unidos, las mujeres siguen infrarrepresentadas en puestos directivos y consejos de administración y se mantienen sensibles diferencias salariales entre hombres y mujeres. Las diferencias también se repiten en la tasa de desempleo. En España el porcentaje de mujeres en paro a finales de 2017 era de 18,5%, frente al 15,2% de hombres (INE, 2017). En esta misma línea, la población activa considerada parada de larga duración está mayoritariamente representada por mujeres. En 2016, casi un millón de españolas llevaban más de dos años buscando un trabajo sin éxito (Adecco, 2016).

Según ONUMUJER (2017), si las tasas de empleo remunerado de las mujeres se incrementaran hasta equipararse a las de los hombres, se estima que el producto interior bruto subiría un 9% en Estados Unidos, un 13% en la zona euro y un 16% en Japón. En cuanto a las 15 economías en desarrollo más importantes, los ingresos per cápita crecerían hasta 2020 en un 14% y alcanzarían un 20% hasta 2030. Por otro lado, la OCDE afirma que la reducción de la disparidad entre hombre y mujer como fuerza de trabajo acelera el ritmo de crecimiento. En este sentido, la participación de la mujer no solo repercute en la cantidad sino en la velocidad.

Cuando se trata el tema de mujer y economía resulta inevitable abordar la brecha salarial entre sexos. Según los datos del INE (2017) el salario medio de los hombres en 2016 ascendió a 25.727, 24 €, frente a los 19.744,82 € de las mujeres, lo que representa una diferencia entre ambos del 23,2%. En todo caso, conviene matizar que en España se limita a 16,2% con lo que se reconocen avances positivos a este respecto en los últimos años. El tipo de jornada y los trabajos desempeñados explican gran parte de esta situación, si bien siguen existiendo casos en los que en un mismo puesto el salario es diferente para un hombre y una mujer. Estas disparidades se arrastran hasta la jubilación, es decir, las pensiones recibidas por las mujeres son inferiores. En el caso de España, la media está en un 37,95%, lo que significa que las mujeres cobran en torno a 455 euros menos que los hombres. La

pensión media de una mujer en nuestro país está en 742,81 euros, mientras que los hombres reciben en torno a 1.197,19 euros de media (Comisiones Obreras, 2017). Parece evidente que se trata de un tema prioritario pero incluso las previsiones más optimistas calculan que hasta el 2186, casi dos siglos, no será posible la igualdad salarial por razón de género (Foro Económico Mundial, 2017).

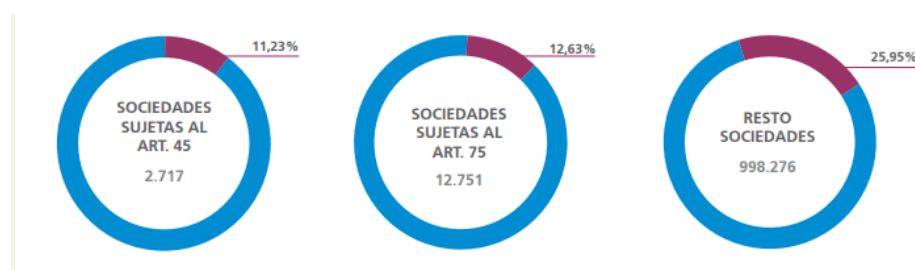
Se ha mencionado anteriormente que la mujer está por lo general más relacionada con los contratos con reducción o a media jornada. En un alto porcentaje de los casos debido al cuidado de hijos o familiares dependientes. A pesar de que en los últimos años se ha conseguido una participación más equilibrada de hombres y mujeres en el mercado laboral, las mujeres siguen asumiendo la mayor parte de las responsabilidades familiares y domésticas. En todo caso, en los últimos 10 años, la brecha derivada de la jornada se ha reducido en un 6%. No obstante, el 73% de los contratos a tiempo parcial los desarrollan las mujeres (INE, 2017). Si analizamos con más detalle esta cuestión observamos que En España en el año 2016, un 26,6% de mujeres (de 25 a 54 años) empleadas con 1 hijo trabaja a tiempo parcial frente al 5,7% de hombres. En el caso de 3 o más hijos los porcentajes son un 26,2% de mujeres y un 6,4% de hombres. Los porcentajes de distribución por género, son muy parecidos para cuidar a una persona dependiente del entorno familiar. Asimismo, el patrón es parecido si nos centramos en parados que han dejado el trabajo para cuidar a una persona dependiente e incluso inactivos en la búsqueda de empleo por este motivo.

Por otro lado, la cifra de mujeres que solicitan una excedencia por este motivo alcanza el 93,4%, si bien es cierto que la aprobación de la Ley de Igualdad ha incrementado el número de hombres que lo solicitan un 3%. En todo caso, no es disparatado afirmar que las rigideces laborales y la dificultad en la práctica de compatibilizar la maternidad con el trabajo explican el comportamiento de este grupo de población.

Hablar de la representación de mujeres en cargos directivos abre una prolífica línea de discusión. Si partimos de los datos, actualmente el porcentaje total de puestos directivos está mayoritariamente ostentado por hombres en todos los países. En el caso de España, el porcentaje de directivas alcanza el 37%, valor superior a la media europea en casi dos puntos. En términos absolutos, son 76.000 mujeres las que ostentan cargos de dirección en empresas públicas y privadas (Eurostat, 2017). En el panorama nacional es de aplicación desde 2007 la Ley de Igualdad en la que se establece un marco regulador de obligado cumplimiento para empresas de más de 250 trabajadores y voluntario para las que tengan un número inferior de trabajadores. En todo caso, según el estudio de Informa D&B (2016), de

las empresas consideradas por su número de trabajadores medianas o grandes, tan solo el 11% tiene presencia femenina superior al 40% en sus Consejos de Administración.

Figura 1. Empresas con más de un 40% de mujeres en su Consejo de Administración.



Fuente: Informa D&B (2016)

Más de un 65% de las empresas, independientemente de su dimensión no cuentan con ninguna mujer en su equipo de dirección. En todo caso, hay que analizar este dato con perspectiva puesto que, aunque es necesario avanzar para alcanzar la equidad entre géneros, desde 2010 la proporción ha aumentado un 7% (Informa D&B, 2016). Respecto a las empresas que componen el IBEX, la proporción de mujeres ha pasado en la última década del 3,3% al 19,6% (Comisión Nacional del Mercado de Valores, 2016) lo que manifiesta un cambio paulatino a favor de la erradicación de la desigualdad.

Si afinamos el análisis y nos centramos en la participación de la mujer en el puesto de máxima decisión observamos que de las 61.882 sociedades españolas que cuentan con un presidente, solo el 17% tienen este cargo ocupado por una mujer (INE, 2017)

Si desagregamos por sectores, la proporción de mujeres en puestos directivos coincide con las áreas de actividad donde también la fuerza de trabajo es mayoritariamente femenina: Educación (40,42%) y Sanidad (38,86%). En el extremo opuesto, los sectores con menor ratio de mujeres en altas esferas de la empresa son Energía (17,40%) y Comunicaciones (18,16%) (INE, 2017).

Estas cifras reflejan las oportunidades de liderazgo reales de las mujeres en la empresa, aún con amplio margen de mejora. En contraposición, son numerosos los estudios desarrollados por distintos organismos que reiteran el beneficio entre la participación femenina en la cúpula directiva con los resultados de la empresa, medidos en términos de eficacia organizacional, reputación e incluso beneficios directos generados. A modo de ejemplo destacamos la relación directa existente en

compañías en las que tres o más mujeres ejercen funciones ejecutivas y unos índices de eficacia organizacional más altos, según el informe de ONUMIJER (2016). El mejor desempeño de las empresas se debe a las habilidades femeninas y su estilo de liderazgo. En términos generales más solidarias, cooperativas, creativas y con una mayor preocupación por lo social y lo humano que trasciende al interés económico.

Por su parte, un estudio de Peterson Institute for International Economics (2016) comprueba que las compañías con un 30% de mujeres en su equipo directivo obtienen un 15% más de beneficios. Este estudio contempla una muestra de 21.980 empresas en 91 países. De las 96 compañías españolas apenas el 3% tiene una mujer como presidenta, el 13% tiene participación femenina en puestos ejecutivos y el 14% en los consejos de administración. Conclusiones similares arroja el estudio promovido por Women's Business Council (2015) en Gran Bretaña que no solo evidencia una relación positiva entre la participación de la mujer en puestos directivos con los resultados de imagen hacia la sociedad de la empresa sino que subraya que estas empresas consiguen un mejor desempeño financiero.

En estudios menos recientes pero referentes en este ámbito conviene señalar las conclusiones de la OCDE (2012) entre las que destacan las empresas con un mayor índice de mujeres directivas están mejor posicionadas para servir al consumidor por su mayor empatía y sensibilidad por los intereses ajenos. Algunos estudios, justifican esta habilidad como resultado de las funciones asumidas en la esfera privada. Se ha estimado que las mujeres controlan cerca del 65% de las decisiones de compra en bienes y servicios a nivel global. En este sentido, consiguen asumir de forma muy dirigente estas funciones en el interior de la empresa y aumenta su nivel de involucración en el diseño, fabricación y comercialización de distinto tipo de productos. Asimismo, el aumento de la diversidad en el cuadro de mando favorece que el estilo de dirección aborde más opciones y posea una perspectiva más amplia ante cualquier decisión estratégica. Por último, son numerosas las investigaciones que ponen de manifiesto la situación menos ventajosa de la mujer para acceder a financiación cuando empieza una actividad empresarial. En contraposición, conviene destacar que una mayor presencia femenina en la dirección puede reducir el alto riesgo financiero de ciertas transacciones de la compañía. Esas mismas decisiones adoptadas por hombres entrañan un mayor nivel de riesgo financiero (Banco Central Europeo, 2015).

EMPRENDIMIENTO FEMENINO

Contextualización del emprendimiento femenino

Cualquiera de las corrientes o teorías del feminismo a la que recurramos nos lanza una conclusión similar. La sociedad nos proporciona formas diferentes de entender qué significa ser hombre y mujer. Esas creencias implican un repertorio “socialmente aceptable” en cualquier plano de nuestra vida, por extensión, respecto al emprendimiento. De alguna manera se establece un orden automático asociado a la condición de ser hombre o mujer. En consecuencia, los estereotipos asociados al género superan a menudo la carga biológica y ralentizan la evolución social en este sentido. Esta cuestión queda manifiesta de forma clara cuando observamos las diferencias en los roles masculino y femenino según la cultura y/o el nivel de desarrollo del país. El número de emprendedores en países menos desarrollados se concentra en los hombres alcanzando un 75%, mientras que en países más desarrollados la brecha entre el emprendimiento hombre y mujer tiende a equilibrarse (GEM, 2017).

El emprendimiento femenino puede analizarse desde diferentes prismas:

- Análisis de los factores estructurales, históricos y culturales que condicionan la predisposición a iniciar una actividad empresarial en las mujeres.
- Determinación de las características y tipos de negocios son más frecuentes en el caso de hombre y mujer.
- Crecimiento y resultados de empresas lideradas por cada género.
- Evaluación de rasgos personales y percepción de uno mismo que, asociado al género, fomenta o desalienta la actividad emprendedora así como condiciona la forma de desarrollar el negocio en el caso de hombres y mujeres.
- Detección de elementos del entorno que hacen más adversa la creación de empresas en el caso de las mujeres. La interiorización desde edades muy tempranas de ciertos estándares, roles o asunciones derivados del proceso de socialización incluso implica que las mujeres descarten emprender como una salida laboral, tengan más dificultades para acceder a financiación, cuenten con menos redes como elemento facilitador en la fase de inicio de la actividad o se enfrenten a una desigual visualización en los medios de comunicación con lo que no cuentan con otras mujeres emprendedoras que pudieran ser referente. Todo ello refuerza el diseño de programas dirigidos a mujeres que apoyen el desarrollo de sus capacidades y en el acceso a

financiación, requiere tanto el desarrollo de sus capacidades y habilidades empresariales como también el desarrollo de capacidades sociales que impacta la manera en que las mujeres desarrollan su empresa.

En definitiva, el género no solo acentúa diferencias evidentes en la cantidad de empresas promovidas por hombres y mujeres sino que influye en la naturaleza, dimensión, estilo de gestión e incluso actividad empresarial acometida.

Resulta especialmente interesante detenerse en la motivación de las mujeres emprendedoras, cuestión ampliamente abordada en los últimos años tanto en el ámbito científico como de organizaciones internacionales con competencias en el desarrollo económico internacional. Existe un cierto consenso relacionando los factores más relevantes:

- El nivel de apoyo del país (gobierno, políticas, medios de comunicación, etc.)
- Imagen del emprendimiento y del empresariado a nivel social así como la visualización específica de las mujeres empresarias como medida de refuerzo de la motivación de otras.
- Creación de Empresas como salida al desempleo, a la estabilidad económica del núcleo familiar y la oportunidad de desarrollo y crecimiento personal.
- Fórmula de compatibilizar la “familia” con la actividad laboral aportando más flexibilidad la creación de empresas que el trabajo por cuenta ajena. Son muchos los expertos en la materia que se refieren a la maternidad como uno de los elementos inseparables a la naturaleza de la mujer que más influyen en su percepción del emprendimiento. En algunos casos, considerado como un obstáculo y en otros más como un incentivo para adoptar la decisión de emprender por las posibilidades de compatibilizar y organizar una misma la relación entre el ámbito laboral y el familiar. Estas perspectivas encontradas incluso afectan al tratamiento de la tasa de fertilidad como indicador de medición positivo o negativo para el emprendimiento en una determinada región.
- La educación. Parece obvio que la educación es un elemento clave, en esta línea tanto la OCDE y la Comisión Europea afirman que la educación para el emprendimiento debería ser un aspecto central en la política de educación de cualquier nación. Asimismo, son numerosas las evidencias que demuestran que una educación formal bien dirigida favorece la intención emprendedora y, en el caso de las mujeres, tiene una incidencia más elevada sobre su seguridad y su autoconfianza e incluso en el nivel de supervivencia y crecimiento de los negocios puestos en marcha.

- Por último, algunas emprendedoras incluso consideran su aventura empresarial una herramienta para superar individualmente las desigualdades y condicionamiento derivado del género.
- Diferente trato por socialización entre hombres y mujeres que incluso afecta al trato de uno de los grupos de cara a las instituciones financieras o condiciona la elección de carreras y profesiones entendidas como correctas para cada sexo. Esta última cuestión, entra en liza con las prioridades establecidas para aumentar el ratio de mujeres en las carreras científicas y técnicas, también llamadas STEM. En suma, ambas afectan a la persistencia de la segregación horizontal y vertical entre hombres y mujeres.
- Discriminación Salarial unida, en algunos casos, a cuestiones legales. Ejemplos significativos son las diferencias en la remuneración para mujeres y hombres en cargos similares así como que la edad media de las mujeres empresarias sea superior a la de los hombres. Incluso la necesidad del permiso o autorización del cabeza de familia (masculino) para acceder al crédito todavía en nuestros días en algunos países. En ocasiones estas circunstancias actúan disuadiendo o incentivando a la mujer a barajar la posibilidad de emprender.
- Las cargas familiares, no únicamente del cuidado de hijos sino de otros familiares, competencia tradicionalmente atribuida a las mujeres y que, pese a la positiva evolución en gran parte de las sociedades modernas, sigue condicionando la representatividad de este colectivo en el mundo empresarial.

Todas estas cuestiones ejercen fuerzas positivas y negativas sobre la predisposición a emprender en hombres y mujeres e incluso permiten aseverar que el colectivo masculino suele considerar la creación de una empresa una oportunidad mientras que las mujeres tienen un conductor más derivado de la necesidad dadas las circunstancias personales y sociales en las que se ven envueltas.

En el primer apartado de este informe se han señalado efectos directos positivos entre la participación de la mujer en la economía. Ahora vamos a particularizar y desentrañar cómo el rol de las mujeres emprendedoras y empresarias incide positivamente en el desarrollo económico, la competitividad, productividad, innovación y crecimiento potencial de la región. El nivel de innovación de las empresas femeninas ha sido tratado en multitud de estudios y todos arrojan conclusiones similares. Las tasas de innovación de las empresas lideradas por mujeres son proporcionalmente superiores (GEM, 2016).

La creación de empresas, independientemente del género de sus promotores, tiene un efecto positivo y multiplicador sobre la economía de la región. La creación de empleo, la innovación y la contribución al desarrollo económico son las cuestiones directas más señaladas. No obstante, si particularizamos en los efectos producidos por la actividad empresarial liderada por mujeres en el PIB de diferentes economías observamos que en Estados Unidos repercute en una mejora del 5%, en Japón del 9%, en los Emiratos Árabes del 12% y en Egipto del 34% (FMI, 2013). Esto nos lleva a concluir que la contribución del emprendimiento femenino es mayor en países con un menor Producto Interior Bruto per cápita. Según el Women's Business Council (2015) igualar los ratios de emprendimiento femenino y masculino podría suponer aumentar un 10% el crecimiento de la economía antes de 15 años.

La implicación de la mujer en el sector empresarial es una clave de crecimiento constatada más allá de la productividad y la competitividad. Una perspectiva más reciente introduce la filantropía y el impacto social vinculado al emprendimiento femenino. Como ejemplo, el programa Goldam Sachs Women Initiative, desarrollado en Estados Unidos, permitió comprobar que de cada dólar ganado por estas empresas se reinvertió el 90% en educación, salud y nutrición en comparación con el 40% dedicado por parte de empresas lideradas por hombres.

Otra indicador interesante es el nivel de fracaso de las empresas femeninas, al parecer tienen un mayor nivel de éxito que las lideradas por hombres (Spain Startup-South Summit, 2017). La explicación encontrada en trabajos del ámbito académico sugiere que la personalidad menos impulsiva y el análisis más racional de cualquier decisión adoptada propician la viabilidad del negocio cuando una mujer inicia una actividad empresarial. Probablemente, esta mayor aversión al riesgo por parte de la mujer explique el menor índice de emprendimiento. En contraposición pero, relacionado con lo anterior, el ritmo de crecimiento (facturación y número de empleados) es más comedido para empresas promovidas por mujeres. Asimismo, según el Banco Central Europeo (2015) las mujeres suelen solicitar una financiación inferior porque hacen previsiones más realistas sobre sus ingresos y prefieren tener un nivel de endeudamiento más bajo, al mismo tiempo, se observan tasas de respuesta en cuanto a plazos estipulados de devolución del crédito, más estrictos según lo estipulado en el contrato que en empresas masculinas. En todo caso, las emprendedoras suelen preferir fuentes internas, en lugar de externas, y usan menos instrumentos financieros como descubiertos y préstamos bancarios (Ruiz Navarro y Martínez, 2012).

Por otro lado, conviene señalar que el entorno laboral existente en empresas lideradas por mujeres destaca por la mayor armonía entre los equipos de trabajo y una percepción más positiva de la gestión de los recursos humanos, en parte como consecuencia de los roles de cuidado de la familia interiorizados en la socialización que hace más proclives a las mujeres a atender y ser más empáticas con otras personas incluso en el ámbito laboral/empresarial. Relacionado con lo anterior, según el Informe de Emprendimiento y Mujer desarrollado por GEM (2015) las economías con un mayor porcentaje de mujeres emprendedoras tienen más aspiraciones sobre la creación de empleo que los hombres.

El emprendimiento femenino en la actualidad

La última década ha supuesto un avance positivo respecto a la equidad entre géneros en la actividad emprendedora. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2016/2017 la reducción de la brecha de género es del 30%. En todo caso, resta seguir trabajando en esta línea porque la distribución entre hombres y mujeres emprendedoras en España sigue siendo del 40/60. 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 más estudios para explicar estas diferencias. En el caso español, el 47% de mujeres y el 62% de hombres creen que tienen las capacidades suficientes para arrancar y operar un negocio.

Según GEM (2016), el perfil de las emprendedoras responde al siguiente patrón: mujeres de entre 25-34 años, excepto en Norte América donde las mayores tasas de emprendimiento femenino se sitúan entre los 35 y los 44 años. Los niveles de educación son bastante similares en todas las economías del mundo. El 33% tienen educación superior frente al 36% de hombres emprendedores con este nivel de estudios. En el caso español, el perfil medio, en ambos sexos, es de emprendedores con un nivel de estudios secundarios y una abundante presencia de personas con estudios superiores. Si bien los resultados indican que no existen diferencias de género significativas en el nivel de educación, es importante señalar las diferencias en su especialización. Las mujeres emprendedoras universitarias poseen, con mayor frecuencia, títulos en humanidades más que en empresas, ingeniería o disciplinas técnicas, lo cual puede constituir una desventaja respecto a los hombres para emprender en determinados sectores (Ruiz Navarro y Martínez, 2012).

A nivel mundial en el GEM (2016) se estimó que 200 millones de mujeres en 83 economías del mundo inician una empresa. El cómputo general apunta que entre el 32 y el 39% de todas las empresas privadas del mundo son de mujeres, este porcentaje se reduce al 18% en el territorio nacional (Spain Startup-South Summit, 2017). Si centramos nuestro análisis en España, un total de 65.000 mujeres han puesto en marcha un negocio (GEM, 2017).

Conviene marcar la atención en la forma jurídica elegida por las mujeres cuando inicia una actividad empresarial. En su mayoría optan por convertirse en autónomas y el índice de mujeres que constituyen una sociedad es inferior. Los tipos de sociedades más habituales son la sociedad limitada, cooperativas y

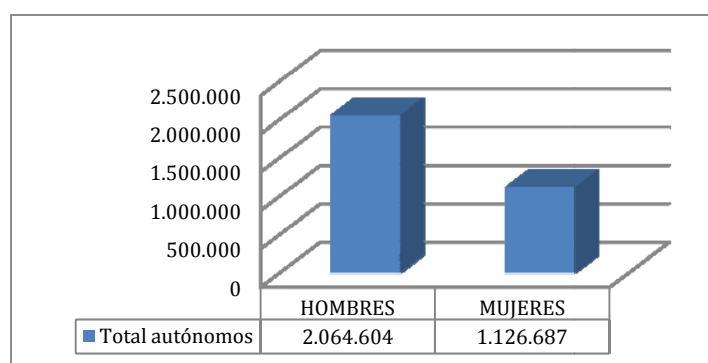
sociedades colectivas, muy habitual para trabajos profesionales como gabinetes de psicología, buffet de abogados...

En cuanto a la dimensión de la empresa, cabe destacar que la proporción de mujeres aumenta según el tamaño disminuye. Alcanza una representación femenina del 26,47% para empresas micro, mientras que se reduce al 11,23% para empresas de más de 250 empleados (Informa D&B, 2016).

En todo caso, las iniciativas emprendedoras, independientemente del género, presentan una creación de empleo muy discreta. El tamaño medio de las empresas no supera el de cinco puestos de trabajo en más del 90% de los casos. Esta característica afecta tanto a la actividad de hombres como de mujeres y es uno de los principales retos a asumir en aras del logro de una mayor competitividad en el caso español. Respecto al nivel de empleo generado los datos del observatorio GEM de España del período 2010-2017 ponen de manifiesto que las emprendedoras muestran mayor propensión a crear iniciativas con empleados, si bien el número medio de puestos de trabajo es inferior al generado por las actividades masculinas.

Lo expuesto anteriormente explica que el autoempleo sea una solución frecuente para situaciones de desempleo de larga duración en el colectivo de mujeres. La Federación Nacional de Trabajadores Autónomos (ATA) indica que del total de autónomos las mujeres representan en España un 35,3% (Figura 2). Las cifras de trabajadores autónomos previas a la crisis eran superiores pero actualmente la cifra es muy aproximada precisamente gracias al auge de las mujeres. Tanto es así que se estima que más de 48% del crecimiento total del colectivo lo están protagonizando ellas. En contraposición, la cifra de autónomos varones se redujo en 237.669 con respecto a 2008.

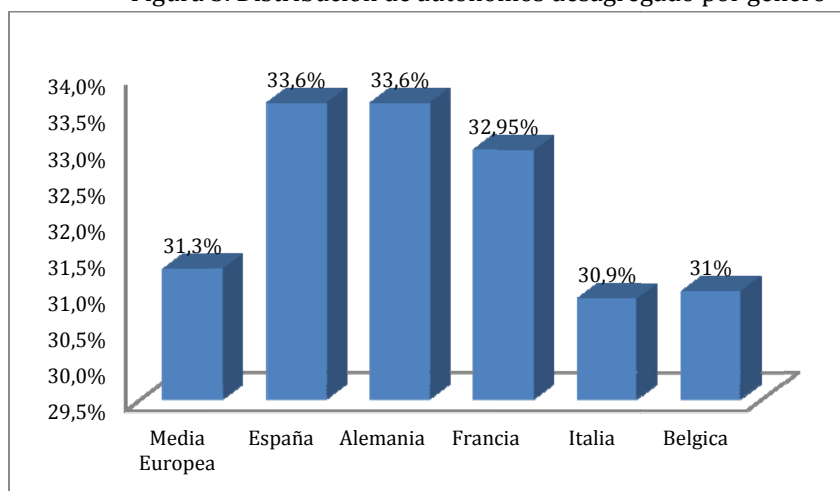
Figura 2. Distribución de autónomos desagregado por género



Fuente: Elaboración propia con datos de ATA (2017)

La consecuencia de este análisis implica que España supere la media europea de autónomos desagregando la participación masculina y femenina. Así, en nuestro país representan un 33,6% del total de autónomos mientras que en el resto de Europa es de 31,3%. Las españolas han sabido igualar sus datos a los de las alemanas y superar a países referentes como Francia, Italia o Bélgica como puede comprobarse en la figura 3.

Figura 3. Distribución de autónomos desagregado por género



Fuente: elaboración propia con datos de Eurostat (2017)

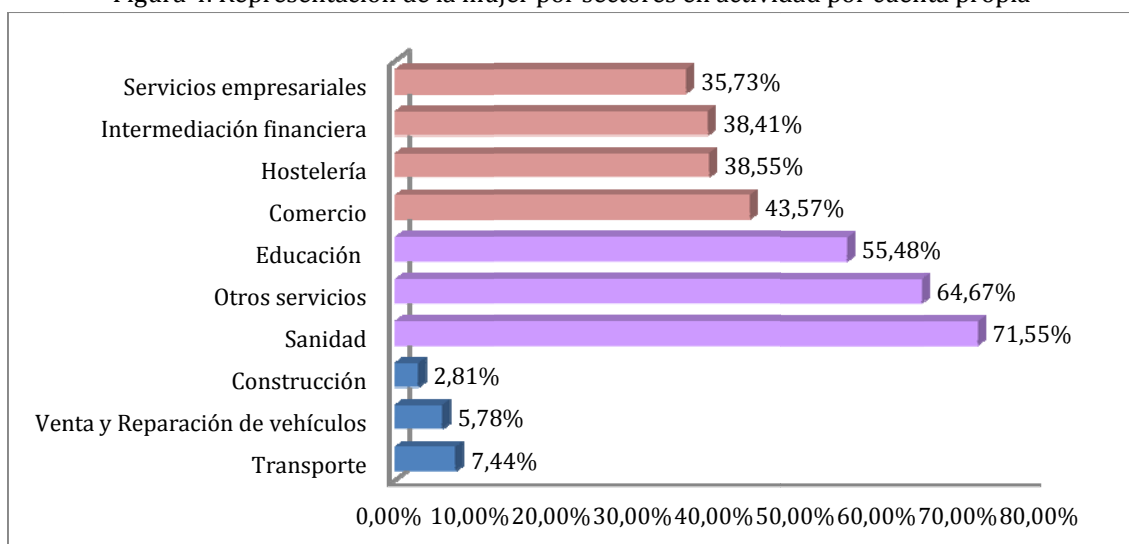
Las comunidades donde encontramos más representación femenina en valor absoluto son: Andalucía (92.580), Cataluña (85.386) y Comunidad Valenciana (65.450) (Informa D&B, 2016). Es necesario poner énfasis en que estas comunidades también cuentan con un número superior de hombres emprendedores (INE, 2017).

La elección del sector para el desarrollo de la actividad emprendedora constituye uno de los factores que más diferencias genera entre los hombres y las mujeres emprendedoras. Esta elección condiciona muchas de las características de la actividad emprendedora femenina, pero especialmente, afecta a la dimensión de sus negocios, a su crecimiento e internacionalización.

Apoyándonos en los resultados del Informa D&B (2016) vemos que la representación femenina según el sector de actividad arroja una gran disparidad en el caso de las actividades consideradas tradicionalmente masculinas: Transportes, Venta y Reparación de vehículos de Motor y Construcción. Por el contrario, los sectores donde la representación femenina es mayoritaria son: Sanidad, Otros Servicios y Educación. También cuentan con una proporción de mujeres superior a la media los sectores siguientes: Comercio, Hostelería,

Intermediación Financiera y Servicios Empresariales. Este patrón se repite según el INE (2017) para el trabajo por cuenta ajena. Esta cuestión se ilustra con más detalle en la figura 4.

Figura 4. Representación de la mujer por sectores en actividad por cuenta propia



Fuente: elaboración propia con datos de D&B Informa (2016)

Si tratamos de destacar la participación femenina en algunas ramas de actividad observamos que su presencia es destacable en la Industria Textil (58,22%) y Servicios de Alojamiento (52,68%). En términos absolutos, los sectores donde hay más empresarias individuales son: Comercio al por menor y Actividades Inmobiliarias. En contraposición, según el Mapa del Emprendimiento solo un 12% de las startups tienen una mujer como CEO o fundadora (Spain Startup-South Summit, 2017).

Por último, respecto al grado de internacionalización de la actividad emprendedora no existen diferencias significativas por razón de género especialmente en los últimos 5 años. En el 2005, había mayor proporción de iniciativas femeninas exportando pero la proporción de masculinas con elevada intensidad de exportación era superior (Ruiz Navarro y Martínez, 2012).

En líneas generales, las empresas con liderazgo femenino tienen un menor índice de fracaso, concretamente un 14% menos que las empresas promovidas por el público masculino (Spain Startup-South Summit, 2017). Este comportamiento se repite en los negocios liderados por mujeres autónomas, que además, según ATA (2016) consiguen mantenerse más en el tiempo. El motivo, de nuevo, que las mujeres estudian más la decisión y al lanzarse cuentan con planes de negocio más sólidos (Telefónica Open Future, 2017).

En conclusión, el emprendimiento femenino demuestra una evolución positiva en cuanto a su representatividad en el sector productivo pero debemos ir más allá de un análisis centrado en las cifras desagregadas por género de intención emprendedora, tasas de emprendimiento, etc. Lo realmente interesante es detenerse en el impacto positivo que genera la intervención de la mujer en la economía y, de forma particular, en la contribución sobre la competitividad, la innovación, la generación de empleo y el carácter más social y sostenible de las empresas femeninas. Ahora resta profundizar estas cuestiones en una realidad local, siendo la provincia de Málaga nuestro foco de atención y, más concretamente, los municipios menores de 20.000 habitantes.

El emprendimiento femenino en Málaga

Llegados a este punto focalizamos nuestra atención en Málaga provincia. No obstante, este apartado se estructura presentando un contexto del fenómeno del emprendimiento femenino en cifras de Málaga en su conjunto para posteriormente detallar la situación de los municipios de menos de 20.000 habitantes.

Previa a la presentación de los datos conviene describir la metodología del estudio, partiendo de una breve reseña sobre la falta de fuente de datos disponibles de datos desagregados por género respecto en el ámbito del emprendimiento.

Actualmente las estadísticas oficiales a nivel nacional y andaluz tienen un nivel de detalle riguroso, en cambio, adolecen de información desagregada por género si nos centramos en el emprendimiento. Actualmente esta información se encuentra de forma puntual como parte de estudios más generales pero por lo general no se entra en detalles sobre la distinta visión y comportamiento que se deriva del hecho de ser hombre o mujer en el ámbito de los negocios. Solo podemos identificar como excepción el GEM que tiene una versión específica para analizar el fenómeno del emprendimiento a nivel internacional y nacional pero, igualmente conviene llamar la atención sobre la inexistencia del nivel de detalle por género en el informe GEM centrado en Andalucía. No obstante, más allá de ese nivel de detalle no encontramos información diferenciada para cada provincia y lejos queda entrar a determinar cómo se comporta cada uno de los municipios a este respecto.

En España apenas existen estudios específicos únicamente centrados en la mujer en su rol de empresaria. Ni siquiera a nivel estadístico, recurriendo al INE, se pueden localizar estos datos. Como ejemplo, conviene subrayar que incluso el registro mercantil, dedicado al control de las sociedades constituidas, solo contempla en la inscripción inicial el detalle de los promotores pero no se deriva de ello ni un control del cuadro promotor a lo largo de la vida de la empresa ni tan siquiera una contabilización para aportar datos estadísticos generales sobre empresas lideradas por hombres y mujeres en una estadística básica. Una situación similar nos encontramos en la Seguridad Social que aunque se encarga de las altas de autónomos no ofrece esos datos de forma pública para hacer análisis estadísticos. En cambio, a través de asociaciones de autónomos como ATA sí es posible disponer de la información diferenciando tres niveles: nacional, autonómico y provincial. Al tratarse de personas físicas el género es un componente de más fácil control y seguimiento que para las sociedades.

Curiosamente, cabe subrayar que la información desagregada si es muy extensa en lo que se refiere al mercado laboral: tasa de desempleo y ocupación, tipo de

contratos, etc. Destaca la información presentada en la Encuesta de Población Activa (EPA) y la colección del INE denominada “Hombre-Mujer”. En estas fuentes de datos se puede consultar población activa hombre y mujer, rangos de edad, tipo de contratos, reducción de jornadas, motivos de la reducción... y en todo momento identificando claramente los dos colectivos. También puede rastrearse el dato desagregado en lo referido a personas dadas de alta como autónomas.

Por su parte, el Instituto Andaluz de la Mujer ofrece una serie de indicadores y series de datos interesantes, muchos de ellos, fundamentados en el INE pero tampoco ofrecen de forma específica datos de creación de empresas o directorios de empresarias. Si está disponible en su web un listado de asociaciones de mujeres, en este caso, de la comunidad autónoma andaluza. No obstante, este registro no tiene el nivel de actualización deseable y no solo se incluyen asociaciones de empresarias sino que un gran número de las organizaciones contempladas son de carácter social o creadas para representar un colectivo de mujeres especialmente vulnerable: mujeres con fibromialgia, con cáncer de mama...

Este escenario nos ha conducido a desarrollar un procedimiento de análisis en dos niveles:

- **Málaga provincia**, en este caso, se ha optado por consultar a los organismos de apoyo a la creación de empresas existentes: Cámara de Comercio, Confederación de Empresarios de Málaga, IMFE, Promálaga, Instituto Andaluz de la Mujer, Red Andalucía Emprende, Asociación de Jóvenes Empresarios y la Universidad de Málaga. Aunque muchos de estos organismos de soporte del ecosistema del emprendimiento tienen ámbito provincial la mayor parte de sus actividades o alcance se concentra en Málaga capital con lo que tampoco se podía extraer la información de los municipios menores de 20.000 habitantes con la suficiente precisión. La consulta directa a cada una de estas instituciones se ha combinado con el contacto con asociaciones de sectores específicos. Asimismo, los Grupos de Desarrollo Rural (GDRs) resultaron de apoyo para conocer de forma general el nivel de actividad empresarial por comarcas, aunque no contaban con la información por géneros. Por último, con la finalidad de tener una visión centrada en las mujeres se realizó una entrevista a AMUPEMA, asociación específicamente dirigida a Mujeres Empresarias. No obstante, es necesario admitir que en su base asociativa el mayor número de miembros pertenece a Málaga capital y municipios con mayor densidad de población.
- **Municipios menores de 20.000 habitantes.** Estos municipios eran objetivo prioritario del estudio por lo que se diseñó un proceso de

encuestación directa. Previamente, se trabajó en un ficha de recogida de información que se nutrió de fuentes secundarias para identificar la población censada en cada municipio, el porcentaje hombre-mujer y el número de empresas existentes (SIMA, del Instituto Andaluz de Cartografía y Estadística). Con esta información de partida, se contactó con 87 corporaciones locales de los 103 municipios totales, ya que se descartaban aquellos con una densidad de población superior a 20.000 habitantes. Generalmente, el área con competencias en economía y empleo era el contacto elegido para conocer la información sobre la actividad empresarial desagregada por géneros. No obstante, en muchas ocasiones, se remitía a la Concejalía de Igualdad o al área que tramitaba las licencias para que se facilitara esta información. No siempre la información era conocida por parte del equipo directivo o técnico del Ayuntamiento en cuestión por lo que se complementó la búsqueda de información identificando asociaciones empresariales, red Andalucía Emprende o asociaciones de mujeres en algunos municipios. Este método ha resultado positivo por dos razones fundamentales: el primero y más básico, no existía otra fórmula de obtener información pública tan específica a través de fuentes oficiales y, en segundo lugar, las llamadas o entrevistas con los responsables designados por cada ayuntamiento han ofrecido información cualitativa muy valiosa que complementa la descripción general del fenómeno del emprendimiento femenino.

El emprendimiento femenino a partir del ecosistema de apoyo al emprendedor en Málaga

En líneas generales, la representación hombre y mujer en el emprendimiento parece seguir un patrón muy similar al reflejado en GEM¹, 65% hombres y 35% mujeres (Tabla 1). En todo caso, conviene señalar que no todas las instituciones de apoyo al emprendimiento cuentan con datos desagregados y, cuando lo hacen, el nivel de detalle alcanza a la división de las atenciones realizadas por género. Otras variables como edad, nivel de estudios se hacen para el conjunto de los usuarios del servicio y no clasificando nuevamente por hombre y mujer. No obstante, conviene señalar que instituciones municipales como el IMFE junto con la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE) publican el Termómetro del Emprendedor en el que se ofrecen datos muy completos del fenómeno referidos a

¹ Tanto GEM a nivel internacional como nacional la distribución porcentual del emprendimiento hombre-mujer guarda proporciones similares.

Málaga capital. En el último informe disponible conviene destacar que la proporción de hombres y mujeres atendidos invierte el patrón habitual, representando el 65% las mujeres y el 35% los hombres. Por otro lado, el programa específico para mujeres de la Cámara de Comercio de Málaga ha sido muy interesante para observar el comportamiento diferenciado de este colectivo con un mayor nivel de detalle. En todo caso, en líneas generales tanto el perfil de edad, estudios y situación de partida no contradicen la información general proporcionada por otros organismos de apoyo al emprendimiento que no tienen líneas específicas de asesoramiento diferenciado para este colectivo.

Tabla 1. Datos desagregados por género en instituciones de apoyo al emprendimiento.

Institución	Hombre	Mujer
CADE	67%	33%
CÁMARA DE COMERCIO	-	100% ²
CEM	70%	30%
IMFE	41%	59%
PROMÁLAGA	60,27%	29,72%
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	70,64%	29,35%

Fuente: Elaboración propia

La actividad empresarial liderada por mujeres debe contemplar tanto el ejercicio como autónomas, como bajo el amparo de una sociedad. En el primer caso, los datos son fáciles de localizar desagregados por género recurriendo a organizaciones de representación de este colectivo, concretamente ATA. De las 111.600 personas dadas de alta en el régimen general de trabajadores autónomos en Málaga el 35,7% son mujeres. Las franjas de edad predominantes para hombres y mujeres son de 30 a 59, siendo superior la concentración de autónomos/as con edades comprendidas entre 40 y 49 años.

Si nos centramos en el análisis de las empresas activas en Málaga no encontramos ninguna fuente oficial que nos proporcione información desglosada de cuántas de las 119.512 empresas (INE, 2017) son lideradas por hombres y cuáles por mujeres. La carencia de datos no solo es una cuestión estadística sino que el abanico de posibilidades dificulta su presentación. En este sentido, para las sociedades unipersonales la identificación del género del promotor sería relativamente sencilla pero no lo es para sociedades donde hay un equipo al frente de la sociedad puesto que puede ser íntegramente compuesto por hombres, por mujeres o mixto. Como se ha señalado, ni siquiera el Registro Mercantil realiza una monitorización de esta información una vez las escrituras de constitución son depositadas. Adicionalmente, como resultado de la investigación realizada cabe reflexionar

² En el caso de la Cámara de Comercio se han consultado datos del programa de asesoramiento especializado a mujeres PAEM, de ahí que el 100% de las atenciones a usuarias con ideas de negocio o empresarias sea el 100%.

sobre en cuántas sociedades aparece un equipo promotor que no es quien asume la responsabilidad de dirección y gestión de la compañía una vez creada. En definitiva, la información no existe pero si existiese habría que tener en consideración todos estos matices. En base a lo anterior y, de aquí en adelante, consideraremos empresas femeninas:

- aquellas cuya promotora sea una mujer,
- en el equipo promotor haya mayoría de mujeres
- o incluso, habiendo una distribución hombre y mujer distinta en el equipo de dirección sea una mujer quien ostente el cargo de administradora de la sociedad.

En todo caso, para hacer una aproximación del porcentaje de empresas lideradas por hombre y por mujeres en Málaga se ha consultado a la asociación de mujeres empresarias más representativa, AMUPEMA así como la Confederación de Empresarios de Málaga. Si bien es cierto, que no todas las empresas operativas en la provincia pertenecen a sus organizaciones, su representatividad puede ser una muestra muy aproximada de la distribución hombre y mujer en el empresariado malagueño. En este sentido, las empresas lideradas por hombres superan el 80% mientras que las empresas femeninas no alcanzan el 20%. Como se verá más adelante, el análisis pormenorizado en los municipios menores de 20.000 habitantes nos permite reafirmar esta distribución porcentual.

La distribución de edad, nivel de estudios y actividad es muy similar en todas las instituciones consultadas. Para ambos casos, la edad para emprender es superior a 30, exceptuando la Universidad puesto que sus programas de apoyo al emprendimiento están dirigidos a la comunidad universitaria y los estudiantes y los recién egresados bajan la media de edad a 25 años.

Respecto al nivel de estudios hay una mayor disparidad por instituciones, así por ejemplo, en el caso de la Universidad la formación mayoritaria es estudios superiores tanto para hombre como para mujer, mientras que en otras instituciones la representatividad de niveles de estudios medios tiene mayor peso. En todo caso, aunque predominan los estudios superiores en el equipo promotor, curiosamente existe un porcentaje ligeramente superior de mujeres emprendedoras con estudios superiores que de hombres. Esta cuestión confirma la tendencia detectada en otros estudios a nivel internacional sobre la mayor cualificación respecto a la formación reglada en el caso de mujeres emprendedoras. Apoyados en la información suministrada por el Servicio de Empleabilidad y Emprendimiento de la Universidad de Málaga, las personas emprendedoras a las que atienden y apoyan tienen un nivel de estudios idéntico:

graduados/as o doctores/as pero si se advierte una mayor representación de empresas lideradas por hombres con titulaciones de ingeniería que de mujeres. De nuevo este patrón se ajusta a lo reflejado en estudios de ámbito superior como el GEM en el que se insiste que la promoción del emprendimiento femenino también debe propiciar el aumento de empresas lideradas por mujeres de las llamadas disciplinas STEM (Science, Technology, Engineer and Maths).

Si centramos nuestra atención en la distribución por sectores de actividad, existe una preferencia por parte del colectivo masculino a emprender negocios relacionados con Comercio, Hostelería y Restauración, Tecnologías y en menor medida, actividades relacionadas con la industria. En cualquier caso, se incluyen en el desagregado porque el peso relativo, aún siendo bajo, es superior al que representa en el caso de las mujeres. Las mujeres por su parte emprenden negocios principalmente en el sector servicios, destacando tanto servicios profesionales, mayoritariamente vinculados a la educación, la comunicación y el marketing y la salud, estética y belleza como el comercio. El turismo es también una de las actividades estrella para el emprendimiento femenino y, según subrayan las instituciones consultadas, en los últimos años se ha experimentado un crecimiento de emprendedoras que tienen la pretensión de iniciar una actividad vinculada al sector de las tecnologías e incluso con cierto componente industrial o de ingeniería. De nuevo, es necesario hacer una mención especial a la Universidad y a algunas de las incubadoras más específicas de Promálaga por el tipo de empresas constituidas bajo su amparo que reflejan de una manera especial la mayor penetración del público femenino en startup con una base tecnológica destacable o empresas intensivas en conocimiento.

Con el ánimo de llegar a un mayor nivel de detalle respecto a los sectores se consultó con asociaciones sectoriales como ASAJA, APOMA. Esta consulta específica respondió a dos motivaciones principales: la primera, el sector primario y el sector industrial no están tan tratados por las instituciones principales de apoyo al emprendimiento. Por otro lado, dado que el objetivo eran municipios menores de 20.000 habitantes se suponía el peso de la actividad agraria y ganadera y el rol de las mujeres en la misma. Respecto a ASAJA, se constata que de la base asociativa solo el 30% son mujeres con lo que el sector primario también está mayoritariamente representado por hombres. Por otro lado, se consideró interesante consultar a la Asociación de Polígonos y Parques Empresariales de Málaga (APOMA) dado que el tipo de actividad desarrollada en estos espacios suele ser más industrial, confirmándose nuevamente que no existen datos desagregados por género y que aunque en los últimos años se reconoce una mayor presencia femenina, el papel del hombre al frente de empresas en estos espacios es predominante.

No podemos obviar que los datos ofrecidos se refieren tanto personas emprendedoras como a empresas constituidas. Este matiz resulta importante porque no todas las consultas que las instituciones vinculadas al emprendimiento atienden terminan convirtiéndose en una realidad empresarial. Esta cuestión, nos ha llevado a identificar con una perspectiva de género más profunda el perfil de empresas constituidas vinculadas especialmente con dos instituciones: Confederación de Empresarios de Málaga y Universidad a partir del trabajo de Potters Román (2017) dado que este estudio sí contemplada variables como la situación de partida al iniciar la actividad empresarial.

A continuación se va a realizar una síntesis de las cuestiones más relevantes. Se puede afirmar que, en términos generales, los promotores de las empresas se sitúan en un rango de edad comprendido entre los 31 y 50 años de forma general pero parece que las mujeres son más jóvenes al emprender que los hombres.

Por otro lado, las empresas poseen una facturación anual de menos de 50.000 euros y cuentan con menos de 9 empleados. Aunque el número de empleados es extrapolable para ambos colectivos; la facturación anual se suele concentrar en intervalos más bajos para la mujer y más altos para el hombre. Una cuestión muy interesante se refiere a la forma jurídica elegida. Aunque, como se ha indicado la dimensión por número de trabajadores y facturación es muy similar, las mujeres optan en mayor medida por ejercer la actividad como persona física (67%), es decir autónomas. En el caso de los hombres ese porcentaje se reduce al 38%. En cuanto a tipo de sociedad preferida, ambos coinciden en la Sociedad Limitada como la más habitual. Le siguen, aunque con bastante distancia, las sociedades cooperativas como otra opción bastante habitual.

Tanto la situación de partida como la motivación para emprender son cuestiones muy relevantes para conocer el perfil diferenciando hombre y mujer. En ambos casos, la situación de partida es el desempleo. Coinciden en este aspecto la mayoría de los organismos de apoyo al emprendimiento. En el caso de las mujeres se encuentran en situación de desempleo en un porcentaje superior al 50% de los casos mientras que para los hombres asciende a más del 60%. Solo se desvían de esta línea los emprendedores vinculados con la Universidad y la Confederación de Empresarios de Málaga que estaban trabajando por cuenta ajena en torno al 37% de los casos.

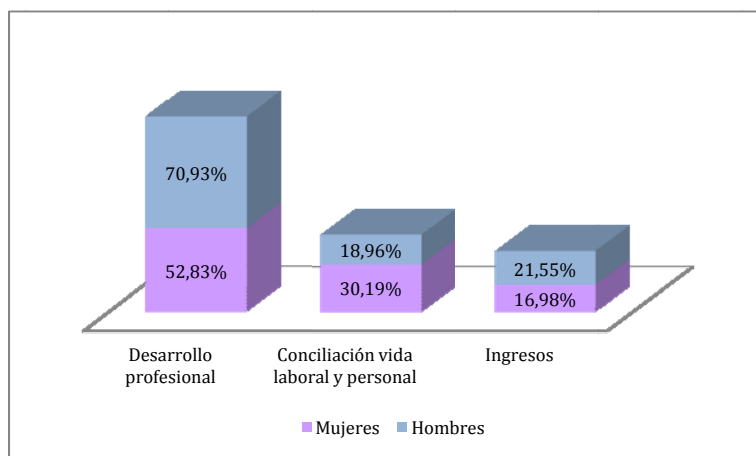
Respecto a las motivaciones que impulsan a emprender nos basamos en dos fuentes. En el trabajo de Potters Román (2017), la respuesta que presenta una mayor frecuencia es el “estímulo de nuevos retos”, seguida por la “independencia

laboral”, mientras que las “razones económicas” se sitúan en el último lugar a nivel general.

En cambio, si observamos los resultados por género, la principal motivación de la mujer es la “independencia laboral” que le proporciona la creación del negocio, y el hombre se fundamenta en el “estímulo por nuevos retos”. Se aprecia una gran distancia entre hombre y mujer en la opción de “independencia laboral”, y también, en las “razones económicas”.

Además, atendiendo a las razones, la falta de adaptación de las ofertas laborales disponibles al desarrollo profesional del individuo constituye una de las principales causas para crear un negocio por cuenta ajena (55’6%). Si comparamos las motivaciones para iniciar una actividad empresarial comprobamos diferencias significativas entre hombres y mujeres, tanto el peso como el orden de cada factor atiende a un patrón diferente (Figura 5).

Figura 5. Motivaciones a la hora de crear una empresa



Fuente: Elaboración propia a partir de Potters Román (2017)

Por su parte, el Termómetro Emprendedor más del 50% de los casos, en porcentajes casi idénticos para hombre y mujer, la motivación principal es “crear su propio puesto de trabajo”. La “oportunidad de negocio” es la segunda causa más señalada pero el peso relativo es mayor para el colectivo masculino, 27,8%; frente al 15,4% en el caso de las mujeres.

En ningún caso, ha sido posible encontrar información específica sobre las cargas familiares en el momento de emprender. Sin duda, esta cuestión podría ser interesante para la reflexión vinculada sobre una de la motivaciones más referidas

por mujeres, la conciliación. Iniciativas como “Las Emprendemadres”, que actualmente se han estructurado en una red internacional con representación en distintos países y divisiones territoriales más reducidas como autonomías y provincias en el caso de España, pueden dejarnos intuir el peso de esta cuestión.

Finalmente, gracias a la especial predisposición de ambos organismos (Universidad de Málaga y CEM) a suministrar información detallada a este respecto se recoge una tabla comparativa de porcentaje de empresas representadas por cada género (tabla 2).

Tabla 3. Porcentaje de empresas hombre y mujer.

Institución	Hombre	Mujer
CEM	82,9%	17,1%
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA ³	76,5%	23,5%

Fuente: Elaboración propia

³ Empresas creadas desde 2010 a 2017 en el marco del programa Spin-Off de la Universidad de Málaga.

El emprendimiento femenino en municipios menores de 20.000 habitantes

Tras esta primera radiografía del emprendimiento femenino en la provincia de Málaga de forma general, vamos a focalizar nuestra atención en **municipios menores de 20.000 habitantes**.

En la tabla 3 se recogen los pueblos objetivo del estudio con el total de población desagregada por género y el número de empresas totales que desarrollan su actividad en la zona.

Tabla 3. Densidad de población y empresas en municipios de menos de 20.000 habitantes

MUNICIPIO	AMBOS SEXOS	HOMBRES	MUJERES	EMPRESAS
Alameda	5390	2730	2660	274
Alcaucín	2272	1166	1106	111
Alfarnate	1135	584	551	47
Alfarnatejo	405	207	198	20
Algarrobo	6232	3136	3096	325
Algatocín	795	409	386	41
Almáchar	1835	945	890	56
Almargen	2046	1046	1000	148
Almogía	3786	1940	1846	137
Álora	12941	6528	6413	615
Alozaina	2030	1023	1007	88
Alpandeire	246	125	121	14
Árchez	428	215	213	21
Archidona	8499	4330	4169	494
Ardales	2507	1271	1236	136
Arenas	1205	627	578	39
Arriate	4114	2029	2085	223
Atajate	171	90	81	8
Benadalid	232	117	115	15
Benahavís	7342	3686	3656	499
Benalauría	456	241	215	21
Benamargosa	1558	802	756	66
Benamocarra	2999	1514	1485	115
Benaoján	1491	777	714	93
Benarrabá	493	248	245	20
Borge (El)	960	498	462	42
Burgo (El)	1871	950	921	77

Campillos	8511	4268	4243	548
Canillas de Aceituno	1710	908	802	85
Canillas de Albaida	773	387	386	37
Cañete la Real	1710	862	848	73
Carratraca	750	383	367	30
Cartajima	241	126	115	11
Casabermeja	3443	1818	1625	219
Casarabonela	2573	1363	1210	146
Casares	5795	2977	2818	293
Colmenar	3385	1743	1642	226
Comares	1348	730	618	49
Cómpeta	3705	1872	1833	241
Cortes de la Frontera	3277	1684	1593	140
Cuevas Bajas	1430	711	719	77
Cuevas de San Marcos	3776	1902	1874	186
Cuevas del Becerro	1618	798	820	84
Cútar	598	302	296	12
Faraján	265	131	134	10
Frigiliana	3039	1530	1509	247
Fuente de Piedra	2525	1300	1225	166
Gaucín	1620	847	773	111
Genalguacil	424	219	205	22
Guaro	2047	1041	1006	86
Humilladero	3311	1658	1653	174
Igualeja	793	407	386	26
Istán	1399	705	694	54
Iznate	874	448	426	31
Jimera de Líbar	409	212	197	15
Jubrique	634	320	314	28
Júzcar	228	131	97	13
Macharaviaya	461	248	213	15
Manilva	14750	7560	7190	917
Moclinejo	1217	634	583	36
Mollina	4913	2461	2452	317
Monda	2400	1221	1179	146
Montecorto	640	331	309	2
Montejaque	1011	497	514	56
Ojén	3385	1716	1669	194
Parauta	230	112	118	15
Periana	3149	1647	1502	151
Pizarra	9106	4608	4498	472

Pujerra	305	157	148	10
Riogordo	2812	1469	1343	141
Salares	181	93	88	8
Sayalonga	1628	841	787	64
Sedella	625	354	271	11
Serrato	503	253	250	2
Sierra de Yeguas	3370	1693	1677	191
Teba	3912	1973	1939	218
Tolox	2093	1054	1039	87
Torrox	15098	7708	7390	1008
Totalán	707	370	337	16
Valle de Abdalajís	2603	1320	1283	94
Villanueva de Algaidas	4325	2233	2092	241
Villanueva de la Concepción	3304	1610	1694	98
Villanueva de Tapia	1531	776	755	76
Villanueva del Rosario	3465	1692	1773	154
Villanueva del Trabuco	5313	2657	2656	329
Viñuela	2009	1035	974	86
Yunquera	2948	1506	1442	130

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SIMA

Se destaca de nuevo que la colaboración de los ayuntamientos de cada municipio, así como en casos puntuales la predisposición de las asociaciones de mujeres y empresarios de carácter general. Su participación ha resultado clave para paliar la falta de información oficial desagregada por géneros en estos municipios. En cualquier caso, pese a la predisposición de los municipios no siempre era factible obtener la información. Finalmente, el diagnóstico del emprendimiento femenino se formula en base a la información del 60% del total de los municipios de 20.000 habitantes. Esta cuestión ha motivado que se trate la información atendiendo a la delimitación territorial de 8 comarcas en las que se divide la provincia de Málaga. En la figura 6 quedan reflejadas tanto las comarcas como los 52 municipios de los que se ha extraído información. Por su parte, la tabla 4 detalla el porcentaje del total de los municipios que integra cada comarca en los que se basan los resultados.

Figura 6. Comarcas y municipios participantes en el diagnóstico



Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Representación de municipios incluidos en el estudio sobre el total de la comarca

Comarca	Total Municipios	% de municipios representados en estudio
SIERRA DE LAS NIEVES	9	56%
RONDA	21	67%
COSTA DEL SOL OCCIDENTAL	3	100%
ANTEQUERA	6	83%
GUADALHORCE	4	75%
GUADALTEBA	9	56%
NORORMA	7	71%
AXARQUÍA	28	46%

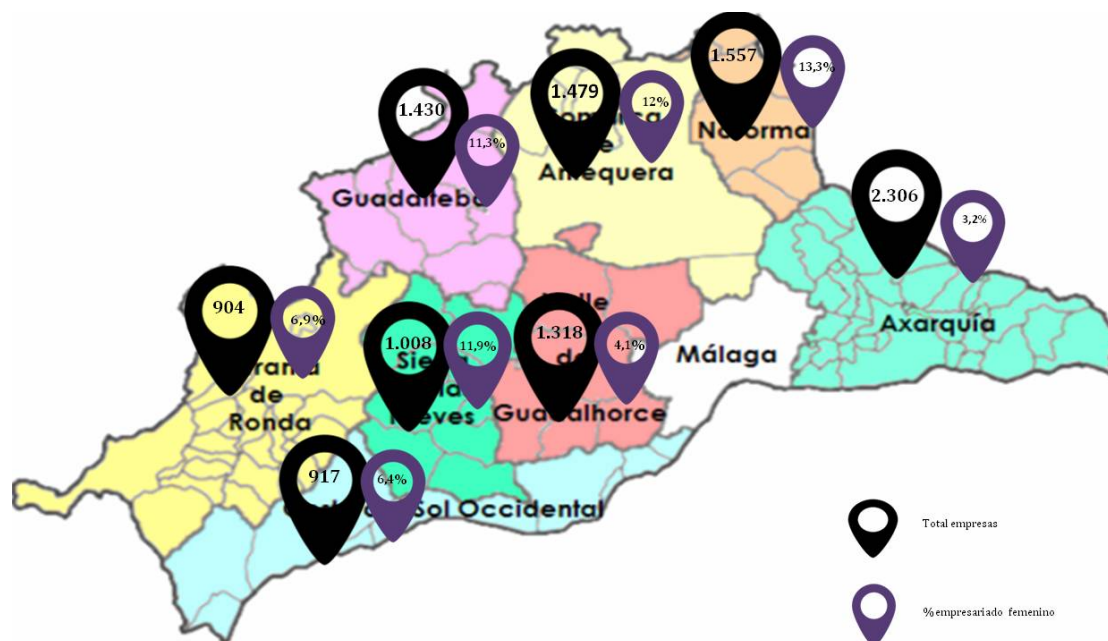
Fuente: Elaboración propia

Es importante precisar que la información proporcionada se deriva de un cómputo general de negocios dirigidos por mujeres o, en su defecto, de la identificación de las licencias solicitadas y concedidas a mujeres en los municipios en 2017.

Como cabe imaginar, esta segunda opción conforma el peor escenario para la generalización de datos puesto que la proporción de mujeres está limitada en un marco temporal muy específico y no es extrapolable sobre el total de la actividad económica del conjunto del municipio. En todo caso, solo hay 5 municipios de la provincia que ha proporcionado los datos de este modo y en todos ellos, se ha comprobado que la proporción de licencias solicitadas por mujeres representa un ratio muy diferente. Mientras que en algunos municipios apenas alcanza el 20%, en otros, entre los que destacan los municipios de Benahavís y Manilva se han tramitado prácticamente el mismo número de licencias para negocios regentados por hombres que por mujeres. Curiosamente, en otros ayuntamientos en los que inicialmente se facilitó el dato sobre las licencias se comprobó que apenas llegaba a un 5% del total de las licencias del municipio. En principio, esta información nos invita a suponer que el peso del empresariado femenino sobre el total de los negocios será muy similar, no obstante, se descarta este planteamiento a la vista de que el porcentaje medio sobre el total de los negocios no sigue un patrón regular. No es fácil discernir si se trata de un repunte de la actividad empresarial femenina en los últimos años o es un dato coyuntural que afecta a 2017 desviándose de la tendencia media en el municipio de empresas masculinas y femeninas.

De forma general, sobre el total de las empresas contabilizadas en municipios menores de 20.000 habitantes el peso de la mujer como empresaria es bajo. A continuación se presenta la información sobre la densidad de empresarial y el peso del empresariado femenino agrupada por comarcas (figura 7).

Figura 7. Densidad de población por comarcas y empresas desagregada hombre y mujer



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SIMA y fuentes primarias

A la vista de los resultados, las comarcas con un nivel de emprendimiento femenino más elevado son en orden decreciente: la comarca de Nororma, Antequera, Guadalteba y Sierra de las Nieves.

A continuación en la tabla 5 se recoge el porcentaje de empresariado femenino en cada uno de los municipios participantes en el diagnóstico⁴.

Tabla 5. Representación del empresariado femenino por municipio

Comarca	Municipio	Empresas	Empresas mujer	%Femenino
COMARCA ANTEQUERA	Alameda	274	4	1,46 **
	Casabermeja	219	25	11,42
	Fuente de Piedra	166	25	15,06
	Humilladero	174	31	17,82
	Mollina	317	93	29,34
	Villanueva de la Concepción	98	Sin información disponible	

⁴ Es importante señalar que los municipios con un asterisco, la información facilitada es únicamente sobre las licencias solicitadas y concedidas a mujeres en la anualidad 2017. Previamente se hizo un apunte metodológico a este respecto para evitar que suponga un sesgo en la interpretación de resultados.

Asimismo, se incluyen los municipios de los que no se ha obtenido información alguna desagregada sobre los negocios del municipio. En términos generales, se ha subrayado la predisposición de los Ayuntamientos pero no siempre los múltiples contactos realizados han tenido como resultado un dato concreto o la identificación de una persona dentro de la corporación local que pudiera contribuir a contar una fotografía exacta del emprendimiento femenino en los municipios menores de 20.000 habitantes de la provincia de Málaga.

COMARCA AXARQUÍA	Alcaucín	111	9	8,11	
	Alfarnate	47	Sin información disponible		
	Alfarnatejo	20	4	20,00	
	Algarrobo	325	Sin información disponible		
	Almáchar	56	Sin información disponible		
	Árchez	21	Sin información disponible		
	Arenas	39	Sin información disponible		
	Benamargosa	66	Sin información disponible		
	Benamocarra	115	Sin información disponible		
	Borge (El)	42	Sin información disponible		
	Canillas de Aceituno	85	Sin información disponible		
	Canillas de Albaida	37	Sin información disponible		
	Colmenar	226	Sin información disponible		
	Comares	49	Sin información disponible		
	Cómpeta	241	5	2,07	**
	Cútar	12	2	16,67	
	Frigiliana	247	39	15,79	
	Iznate	31	5	16,13	
	Macharaviaya	15	2	13,33	
	Moclinejo	36	4	11,11	
	Periana	151	11	7,28	
	Riogordo	141	Sin información disponible		
	Salares	8	2	25,00	
	Sayalonga	64	15	23,44	
	Sedella	11	3	27,27	
	Torrox	1008	Sin información disponible		
Totalán	16	4	25,00		
Viñuela	86	Sin información disponible			
COMARCA COSTA DEL SOL OCCIDENTAL	Benahavís	499	8	1,60	**
	Casares	293	25	8,53	
	Manilva	917	26	2,84	**

COMARCA DE GUADALHORCE	Almogía	137	14	10,22
	Álora	615	11	1,79
	Pizarra	472	Sin información disponible	
	Valle de Abdalajís	94	29	30,85
COMARCA DE GUADALTEBA	Almargen	148	Sin información disponible	
	Ardales	136	14	10,29
	Campillos	548	53	9,67
	Cañete la Real	73	19	26,03
	Carratraca	30	Sin información disponible	
	Cuevas del Becerro	84	23	27,38
	Serrato	2	Sin información disponible	
	Sierra de Yeguas	191	Sin información disponible	
	Teba	218	53	24,31
COMARCA NORORMA	Archidona	494	62	12,55
	Cuevas Bajas	77	Sin información disponible	
	Cuevas de San Marcos	186	8	4,30
	Villanueva de Algaidas	241	30	12,45
	Villanueva de Tapia	76	Sin información disponible	
	Villanueva del Rosario	154	56	36,36
	Villanueva del Trabuco	329	51	15,50
COMARCA RONDA	Algatocín	41	8	19,51
	Alpandeire	14	3	21,43
	Arriate	223	Sin información disponible	
	Atajate	8	2	25,00
	Benadalid	15	2	13,33
	Benalauría	21	Sin información disponible	
	Benaoján	93	Sin información disponible	
	Benarrabá	20	3	15,00
	Cartajima	11	6	54,55
	Cortes de la Frontera	140	Sin información disponible	
	Faraján	10	3	30,00
	Gaucín	111	Sin información disponible	
	Genalguacil	22	6	27,27
	Igualeja	26	5	19,23

**

	Jimera de Líbar	15	3	20,00
	Jubrique	28	9	32,14
	Júzcar	13	4	30,77
	Montecorto	12	5	41,67
	Montejaque	56	Sin información disponible	
	Parauta	15	Sin información disponible	
	Pujerra	10	3	30,00
COMARCA SIERRA DE LAS NIEVES	Alozaina	88	Sin información disponible	
	Burgo (El)	77	26	33,77
	Casarabonela	146	Sin información disponible	
	Guaro	86	15	17,44
	Istán	54	Sin información disponible	
	Monda	146	14	9,59
	Ojén	194	Sin información disponible	
	Tolox	87	13	14,94
	Yunquera	130	52	40,00

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SIMA y fuentes primarias

Respecto al ratio de emprendimiento femenino por municipios es complejo extraer conclusiones generalizadas. Así, por ejemplo, hay municipios donde solo hay dos negocios regentados por mujeres, en cambio su representatividad sobre el total de empresas es superior a municipios donde encontramos un número más elevado de empresarias pero su peso queda diluido respecto a la densidad empresarial. En todo caso, analizando los datos de forma global la media de empresas femeninas se encuentra en el 12%. El porcentaje sobre el empresariado más habitual está entre el 10 y 20%. No obstante, merece destacarse que 7 municipios cuya distribución se parece más a lo identificado en los estudios GEM, 30% mujeres y 70% hombres. Dos municipios superan el 40% presentando una distribución casi paritaria y, por último, un único municipio presenta una representación empresarial a favor de las mujeres con un porcentaje del 54%.

Llegado a este punto cabe preguntarse si la distribución desagregada por género de la población podría ser la explicación. Este planteamiento no se sostiene dado que la distribución de la población hombre y mujer es casi idéntica, aunque se evidencia una ligera diferencia a favor de la población masculina en los municipios objetivo. Como cabía de esperar el ratio de empresas guarda cierta proporción a la

dimensión y población del municipio. Las poblaciones con mayor índice de empresas son de mayor a menor: Manilva, Álora, Campillos, Benahavís y Archidona.

Como ya se apuntaba anteriormente, las comarcas con mayor representación empresarial femenina son: Nororma, Antequera, Guadalteba y Sierra de las Nieves. Si centramos la atención en los municipios encontramos que aquellos con un mayor número de empresas femeninas son: Mollina, Archidona, Villanueva del Trabuco, Campillos, Teba y Yunquera. En cambio, si establecemos un orden de mayor a menor por el ratio de mujeres sobre el total de empresas del municipio encabeza la lista Cartajima, seguida de Montecorto, Yunquera y Villanueva del Rosario.

En todo caso, es necesario comentar que la identificación de empresas lideradas por mujeres en los municipios menores de 20.000 habitantes no solo se hizo más compleja por la inexistencia de fuentes de datos estadísticos oficiales desagregados sino porque tanto las corporaciones locales como las asociaciones empresariales reconocían ciertas cuestiones dignas de comentar para entender la complejidad del fenómeno en lo que a género se refiere. A continuación se relacionan las más relevantes:

- En algunas ocasiones, cuando se trata de matrimonios la empresa figura a nombre de uno de los cónyuges sin coincidir la titularidad de la sociedad con la persona que ejerce las labores de dirección y administración de la misma. Encontramos tanto casos en los que la sociedad se registra a nombre de la mujer, justificando la decisión la posibilidad de acceder a subvenciones o asesoramiento de apoyo adicional para la puesta en marcha como casos en los que el hombre aparece como representante de la compañía por una cuestión de “operativa/imagen social” pero es la mujer quien asume las competencias de dirección. Para este segundo grupo de empresas lideradas por mujeres conviene destacar las de tradición familiar. Se trata de empresas cuya tercera o cuarta generación ya solo puede recaer en una mujer pero la compañía sigue figurando a nombre del gerente antecesor aunque a todas luces la impronta femenina ya se ha dejado notar y hace posible que la saga continúe en los diferentes municipios.
- Muchas actividades económicas desarrolladas por mujeres en ocasiones no se encuentran en una situación no legalizada, es decir, se ejerce la actividad informalmente sin las coberturas y estructuras legales preceptivas. En este

sentido, hay actividades, especialmente en el ámbito turístico, que no siempre facilitan que puedan registrarse y monitorizarse oficialmente.

- La especial condición de la actividad agraria a través del sistema especial de trabajadores agrarios por cuenta propia no parece quedar reflejada en las estadísticas obtenidas. Según la información cualitativa extraída, las mujeres suelen participar de forma activa en las labores agrícolas sin que necesariamente figuren como representantes directas puesto que se trata de terrenos propios que se explotan por parte de la familia en su conjunto. Esta cuestión se verá reflejada en la distribución de sectores de las empresas femeninas de la provincia de Málaga.

La información cualitativa extraída de las entrevistas realizadas pone de manifiesto que existe un nivel superior de implicación de la mujer en la economía sin que en algunos casos esté reconocida directamente en la documentación oficial del negocio como titular. Adicionalmente, conviene señalar que los distintos municipios consultados constatan que en los últimos años se observa un incremento de licencias solicitadas por mujeres así como hay una generación femenina que empieza a hacerse al frente de empresas familiares de distinta índole en distintos puntos de la provincia de Málaga.

Antes de entrar en el detalle de los sectores de actividad, dimensión de la empresa medida por número de trabajadores, tipo de sociedad y grado de internacionalización vamos a comentar el perfil de las empresarias. La caracterización de la empresaria tipo de los municipios objetivo no es el resultado de un análisis estadístico sino que se deriva de la información cualitativa ofrecida por los agentes contactados.

La media de edad es mayor de 35 años y en la mayoría de los casos se trata de mujeres casadas con cargas familiares, puntualmente se añade al cuidado de los hijos la atención a algún familiar de edad avanzada.

La información respecto al nivel de estudios es bastante difusa. Si bien es cierto que las fuentes consultadas coinciden en que se aprecia una mayor formación en todos los empresarios del municipio, independientemente de que sea hombre o mujer, no tienen el conocimiento preciso de cuántas empresarias tienen estudios superiores o medios y menos del área de conocimiento de esa especialización. Las asociaciones empresariales, generalistas o específicas para mujeres, reconocen que el nivel de participación en actividades de formación dirigidas a empresarios ha

ido creciendo en los últimos años pero que es complejo aglutinar un número alto de participantes en estas actividades porque, en su mayoría, se trata de empresas del sector comercio o hostelería y restauración y los horarios no favorecen demasiado su implicación en acciones de este tipo.

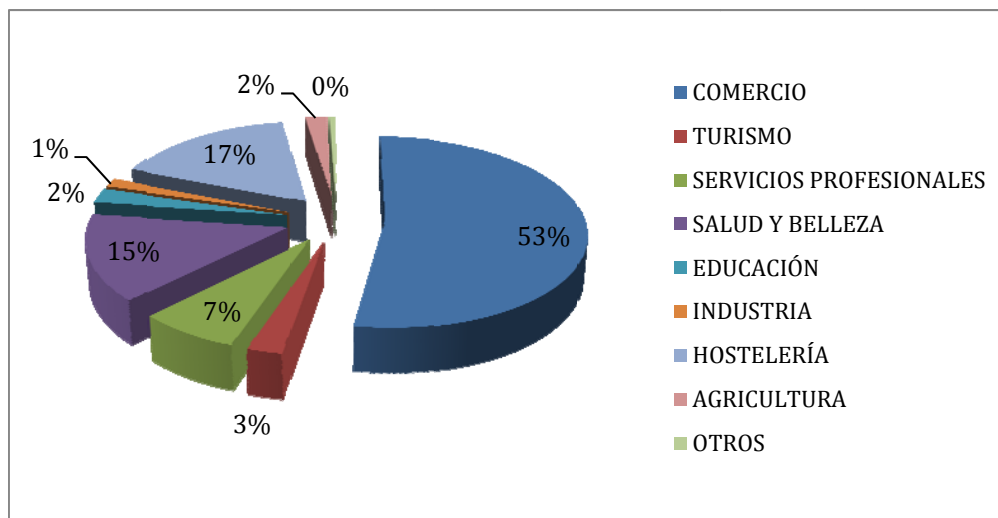
Siguiendo el patrón identificado en el GEM en todos sus ámbitos de influencia (internacional, nacional y autonómico) y la información de las instituciones de apoyo al emprendimiento en la provincia la dimensión de las empresas tanto lideradas por hombres como por mujeres en los municipios menores de 20.000 habitantes es reducida. Lo más habitual son empresas de menos de 10 trabajadores, encontrando casos aislados dignos de mencionar en el sector turístico e industrial, especialmente empresas agroalimentarias, en zonas de la Axarquía, Ronda, comarca de Antequera o Guadalteba.

Conviene destacar que las mujeres empresarias han subrayado su especial motivación por generar empleo y apoyar la economía de su municipio con su actividad empresarial.

Si hacemos un análisis por comarcas comprobamos no solo que las empresas femeninas son fieles a los sectores más representativos de cada zona sino que no se desvían de la dinámica relativa a la actividad empresarial generalmente promovida por mujeres en otros ámbitos geográficos de mayor dimensión: sector servicios destacando comercio; hostelería; salud y belleza y en menor proporción servicios profesionales y turismo.

A grandes rasgos se repite el patrón habitual que concentra a las mujeres en el sector servicios. El especial peso de la figura femenina en este sector ha motivado una división más específica dentro del mismo, contemplándose: comercio, turismo, hostelería, servicios profesionales y educación. En la figura 8 pueden observarse el detalle de la distribución porcentual de cada actividad.

Figura 8. Sector de actividad de empresas femeninas en municipios de menos de 20.000 habitantes



Fuente: Elaboración propia

En base a esta primera radiografía sobre los sectores de actividad conviene hacer las siguientes matizaciones.

La actividad del comercio aglutina todo tipo de comercios, especialmente minorista pero destaca el peso especial de puntos de venta relacionados con la alimentación y la moda gerenciados por mujeres. Del total de comercios contabilizados solo han destacado por su especial caracterización una tienda de material de construcción y tres ferreterías.

En cuanto a los servicios profesionales, es interesante detenerse en la heterogeneidad de servicios ofertados por las mujeres en estos municipios desde servicios inmobiliarios y gestorías a estudios de arquitectura o abogadas. En contraposición, hay que subrayar que el número de empresas tecnológicas creadas por mujeres en municipios de menos de 20.000 habitantes no tiene apenas peso, solo se ha localizado una empresa de desarrollo de páginas web y de asesoramiento y gestión de estrategias de marketing digital.

Por su parte, el peso de las empresas femeninas dedicadas a salud y belleza es muy destacable. Reconociendo la especial presencia de peluquerías o centros de estética la inclusión de mujeres en la puesta en marcha de negocios de salud como clínicas dentales, de fisioterapia, gabinetes de psicología, centros veterinarios así como centros deportivos como gimnasios... resulta digno de mención.

Como se ha adelantado, los negocios de hostelería en todas las comarcas ostentan la segunda posición sobre las actividades económicas preferidas por las mujeres en municipios de menos de 20.000 habitantes de la provincia. No obstante, conviene hacer una apreciación derivada de la información cualitativa extraída. El peso de las mujeres en este ámbito es muy superior al que reflejan las cifras oficiales puesto que existen un número elevado de negocios con la titularidad de un hombre que son dirigidos y/o “trabajados” por mujeres.

Por su complementariedad con la actividad anterior, el turismo también concentra el interés de las mujeres para desarrollarse como empresarias en los distintos municipios de la provincia. En general, se trata de pequeños establecimientos hoteleros. No obstante, el número total de negocios turísticos de mujeres no es tan elevado como cabría esperar. De nuevo recurriendo a la información facilitada se desprende que existe un número mayor de establecimientos o alojamientos rurales de “carácter informal” que son gestionados por mujeres.

Para cerrar el capítulo servicios, se ha considerado oportuno resaltar el número de empresas femeninas dedicadas a la educación. Si bien es cierto que los jardines de infancia destacan encontramos otro tipo de negocios vinculados con la enseñanza de idiomas, academias, entre otros.

Por último, aunque el porcentaje sobre el total no ocupa las primeras posiciones, la representación de la mujer en el sector industrial merece ser comentado. Prácticamente la totalidad de empresas femeninas identificadas en este ámbito están relacionadas con la agroalimentación, se incluye como excepción una carpintería metálica en la que se fabrican estructuras para el sector de la construcción.

Por último, respecto a la caracterización de las empresas, se ha intentado indagar sobre el grado de internacionalización de las empresas femeninas llegando a una conclusión clara, depende más del sector de actividad que del género predominante en el equipo de dirección. Así, empresas agroalimentarias, independientemente de pertenecer a un hombre o una mujer suelen tener una orientación más clara a la internacionalización que empresas del sector de la restauración u otros servicios. En líneas generales, el nivel de internacionalización de las empresas en los municipios de la provincia de Málaga de menos de 20.000 habitantes no es muy destacado, cuestión que tampoco sorprende si lo comparamos con el grado de internacionalización del sector productivo en Málaga e incluso en Andalucía.

En otro orden de cuestiones, conviene resaltar algunas de las apreciaciones realizadas durante el desarrollo del estudio por parte de las corporaciones locales y asociaciones, especialmente las de mujeres. En primer lugar, los primeros sorprendidos respecto a la falta de control diferenciado por género de los negocios del municipio eran los propios ayuntamientos. En algunos casos, al tratarse de poblaciones de reducidas dimensiones existía un conocimiento informal que, tras unos días para ordenar los datos y realizar un recuento exhaustivo eran devueltos con un nivel de detalle muy positivo. En otros casos, recurrir al recuento de licencias solicitadas en el municipio se consideraba, por parte del ayuntamiento, la fuente más fiable.

Respecto a la percepción del emprendimiento femenino en todos los municipios participantes en el estudio destaca el consenso sobre la importancia del papel de la mujer, aún siendo su representación muy inferior en comparación con los negocios dirigidos por hombres. Asimismo, se reconocía un papel oculto o a “la sombra” en algunos negocios cuya titularidad recaía en un hombre pero la aportación de la figura femenina era considerada clave para el éxito del negocio. Por su parte, las asociaciones de mujeres consultadas coincidían en no sentirse “discriminadas” por su condición de mujer en ningún caso. Si bien es cierto, que admitían que por alguna razón “no escrita” en los negocios dirigidos por mujeres se seguían repitiendo los patrones hombre-mujer, así las actividades de comercio, restauración y servicios solían ser las mayoritariamente representadas por mujeres. No obstante, se ha evidenciado una representatividad en ascenso de servicios profesionales especializados y una participación en la industria digna de mención.

En línea con lo anterior, es necesario reconocer que un número elevado de las corporaciones locales consultadas contaban con una concejal de igualdad, lo que cuanto menos, demuestra una sensibilidad especial y el reconocimiento de la necesidad de incluir la perspectiva de género en las políticas y acciones puestas en marcha por los ayuntamientos.

Por último, conviene destacar el orgullo mostrado por ciertos municipios ante la existencia de negocios exitosos liderados por mujeres. En algunos casos, se resaltaba su capacidad para generar empleo y en otros porque eran un reclamo económico para otras actividades complementarias o incluso para dar a conocer el pueblo o atraer turistas.

Conclusiones y recomendaciones

A modo de conclusión podemos poner de relieve que si bien el número de empresas lideradas por mujeres en municipios menores de 20.000 habitantes es sustancialmente inferior al representado por el colectivo masculino (entre el 10 y el 20%). No existen apenas estudios cuantitativos a este respecto ni en el ámbito nacional ni internacional. En algunos casos se encuentran análisis sociológicos o históricos de la contribución de la mujer en entornos rurales pero no dan respuesta al objetivo principal de este diagnóstico: identificar y dar visibilidad al fenómeno del emprendimiento femenino partiendo del análisis de la realidad en los municipios de menos de 20.000 habitantes.

En términos comparativos la mujer se mantiene en un segundo plano pero su contribución sobre la economía es relevante en toda la provincia de Málaga. Esta cuestión no solo queda constatada con las cifras expuestas sino con las apreciaciones realizadas por las corporaciones locales y las asociaciones que coinciden en admitir que la participación de la mujer es muy positiva a todos los efectos para el municipio y las comarcas. Señalan que la actividad emprendedora femenina ha venido experimentando una mejora sustancial y una evolución ascendente. No obstante, los resultados de la investigación ponen de manifiesto que detrás de una participación femenina moderada se esconde un enorme potencial de cara al futuro desarrollo económico. Este discreto nivel de emprendimiento femenino presenta algunos aspectos diferenciales con el masculino que son dignos de resaltar y que están relacionados con la naturaleza de las iniciativas. Sin embargo, no podemos concluir que las empresas lideradas por mujeres tengan un menor potencial de creación de empleo o un menor nivel de internacionalización en las distintas comarcas. Sería necesario un análisis exhaustivo más profundo para poder realizar esta afirmación con base estadística.

El diagnóstico del emprendimiento femenino 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 contribución. Emprender 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 habrían que reducir. Entre las acciones pueden señalarse aquellas que reconozcan el potencial de la innovación económica y social de los modelos de negocio dirigidos por mujeres. 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.

El desarrollo de programas que aumenten la diversificación y la presencia de sectores con más valor añadido, orientación internacional y tecnológica es otra área de trabajo relevante para la administración con competencias en la materia. 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. 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

El interés por fomentar la diversificación sectorial 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.

En el contexto del emprendimiento femenino se subrayó la vinculación del emprendimiento femenino con la innovación y la acción social. En el diagnóstico realizado las iniciativas desarrolladas por mujeres no han destacado en un primer nivel de aproximación por este enfoque. No obstante, sabiendo que suele ser un efecto derivado de la propia actividad emprendedora en mujeres sería recomendable trabajar en líneas de potenciación en este sentido entre las empresas lideradas por mujeres en la provincia.

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. En la parte introductoria de este trabajo se puso de relieve que numerosos

trabajos evidencian que un porcentaje superior al 70% de mujeres que ponen en marcha un negocio subrayan que el conocimiento de otra mujer que lo hubiera hecho, alentó su decisión. Esto demuestra que 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.

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.

Para finalizar la inexistencia de información y coordinación entre organismos o áreas con competencias en economía y mujer deberían ser impulsados. 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 básico para poder definir acciones y programas efectivos. 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 pero no el acompañamiento y apoyo para el crecimiento y consolidación de las empresas, mucho menos con una perspectiva de género específica. Así, se propone como un reto motivador que podría ponerse en marcha con la colaboración pública-privada en las distintas comarcas.

Este diagnóstico ha pretendido ofrecer una visión general del emprendimiento y la mujer, contribuyendo a un reto que aún a día de hoy sigue pendiente de resolverse con información exhaustiva, rigurosa y de calidad en los diferentes ámbitos. En

definitiva, el análisis continuado de la evolución del fenómeno del emprendimiento femenino en la provincia de Málaga y, en particular en los municipios de menos de 20.000 habitantes debe convertirse en un arma estratégica para la toma de decisiones. Esta información adquiere un papel relevante para el diseño y ejecución de futuras políticas.

Fuentes consultadas

BIBLIOGRAFÍA

- Adecco (2016). *El mercado de trabajo*, Adecco, Madrid.
- Banco Europeo (2015). Informe Anual. European Central Bank, Fráncfort del Meno.
- Banco Mundial (2017). *Global Findex del GBM*, World Bank Group, Washington.
- CC.OO. (2016). “El 30% de los hogares españoles dependen de las pensiones”, 30/09/2016 en http://www.ccoo.es/noticia:207449--%E2%80%9CEl_30_de_los_hogares_espanoles_dependen_de_las_pensiones%E2%80%9D
- Comisión Europea (2016). *Informe de Eurydice Educación para el Emprendimiento*, Comisión Europea, Bruselas.
- Comisión Nacional del Mercado de Valores (2016). *Informe anual de gobierno corporativo de las compañías del IBEX-35*, CNMW, Madrid.
- Eurostat (2017) “Only 1 manager out of 3 in the EU is a woman... .. earning on average almost a quarter less than a man”, Nota de prensa 8 March 2017: International Women’s Day. Disponible en <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/796990/3-06032017-AP-EN.pdf/ba0b2ea3-f9ee-4561-8bb8-e6c803c24081>
- Eurostat (2017). *Autónomos*. Eurostat.
- Eurostat (2017). *El mercado de trabajo*. Eurostat.
- Fondo Monetario Internacional (2013). *Las mujeres, el trabajo y la economía: beneficios macroeconómicos de la equidad de género*, FMI, Washintong, EE.UU.
- Foro Económico Mundial (2017). *Índice Global de Brecha de Género de 2017. brecha salarial*, World Economic Forum, Colonia/ Génova.
- GEM (2016). *Special Report: Women’s Entrepreneurship*, GEM.
- GEM (2017). *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.
- Goldam Sachs Women Initiative disponible en www.goldmansachs.com/citizenship/10000women

- <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/index2.htm>
- IMFE y AJE (2017). *El termómetro del emprendedor Málaga Capital*, Ayuntamiento de Málaga, Málaga.
- INE (2017). Encuesta de Población Activa (EPA), INE, Madrid.
- INE (2017). Hombres y Mujeres en España, INE, Madrid.
- Informa D&B (2017). *Presencia de las mujeres en la empresa española*, Informa D&B, Madrid.
- Ley Orgánica para la Igualdad efectiva de hombres y mujeres, 2007 en <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-6115>.
- Navarro, J. R. y Martínez, A. C. (2012). “Mujer y desafío emprendedor en España. Características y determinantes”, *Economía industrial*, 383, 13-22.
- OCDE (2012). *Gender Equality in Education, Employment and Entrepreneurship*. Disponible en www.OCDE.org/gender.
- OECD (2012). *Closing the Gender Gap ACT NOW*, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264179370-en>
- ONU (2014). *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing*, UN Women. Disponible en www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20S.pdf
- ONU MUJER (2017). *Informe Anual Mujer 2016-2017*, Nueva York.
- Peterson Institute for International Economics (2016). *Is Gender Diversity Profitable? Evidence from a Global Survey*, Peterson Institute for International Economics, Washington.
- Potters Román, S. (2017). “Claves del Emprendimiento desde una perspectiva de Género”, *Trabajo de Fin de Grado*, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Málaga⁵.
- Spain Startup (2017). *El mapa del emprendimiento en España*, South Summit, Madrid.
- Telefónica (2017). *Informe Telefónica Open Future*. Telefónica, Madrid.
- Women Business Council (2015). *Maximising women’s contribution to future economic growth*, Government Equalities Office, UK. Disponible en womensbusinesscouncil.dcms.gov.uk

⁵ Tutores del TFG: Patricia P. Iglesias Sánchez y Daniel Salobreña Lucena. Trabajo de fin de grado, recientemente concluido y premiado por Diputación como el mejor trabajo de emprendimiento y género de la Facultad de Económicas.

INSTITUCIONES CONSULTADAS

- AMUPEMA
- APOMA
- ASAJA
- ATA
- 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
- 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
- Cámara Oficial de Comercio, Industria, Turismo y Navegación de Málaga
- Confederación de Empresarios de Málaga
- IMFE
- Promálaga
- Red Andalucía Emprende
- Seguridad Social Málaga
- Registro Mercantil Málaga
- Universidad de Málaga, Servicio de Empleabilidad y Emprendimiento

WEB

- www.ata.es
- www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer
- <http://www.gemconsortium.org/>
- <http://www.gem-spain.com>
- <https://www.juntadeandalucia.es/institutoestadisticaycartografia/sima/index2.htm>

DIAGNÓSTICO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA

2018

