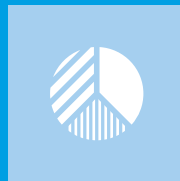
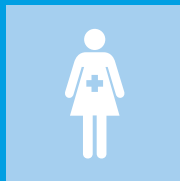


2014

INFORME SOBRE EL IMPACTO DE LOS MICROCRÉDITOS



Informe sobre

**EL IMPACTO
DE LOS
MICROCRÉDITOS
2014**

Informe sobre
**EL IMPACTO DE LOS
MICROCRÉDITOS 2014**

Presentación **04**

1

**Introducción: presentación del estudio
y de la metodología aplicada** **06**

2

**MicroBank, el banco social
de "la Caixa"** **08**

3

Mujeres y emprendimiento **12**

4

Principales resultados del estudio 20

- 4.1. Perfil del microempresario 20
- 4.2. Características de los negocios impulsados con los microcréditos 30
- 4.3. Funcionamiento de los negocios 37
- 4.4. Impacto económico y social de los microcréditos 40

5

Conclusiones 46

- 5.1. El microemprendedor y las empresas creadas bajo el impulso de MicroBank. Breve descripción 46
- 5.2. El impacto del microcrédito 51
- 5.3. El microcrédito y las mujeres emprendedoras 53

6

Bibliografía 56

7

Anexos 57

- 7.1. Cuestionario utilizado 57
-

Presentación

Nos es grato presentarles una nueva edición de nuestro informe anual sobre el impacto de los microcréditos. Al tratarse de la quinta edición de este informe, nos permite comparar los datos actuales con los datos obtenidos en informes pasados y extraer conclusiones sobre la evolución del trabajo que lleva a cabo MicroBank, un modelo de banca social líder en microfinanzas en España, y un referente en Europa.

Cabe destacar que el 2014 ha sido el año de mayor crecimiento desde que MicroBank inició su actividad. Los microcréditos concedidos han aumentado un 48% respecto al año anterior mientras que los microcréditos en cartera han crecido un 35%. Dentro de este contexto de fuerte expansión de la actividad, la evolución de la financiación a emprendedores y microempresas, desde 2009, ha registrado un crecimiento medio anual del 35%.

Si en el pasado informe nos centramos en el valor y necesidad del apoyo financiero a los emprendedores menores de 35 años para potenciar la reactivación del empleo y avanzar de manera más firme hacia la recuperación, este año nuestro foco temático se sitúa en las mujeres, que en España constituyen el 40% de los emprendedores.

Consciente de la importancia del papel de la mujer en la puesta en marcha de iniciativas empresariales, MicroBank ha llevado a cabo diferentes iniciativas para apoyar los proyectos de mujeres emprendedoras. Una de ellas es el acuerdo de colaboración con la Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad para financiar proyectos de mujeres emprendedoras con el objetivo de fomentar la actividad productiva y la creación de empleo. Desde el inicio del programa, MicroBank ha financiado 694 proyectos de negocio presentados en el marco de este convenio por un importe total de 10,5 millones de euros.

La metodología seguida para la elaboración de este informe es la misma que se ha utilizado en ediciones anteriores, por lo que se ha tomado una muestra aleatoria de microemprendedores a quienes se ha realizado una encuesta telefónica. De esta manera, se pretende ofrecer una visión de cómo han afectado los microcréditos a la muestra seleccionada para realizar la encuesta, a la vez que el análisis también permite conocer otros aspectos como el perfil de los emprendedores y otras cuestiones relativas al funcionamiento de los negocios impulsados con el microcrédito, todo ello con el objetivo de seguir aprendiendo y mejorando la eficacia del mismo.

Reiteramos, una vez más, nuestro agradecimiento a todos estos empresarios que han compartido con generosidad su experiencia para poder dar forma a la publicación que ahora presentamos. Y gracias, también, a todos los profesionales que la han hecho posible.

1 Introducción: presentación del estudio y de la metodología aplicada

A pesar de que parecen verse los primeros indicios de una recuperación económica, lo cierto es que dicha recuperación se ha hecho de momento patente sobre todo en indicadores macroeconómicos globales. La realidad a la que se enfrentan muchos hogares españoles, sin embargo, sigue marcada por los altos índices de desempleo y por la dificultad para encontrar salidas laborales, especialmente para aquellos colectivos más vulnerables o en situación de desventaja, como pueden ser los jóvenes o las mujeres.

En este contexto, el emprendimiento sigue generando una atención creciente. Para muchas personas en paro, especialmente para aquellos parados de larga duración, se presenta prácticamente como la única alternativa. Es el caso de muchas mujeres que deciden reincorporarse al mercado laboral después de haber hecho frente a sus obligaciones familiares y que se encuentran con grandes dificultades para abrirse camino nuevamente. Por otra parte, para muchas otras personas representa una opción cada vez más atractiva para mejorar su situación laboral, para conseguir mayores niveles de satisfacción en el trabajo o para poder tener condiciones laborales más adaptadas a sus necesidades personales, algo especialmente relevante para aquellas mujeres que deben compaginar su actividad laboral con el cuidado de niños pequeños.

El acceso al crédito es fundamental para que estas mujeres no se vean excluidas del mercado laboral y puedan optar por poner en marcha sus propios proyectos empresariales. Y es especialmente relevante en una época de recesión como la actual, donde, tal y como señala el último informe GEM, el acceso a la financiación es uno de los principales obstáculos y una de las causas principales de cierres o abandonos de empresas. No es de extrañar, por tanto, la demanda creciente que experimenta el microcrédito como instrumento para financiar pequeños proyectos e inversiones sin necesidad de aportar garantías reales.

En la presente publicación, por tanto, hemos querido analizar en detalle las características y situación del emprendimiento femenino, tanto en Europa como en el caso específico de España. Siguiendo la línea de los informes anteriores, este análisis se ha traducido en un artículo inicial, a la vez que se ha puesto especial énfasis en analizar las variables que afectan al colectivo de mujeres emprendedoras.

Para ello, se ha seguido la misma metodología que en las ediciones anteriores. Para la realización del estudio, se ha tomado como referencia una muestra inicial de 12.250 personas, que corresponden a prestatarios de microcréditos concedidos por MicroBank entre el 1 de julio de 2007 y el 30 de junio de 2014.

Ficha técnica del estudio

- 801 entrevistas realizadas
- 3.110 personas contactadas (3,88 llamadas por encuesta válida)
- Fijación de cuotas mínimas: 200 microcréditos destinados a mujeres emprendedoras
- Margen de error para el total de la muestra: 3,28% (nivel de confianza: 98%)
- Metodología: encuesta telefónica

Las entrevistas se llevaron a cabo durante el mes de octubre de 2014. El estudio se ha realizado a partir del análisis de los resultados del cuestionario ya utilizado en ediciones anteriores, al cual se han añadido o modificado algunas cuestiones.

El cuestionario está estructurado en cinco grandes bloques:

Bloques que configuran el cuestionario

Bloque 1

Datos sobre el negocio impulsado con un microcrédito

Bloque 2

Datos sobre el programa de microcréditos

Bloque 3

Cambios económicos y socioculturales percibidos

Bloque 4

Satisfacción con el servicio

Bloque 5

Clasificación. Perfil del emprendedor



2 MicroBank, el banco social de "la Caixa"

MicroBank se constituye en 2007 como el banco social de "la Caixa", para canalizar la actividad de los microcréditos, que hasta ese momento venía realizando "la Caixa" a través de su Obra Social, con el objetivo de potenciar esta labor con el rigor y la sostenibilidad propios de una entidad bancaria. Con la creación de MicroBank, se materializa la voluntad estratégica de dar respuesta a aquellos colectivos cuyas necesidades financieras no están lo suficientemente cubiertas, a través de un nuevo modelo de banca social que facilita el acceso a unos servicios financieros de calidad, con el propósito de contribuir a:

- La promoción de la actividad productiva y la creación de ocupación, con el apoyo financiero a profesionales autónomos y microempresas.
- El autoempleo, mediante la puesta en marcha de pequeños negocios a través de la concesión de microcréditos a nuevos emprendedores.
- El desarrollo personal y familiar, dando respuesta a las necesidades y facilitando la superación de las dificultades temporales.
- La inclusión financiera, favoreciendo la bancarización de los nuevos clientes a través de la amplia red comercial con que cuenta la entidad.

Todos estos factores inciden especialmente en la cohesión social y en el nivel de bienestar de las personas y las familias, especialmente entre los colectivos socialmente más vulnerables.

La actividad de MicroBank viene marcada, en definitiva, por los siguientes valores:

- Compromiso social: promover la actividad productiva, la creación y la consolidación del empleo y el desarrollo personal y familiar.
- Inclusión financiera: ofrecer productos y servicios especialmente adaptados y favorecer la bancarización de segmentos de la población con dificultades para acceder al sistema financiero.
- Accesibilidad: poner a disposición de nuestros clientes más de 5.200 puntos de atención, a través de la red de oficinas de "la Caixa", y facilitar servicios complementarios mediante acuerdos con más de 560 entidades colaboradoras.
- Seguridad: instaurar una rigurosa política financiera y de gestión de riesgos, que ha merecido la confianza y el apoyo de instituciones financieras europeas de referencia.
- Sostenibilidad: generar un resultado que asegure la continuidad de la actividad y la cobertura de las necesidades requeridas para el crecimiento futuro del banco.
- Integridad y transparencia: generar confianza y valor en nuestros clientes y en el entorno, trabajando siempre desde la honestidad.



MicroBank ofrece productos y servicios financieros especialmente adaptados a las necesidades de los emprendedores, las microempresas, las personas y las familias. Aunque se especializa en los microcréditos, MicroBank pone a disposición de sus clientes una amplia oferta de productos financieros básicos, como cuentas, tarjetas y diferentes servicios. La oferta de préstamos de MicroBank se estructura en tres tipos de microcréditos:

Microcréditos para emprendedores y microempresas

- **Microcrédito financiero:** es un préstamo personal dirigido a profesionales autónomos y a microempresas que necesitan financiación para iniciar, ampliar o consolidar sus negocios, o para atender necesidades de capital circulante. Su importe máximo es de 25.000 euros, se conceden sin garantía real y el período máximo de devolución es de seis años, con una carencia opcional de seis meses. Como requisito básico, es necesario presentar un plan de empresa para estudiar la viabilidad del proyecto que se propone financiar. Pueden solicitar este tipo de microcréditos profesionales autónomos con rentas inferiores a los 60.000 euros y microempresas con menos de 10 empleados y con una facturación inferior a 2.000.000 de euros.
- **Microcrédito social:** es un préstamo personal dirigido a financiar proyectos de autoempleo promovidos por emprendedores que pueden tener dificultades para acceder al sistema crediticio tradicional y que cuentan con el asesoramiento previo a la concesión del microcrédito de alguna de las entidades colaboradoras de MicroBank. Su importe máximo es de 25.000 euros, se conceden sin garantía real y su período máximo de devolución es de seis años, con una carencia opcional de seis meses. En estas operaciones, también es necesario presentar un plan de empresa que, en este caso, ha de ir acompañado del informe de viabilidad de la entidad colaboradora que ha asesorado al cliente.



- **Crédito Empresa social:** es un préstamo personal dirigido a emprendedores que buscan un impacto social a través de una actividad empresarial económica y medioambientalmente sostenible. Mediante este préstamo, es posible financiar inversiones o capital circulante para el inicio, la consolidación o ampliación de empresas sociales. Se consideran empresas sociales todas aquellas empresas de inserción laboral, así como empresas que desarrollan su actividad en los siguientes sectores: promoción de la autonomía y atención a la discapacidad y a la dependencia, lucha contra la pobreza y exclusión social, interculturalidad y cohesión social, proyectos de acción social y proyectos culturales de impacto social.

Microcrédito personal y familiar

- **Microcrédito personal y familiar:** es un préstamo personal dirigido a personas con ingresos inferiores a los 18.000 euros anuales, para financiar proyectos vinculados al desarrollo personal y familiar, así como necesidades derivadas de situaciones puntuales o imprevistas. Entre los destinos más frecuentes, cabe mencionar los gastos vinculados a la vivienda, la salud, la educación, las necesidades de personas con discapacidad, el reagrupamiento familiar o la adquisición del transporte necesario. Su importe máximo es de 25.000 euros, se conceden sin garantía real y el plazo máximo de devolución es de seis años, con un período de carencia opcional de 12 meses.

Ecomicrocréditos

- **Ecomicrocrédito negocio:** es un préstamo dirigido a autónomos y a microempresas que buscan invertir en sectores medioambientalmente sostenibles (agricultura y alimentación ecológica, energías renovables, tratamiento y gestión de residuos,



producción o distribución de productos reciclados o ecológicos, ecoturismo...) y/o en productos o servicios que impliquen una mejora del uso eficiente de los recursos y/o una reducción del impacto ambiental (compra de vehículos ecológicos para el uso profesional y/o reformas para mejorar la eficiencia energética). El importe máximo es de 25.000 euros, con plazos de amortización de hasta seis años.

- **Ecomicrocrédito personal:** es un préstamo personal para adquirir productos sostenibles (electrodomésticos clasificados con la etiqueta energética de clase A o superior) o vehículos ecológicos (turismos, motocicletas, bicicletas eléctricas y vehículos comerciales) y para mejorar la eficiencia energética en el hogar (financiación de las instalaciones solares, tratamiento de aguas residuales...). El importe máximo es de 25.000 euros, con plazos de amortización de hasta seis años.

MicroBank ha concedido desde su creación un total de 307.691 préstamos por un valor de 1.793,3 millones de euros, destinados a la financiación de diferentes tipos de proyectos y a la creación de nuevas oportunidades. Durante el año 2014, se han concedido 18.527 microcréditos para emprendedores, lo que supone un incremento del 18% respecto al año 2013. La evolución económica de MicroBank destaca, entre otros factores, por el crecimiento de la actividad y la calidad de su cartera crediticia, que se confirma como uno de los elementos esenciales para la sostenibilidad del proyecto.

Su elevado nivel de capitalización y liquidez, una amplia red de distribución, el apoyo de su único accionista –CaixaBank– y el respaldo de instituciones financieras europeas son algunas de las fortalezas competitivas de la entidad. En definitiva, una entidad única configurada por todos estos elementos que tiene el objetivo de seguir expandiendo su actividad e incorporando nuevos productos y servicios, adaptados a las necesidades de nuestros clientes.

3 Mujeres y emprendimiento

Las mujeres emprendedoras en la Unión Europea

Con el autoempleo representando el 15% del empleo en la UE-27 en el año 2012 y con solo el 36% de ciudadanos que aspiran a ser su propio jefe –comparado con el 56% en China y 51% en los Estados Unidos– la UE parece estar a la zaga en el ámbito del emprendimiento. Los europeos parecen echarse atrás con más frecuencia por el temor de la quiebra, por la falta de información o financiación y por la existencia de complejos procesos administrativos. En este contexto, en el 2012, las mujeres representaron solo el 31% del total de ciudadanos europeos por cuenta propia, lo que supone que **solo un 10% del total de las mujeres trabajadoras lo hacen por cuenta propia.**

El Eurobarómetro 2012 muestra que si bien las mujeres perciben el emprendimiento como una buena elección de carrera, prefieren mayoritariamente trabajar como asalariadas (un 63% de las mujeres respecto a un 53% de los hombres). La misma encuesta muestra que un 29% de los hombres frente a un 17% de las mujeres ya han comenzado un negocio o planea hacerlo. Impulsar el espíritu empresarial femenino se ajusta a los objetivos de Igualdad de Género de la UE y estimula el crecimiento económico mediante la creación de nuevas oportunidades.

Adaptado de *Women's entrepreneurship in the European Union*. Willemijn de Jong, Library of the European Parliament. Abril 2013.

A medida que la economía global recupera lentamente terreno tras la recesión mundial, cada vez hay un mayor reconocimiento de la importancia del espíritu empresarial como motor de crecimiento económico y de bienestar social. Este auge se contextualiza en los cambios que se están produciendo en los mercados y en la estructura laboral debido al paso de una economía industrial hacia una economía basada en los servicios, mucho más intensiva en personal y con negocios en áreas tecnológicamente innovadoras y que muchas veces requieren de una mayor flexibilidad organizativa. Estamos ante un terreno especialmente fértil para las actividades emprendedoras de microempresas y autónomos, ámbitos en los que el emprendimiento femenino juega un papel relevante.

En el año 2012, se estima que 126 millones de mujeres estaban empezando negocios en 67 economías de todo el mundo, mientras que unos 98 millones estaban al mando de empresas ya establecidas.¹ Cifras muy significativas pero que muestran sin embargo que, a pesar de que la ratio de participación de las mujeres en las actividades emprendedoras difiere alrededor del mundo, **prácticamente en todos los países hay menos mujeres emprendedoras que hombres.** Este es el caso también de España, donde los datos del último informe GEM² muestran que **en el 2013 alrededor de seis de cada 10 emprendedores en cualquiera de las fases del proceso emprendedor eran hombres.** Los hombres españoles han sido más propensos a emprender durante todo el período 2004-2013, con tasas de actividad emprendedora situadas entre el 5,4% y el 9,7%, mientras que para la mujer estas tasas se han situado, para el mismo período, entre el 2,9% y el 6,0%.



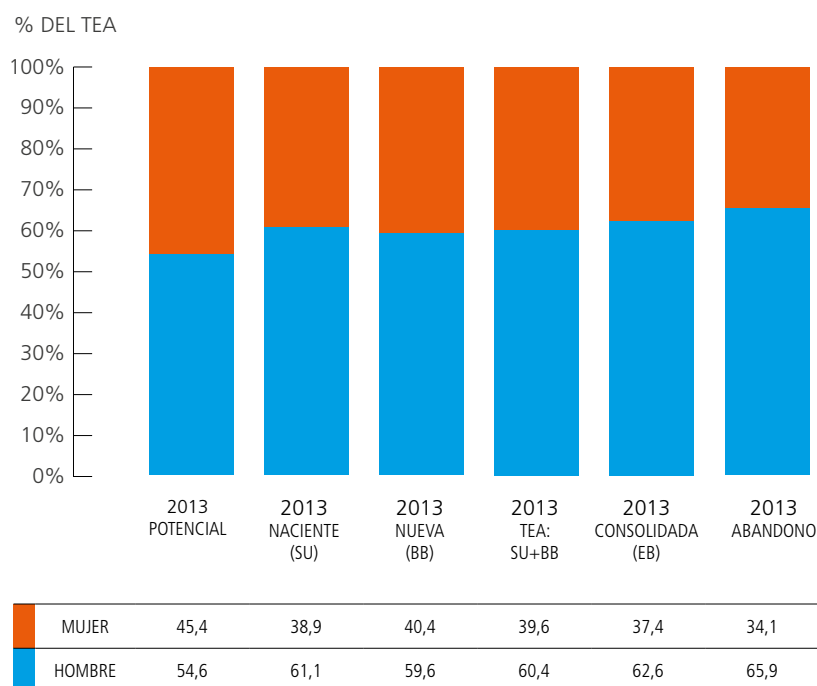
1 GEM Women's Report 2012.
2 Informe GEM España 2013.

A pesar de ello, **las mujeres españolas son más emprendedoras que muchas de sus compatriotas**: las españolas ponen en marcha negocios propios más de lo que lo hacen las alemanas, las japonesas y las francesas, aunque menos que las estadounidenses, las británicas, las brasileñas y las nigerianas (estas últimas ocupan el primer lugar en el *ranking* mundial).³

Por otra parte, es interesante constatar que estas diferencias entre el emprendimiento masculino y femenino se limitan cuando únicamente analizamos la intención de emprender de hombres y mujeres. Así, en España, **el número de mujeres emprendedoras potenciales es similar al de hombres emprendedores potenciales** (un 45,4% frente a un 54,6%) lo que demuestra que muchas mujeres, en algún momento del proceso de creación de su empresa, deciden finalmente no iniciar el nuevo negocio.

Esto queda de manifiesto también al analizar el perfil de los usuarios que acuden a los servicios municipales de apoyo a la creación de empresas y que muestran que hombres y mujeres acuden en igual proporción. Sin embargo, mientras que siete de cada 10 hombres que acuden a estos servicios acaban poniendo en práctica su idea, en el caso de las mujeres, solo tres de ellas lo hacen. ¿Por qué se da esta situación?, ¿qué es lo que frena a las mujeres a la hora de poner en marcha sus propios negocios?

DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO DE LOS COLECTIVOS EMPRENDEDORES EN ESPAÑA EN 2013



Fuente: Informe GEM 2013.

Emprendimiento potencial: parte de la población de 18-64 años que ha expresado su intención de emprender en los próximos tres años.

Emprendimiento naciente (SU): iniciativas que se hallan en fase de despegue (no han pagado salarios por más de tres meses) sobre la población de 18-64 años de edad.

Emprendimiento nuevo (BB): iniciativas que se hallan en fase de consolidación (entre tres y 42 meses de actividad económica) sobre la población de 18-64 años de edad.

Emprendimiento consolidado (EB): empresas que han superado las fases anteriores y llevan más de 42 meses operando en el mercado, sobre la población de 18-64 años de edad.

BARRERAS AL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

Factores personales

Los expertos coinciden en señalar que hay varios motivos que explican por qué muchas mujeres abandonan su proyecto empresarial por el camino. Tal y como señala Guernica Facundo, autora de *El libro rojo de las mujeres emprendedoras*, "las mujeres tardamos más en general en decidir, porque en comparación con los hombres, solemos tomar en consideración muchos más factores, y de diversa índole. Mayoritariamente, ellos suelen centrarse en si el proyecto es o no viable económicamente, cuánto pueden invertir y aguantar hasta que dé rendimiento. **La mujer, en cambio, sopesa la parte económica, pero también y mucho la social y personal**".⁴

Efectivamente, la situación personal de la mujer, y en concreto **la búsqueda de un equilibrio entre la vida familiar y la vida profesional, es un factor determinante a la hora de explicar la menor tasa de emprendimiento femenino**, así como para explicar también algunas de sus características diferenciales respecto al emprendimiento protagonizado por los hombres. Es el llamado *techo de cristal*, que impide a las mujeres avanzar en su desarrollo profesional al tener que elegir entre trabajo y vida familiar y social, un techo que las mujeres suelen alcanzar precisamente en la edad media en la que la mayoría de las carreras tienen posibilidad de crecer. Los datos son claros en este sentido: el 54% de las mujeres europeas en puestos de dirección no tienen hijos frente al 29% de los hombres en el mismo cargo.⁵

Y es que estamos aún lejos de una verdadera igualdad. Sigue existiendo una muy desigual corresponsabilidad en la vida doméstica y en el cuidado de los hijos entre hombres y mujeres, lo que determina las mayores dificultades que tienen estas para volcarse plenamente en la puesta en marcha de un negocio.

Mayor aversión al riesgo de las mujeres

Otra de las causas que siempre se ha señalado para explicar la menor tasa de emprendimiento femenino es su mayor aversión al riesgo, aversión que está ligada a su menor autoconfianza emprendedora. El informe GEM también ofrece datos interesantes en este sentido, señalando que, desde el inicio de la crisis en el 2008, mientras que los hombres emprendedores respondieron a dicha crisis aumentando el capital semilla de sus iniciativas empresariales, las mujeres lo redujeron considerablemente. Los datos del Eurobarómetro 2012 muestran que mientras un 53% de las mujeres piensa que no se debe iniciar un negocio si hay riesgo de fracaso, en el caso de los hombres este porcentaje se sitúa en el 46%. Kerry Healey, presidenta del Babson College, una de las escuelas de emprendimiento más importantes del mundo, señala: "A veces las mujeres tenemos estándares demasiado altos, queremos ser perfectas y no pensamos en cómo aceptar el fracaso y aprender de él. Se trata de ser apasionada, no perfecta. No pasa nada por hacer varios intentos."⁶ **El miedo al fracaso es, por tanto, uno de los mayores obstáculos para la mujer emprendedora.**

4 "Mujeres Emprendedoras", Artículo de Cristina Sáez en *La Vanguardia*, 01/02/2013.

5 "¿Mujer Emprendedora? Cinco claves para potenciar su negocio". *El Economista*, 4/6/2014.

6 "La internacionalización, principal barrera para la mujer emprendedora española". *Santander Noticias*, Nota de prensa. **México, 3 de noviembre de 2014.**

Acceso a la financiación

Algunos analistas también cuestionan que las mujeres tengan el mismo acceso a la financiación que los hombres y sugieren que las entidades de crédito les piden más garantías colaterales, les aplican mayores intereses y rechazan más a menudo sus peticiones de préstamo.

Lo cierto es que, por un lado, las mujeres, generalmente, poseen menos activos financieros y tienen historiales crediticios más cortos (dada su menor experiencia empresarial), factores que son muy valorados por los proveedores de crédito. Por otra parte, algunos investigadores ponen de manifiesto que el menor acceso al capital financiero por parte de las emprendedoras es una respuesta racional al alto nivel de riesgo que ellas perciben. Las mujeres prefieren, en mayor medida que los hombres, no tener deudas y mantener el control de su negocio, por lo que suelen preferir fuentes internas, en lugar de externas, y usan menos instrumentos financieros como descubiertos y préstamos bancarios. Por último, también se menciona el mayor desconocimiento por parte de las mujeres sobre las fuentes de financiación a su alcance.

Otros analistas, sin embargo, achacan las diferencias en el acceso a la financiación entre hombres y mujeres únicamente al sector de actividad en el que se inscriben las iniciativas puestas en marcha por unos y otros, sector que determina la mayor o menor necesidad de capital. Los negocios puestas en marcha por hombres suelen inscribirse en sectores más complejos y competitivos y que requieren de mayores necesidades de financiación. Se trata también, sin embargo, de sectores que muchas veces tienen un mayor potencial de crecimiento, algo que las entidades de crédito también valoran positivamente.

Acceso a redes y contactos

Otra razón esgrimida para explicar el menor emprendimiento femenino es el **menor tamaño y calidad de las redes de contactos de las mujeres respecto a las de los hombres**.

Un número creciente de investigaciones sugiere que las emprendedoras se encuentran en desventaja frente a sus homólogos masculinos debido a que carecen de redes sociales adecuadas y eficientes. Algunos estudios aducen que ello se debe a que las redes sociales de las mujeres son más reducidas, menos diversas, o están compuestas de un mayor número de mujeres. Otros apuntan a que las mujeres emprendedoras tienden a apoyarse en mayor medida en redes en las que predominan las relaciones familiares. También se estima que las mujeres tienen más dificultades para tejer una red de contactos profesionales sólida debido al peso de las responsabilidades familiares en sus vidas.⁷ Además, las mujeres tienen como referencia menos modelos de éxito y los que hay tienen insuficiente visibilidad y reconocimiento.

⁷ Navarro, J. R.; Camelo Ordaz, M.ª C.; Corduras Martínez, A.: *Mujer y desafío emprendedor en España. Características y determinantes*. Universidad de Cádiz y IE Business School.

CAUSAS DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

Las mujeres no solo ponen en marcha menos negocios que los hombres sino que además lo hacen por razones distintas, a pesar de que los estudios existentes no presentan datos concluyentes en este sentido. Así, los hombres parecen estar más motivados por los llamados *pull factors* (factores de atracción como pueden ser la voluntad de tener mayores ingresos económicos) mientras que las mujeres lo están por los llamados *push factors* (factores de empuje). Es decir, **los hombres emprenden más por oportunidad y las mujeres más por necesidad**. Entre las principales motivaciones de las mujeres para poner en marcha su propia iniciativa empresarial destacan:

- La necesidad de encontrar un equilibrio entre la vida familiar y la vida profesional, ya sea para tener jornadas laborales más reducidas, más flexibles o para poder reintegrarse en el mercado laboral tras cumplir con las obligaciones familiares.
- La dificultad de alcanzar puestos de dirección, y la frustración consecuente, que motiva a algunas mujeres a iniciar sus propios proyectos.
- La dificultad de acceder al mercado laboral y los despidos, especialmente durante estos últimos años, hecho que está resultando para algunas mujeres una oportunidad.

PERFIL DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS

¿Qué características definen a las mujeres españolas que ponen en marcha iniciativas empresariales? El último estudio de Adecco⁸ sobre la mujer trabajadora muestra que el colectivo de mujeres ocupadas agrupó en el año 2013 a 7,63 millones de personas de las que una de cada ocho era emprendedora, ascendiendo a un total de 948.500 mujeres (un 12,4% del total).

De este colectivo, un 75% aproximadamente eran autónomas y, por tanto, no tenían empleados a su cargo, mientras que el restante 25% sí contaban con asalariados. Es decir que **el 3,4% del total de mujeres ocupadas en España eran emprendedoras con asalariados a su cargo** (lo que supone una de cada 30).

Un estudio llevado a cabo por el Instituto de Iniciativa Emprendedora de ESADE aporta datos sobre el perfil de dicha mujer emprendedora en España, señalando que su edad media se sitúa en los **38 años, que posee un nivel educativo medio-alto** (el 65% de las emprendedoras tiene una formación superior y el 35% cuenta con estudios medios) **y que mayoritariamente está casada y tiene un hijo a su cargo**,⁹ un perfil que coincide con el de la emprendedora en países con elevados ingresos.

La mayor tasa de mujeres emprendedoras se sitúa en Cataluña, seguida de Andalucía, la Comunidad Valenciana y Castilla-La Mancha. A la cola se encuentran Euskadi, Murcia y Asturias.

8 VIII Perfil Adecco de la Mujer Trabajadora, Adecco. Marzo de 2014.

9 Valencia, M.: *Los factores que influyen en los resultados de las empresas creadas por mujeres*. Tesis doctoral, ESADE, 2010.

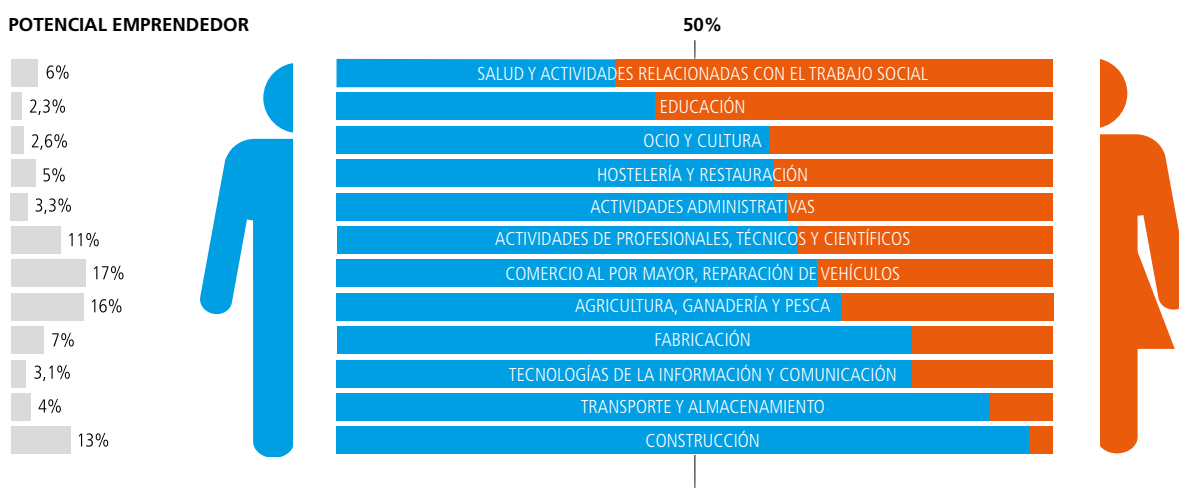
La posesión de formación específica para emprender no presenta desigualdad por géneros en el colectivo involucrado en el proceso emprendedor, pero cuando la mujer no es empresaria tiende a involucrarse menos en este tipo de formación en comparación con el hombre. Por otra parte, las mujeres empresarias presentan menos años de experiencia laboral y en puestos directivos previamente al inicio de su proyecto empresarial. También conocen el sector en el que emprenden en menor grado que los hombres.

CARACTERÍSTICAS DE LOS NEGOCIOS PUESTOS EN MARCHA POR MUJERES EMPRENDEDORAS

¿Cómo son las empresas que crean las mujeres españolas? **Se trata generalmente de empresas más pequeñas y de menor envergadura que las creadas por hombres.** Según datos de Womenalia, una red social que une a más de 250.000 mujeres profesionales, las empresas creadas por mujeres tienen un promedio de 1,7 trabajadores a su cargo y se sitúan, en un 62%, en el sector consumo.

Efectivamente, la elección del sector de actividad por parte de las mujeres emprendedoras presenta diferencias notables con la de los hombres emprendedores. Una elección que, en el caso de las mujeres, viene motivada mayoritariamente por la necesidad de conciliar la vida familiar y de conseguir una mayor flexibilidad laboral, lo que determina que muchas mujeres se decanten por sectores que requieren de menos dedicación y que les permiten equilibrar la parte del negocio con la personal y social. Así, mientras que los hombres se decantan por ámbitos más industriales, tecnológicos y competitivos, las mujeres son más frecuentes en ámbitos que tienen que ver con las personas, el ocio, la educación, el comercio o el turismo. A ello contribuye que, en el caso de las mujeres con estudios superiores, éstas poseen con mayor frecuencia más títulos en humanidades que en ciencias, ingeniería o disciplinas técnicas, lo cual las pone en desventaja respecto a los hombres para emprender en determinados sectores. Algo que, además de en España, se repite en prácticamente todos los países, tal y como se refleja en el siguiente gráfico.

AUTOEMPLEO POR SECTORES Y POR SEXO (20-64 AÑOS, 2012) UE-27



Fuente: *Women's entrepreneurship in the European Union*. Willemijn de Jong, Library of the European Parliament, abril 2013.



La asignatura pendiente para el emprendimiento femenino es sin duda el sector tecnológico. Un sector con más posibilidades pero que exige más dedicación, más financiación y más formación que el sector servicios. Las mujeres se muestran más conservadoras y tienen una mayor aversión al riesgo, lo que explica que decidan emprender menos en un sector tan complejo y competitivo. Sin embargo, las mujeres emprendedoras sí optan por aprovechar el potencial que les ofrecen las nuevas tecnologías en su propio beneficio, siendo destacable el aumento de mujeres que deciden montar un negocio únicamente *on-line*, con el fin de poder trabajar desde casa y compatibilizarlo con la vida familiar. Las nuevas plataformas de trabajo 3.0 constituyen una excelente alternativa para generar nuevos ingresos para muchas de estas mujeres emprendedoras.

La elección del sector de actividad determinará, consecuentemente, las características de los negocios puestos en marcha, especialmente en lo que respecta a su dimensión y a su potencial de crecimiento e internacionalización. Ello explica que las empresas creadas por mujeres sean más pequeñas y tengan, en general, menor potencial de creación de empleo y menor intensidad de internacionalización. A ello también contribuye la menor dedicación que, en general, las mujeres dan a sus negocios en comparación con los hombres. Según un estudio de la Comisión Europea,¹⁰ en los países de la OECD, el 22% de las mujeres emprendedoras trabaja menos de 40 horas a la semana, mientras que esta tasa se sitúa en el 10% en el caso de los hombres.

Sin embargo, si atendemos al funcionamiento de las empresas puestas en marcha por mujeres con respecto a las de los hombres, vemos que no hay diferencias significativas e incluso han demostrado mayor resistencia en los porcentajes de cierre o traspaso: únicamente el 14,3% de los autónomos que finalizaron su actividad en 2012 fueron mujeres, frente al 85,7% de hombres.

El ya mencionado estudio de ESADE¹¹ aporta datos significativos para entender los factores que influyen en los resultados de las empresas puestas en marcha por mujeres. Así, se señala que hay evidencia significativa del efecto positivo que tiene el apoyo brindado por las familias de la mujeres emprendedoras sobre los resultados de sus empresas, a la vez que dichos resultados dependerán también en gran medida de los objetivos que busque la emprendedora: económicos, sociales o individuales. Así, el estudio muestra que las emprendedoras que siguen objetivos no económicos no necesariamente relegan los indicadores económicos relativos a su percepción de los resultados de sus nuevas empresas. Es decir, para estas emprendedoras, los indicadores de resultados económicos y no económicos no son dos alternativas mutuamente excluyentes sino factores complementarios que se retroalimentan mutuamente.

10 De Jong, W.: *Women's entrepreneurship in the European Union*. Library of the European Parliament. Abril de 2013.

11 Valencia, M.: *Los factores que influyen en los resultados de las empresas creadas por mujeres*. Tesis doctoral, ESADE, 2010.

Las relaciones con instituciones externas también tienen un efecto positivo en los resultados empresariales mientras que, en cambio, variables como la experiencia profesional, no influyen en los mismos. Así, la investigación muestra que la experiencia previa en creación de empresas, en puestos de gestión o en el mismo sector de actividad que la empresa creada no está positivamente relacionada con los resultados de la nueva empresa.

EL FUTURO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

A pesar de las barreras y limitaciones que acabamos de analizar, lo cierto es que la presencia de las mujeres emprendedoras en el ámbito empresarial sigue en aumento y todo parece indicar que la tendencia se reforzará en los próximos años.

Diversos factores influirán en la rapidez con que las mujeres continúen incorporándose a la actividad empresarial. Teniendo en cuenta lo expuesto hasta ahora en relación con la importancia de conciliar la vida familiar y profesional, se evidencia que la existencia de un marco institucional que **ofrezca más prestaciones que faciliten dicha conciliación es una gran área de oportunidad** que no solo influirá en el número de empresarias sino también en la calidad de las empresas creadas.

Por otra parte, **los grandes retos pendientes para las mujeres emprendedoras se centran en aumentar en diversificación y en capacidad de asunción de riesgos**, además de aumentar su presencia en sectores con más valor añadido y con mayor potencial de crecimiento en empleo y en mercado, sin olvidar el gran reto de la internacionalización. En este sentido, una de las principales recomendaciones consiste en **reorientar parte de las políticas actuales enfocadas al crecimiento del número de iniciativas emprendedoras femeninas hacia otras cuyo énfasis esté en la modernización y calidad de dichas iniciativas**. Será necesario, por tanto, apostar por la innovación y facilitar que las mujeres accedan a sectores en los que históricamente no han emprendido, para lo cual es importante apostar por un asesoramiento específico por sectores. Todo ello sin olvidar mejorar la difusión de las ayudas y medidas de apoyo existentes.

Dicha apuesta por la diversificación de las iniciativas empresariales de las mujeres deberá ir necesariamente acompañada por **facilitar el acceso a la financiación**. Además, la menor tendencia al endeudamiento de la mujer debería compensarse con políticas de financiación más ajustadas a las posibilidades de las empresarias, principalmente en la fase inicial y que contemplen el ritmo de crecimiento de la empresa.¹²

Otro tema que se señala como relevante para el logro de una mayor igualdad es el grado de implantación de la **formación emprendedora** en la población en general. Dado que la mayoría de la población que tiene esta formación la adquiere de forma voluntaria y tras la etapa escolar, es importante impulsar su desarrollo como materia obligatoria, tanto en la etapa escolar como tras la misma. Además dicha formación no deberá centrarse únicamente en mejorar las habilidades empresariales de las mujeres, sino también en reforzar factores clave como la confianza en las propias capacidades.

Por último, la importancia de **desarrollar redes de apoyo y contacto adecuadas** y de dar más visibilidad a los casos de éxito de emprendimiento femenino también son factores clave que pueden contribuir al aumento en la tasa de mujeres emprendedoras.



12 Navarro, J. R.; Camelo Ordaz, M.^a C.; Corduras Martínez, A.: *Mujer y desafío emprendedor en España. Características y determinantes*. Universidad de Cádiz y IE Business School.

4 Principales resultados del estudio

4.1. PERFIL DEL MICROEMPRESARIO

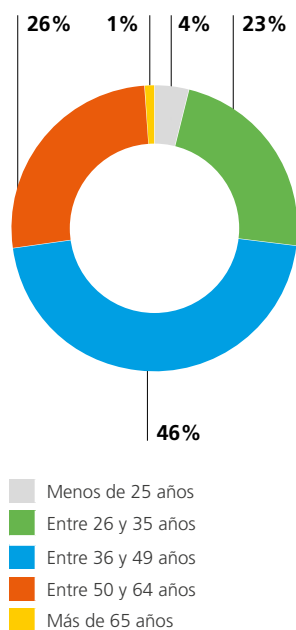
Siguiendo la línea de los informes anteriores, en este apartado se analizan variables demográficas como la nacionalidad, la edad o el género, así como cuestiones relativas a la situación económica y familiar, con el objetivo de dibujar el perfil del microempresario que ha recibido un crédito de MicroBank. Además, se han analizado estas variables específicamente para el grupo de mujeres emprendedoras, comparándolas con las de los hombres emprendedores para detectar similitudes y diferencias en el perfil de ambos.

Género

Los hombres siguen representando una mayoría en el colectivo de emprendedores, con un 59% frente a un 41% de mujeres.

Ratificando también los datos de informes anteriores, los resultados nos permiten concluir que **las mujeres solicitan un microcrédito para abrir un nuevo negocio con más frecuencia que los hombres**: un 59% de las emprendedoras frente a un 45% de los emprendedores, entre los cuales, son mayoría los que quieren ampliar el negocio existente.

EDAD DE LOS EMPRENDEDORES



Edad y estado civil

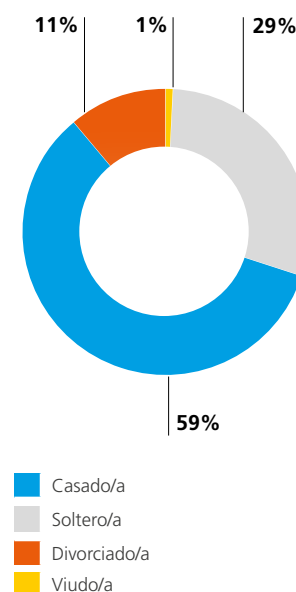
El grupo más mayoritario lo constituyen los emprendedores de entre 36 y 50 años, que conforman el 46% del total de la muestra, seguidos por el grupo de emprendedores mayores de 50 años, que constituyen un 26% del total. Los emprendedores jóvenes (menores de 35 años) representan un 23% del total, mientras que también encontramos un grupo minoritario de emprendedores que deciden poner en marcha negocios superando los 65 años. Los datos siguen, en definitiva, la tendencia de años anteriores, mostrando que el emprendedor español, de acuerdo a su edad, tiene cierta experiencia previa antes de poner en marcha un negocio, algo que se aprecia especialmente desde que empezó la recesión económica.

Si atendemos a la edad en función del género, vemos que no hay diferencias demasiado significativas ya que, tanto para los emprendedores hombres como para

las mujeres, el grupo de edad mayoritario se sitúa entre los 36 y los 49 años (con un 47% para los hombres y un 44% para las mujeres). No encontramos, sin embargo, emprendedores mayores de 65 años en el colectivo de mujeres mientras que, por el contrario, la proporción de emprendedores menores de 36 años es mayor entre las mujeres (un 30% frente a un 25% en el caso de los hombres).

En cuanto al estado civil, al igual que en años anteriores, **la mayor parte de las personas emprendedoras están casadas** (el 59%), no habiendo diferencias significativas entre hombres y mujeres en este aspecto. El segundo colectivo más numeroso es el de las personas solteras (el 29%), aunque aquí la proporción de hombres es ligeramente superior a la de mujeres. Por el contrario, en el caso de las personas divorciadas, la proporción de mujeres es más significativa que la de los hombres, lo cual puede poner de manifiesto que estas se decantan por el emprendimiento cuando tienen una mayor dependencia de sus propios ingresos.

ESTADO CIVIL DE LOS EMPRENDEDORES



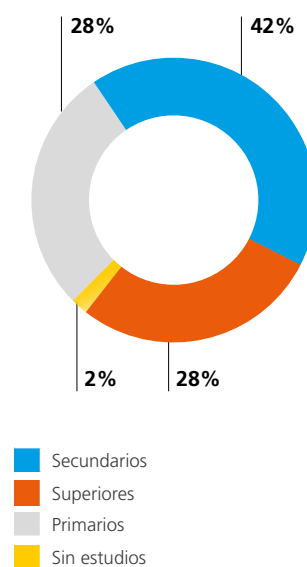
Estudios

Siguiendo la pauta de informes anteriores, los datos muestran que **la mayoría de las personas emprendedoras tienen estudios secundarios (el 42%)**. A continuación encontramos la misma proporción de emprendedores con estudios primarios que con estudios superiores (un 28%). Al igual que en informes anteriores, el porcentaje de emprendedores sin estudios se mantiene muy bajo, en el 2%.

Si atendemos al género, vemos que las diferencias no son demasiado significativas, aunque la proporción de mujeres con estudios secundarios o superiores es ligeramente superior a la de hombres (un 73% frente a un 69%).

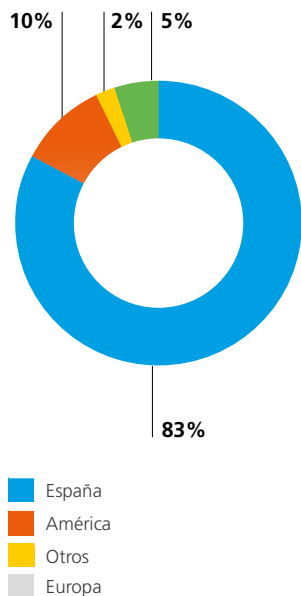
Si analizamos el funcionamiento del negocio en función del nivel de estudios vemos que no hay diferencias notables, con proporciones muy similares entre los negocios que continúan abiertos y los que ya han cerrado, lo cual parece indicar que el nivel de estudios no influye decisivamente en los resultados empresariales.

NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS EMPRENDEDORES



Origen

ORIGEN DE
LOS EMPRENDEDORES



Tal y como constatábamos en informes anteriores, **España sigue siendo el origen mayoritario de los emprendedores**: el **83%** del total, incluso detectándose un incremento continuo en este porcentaje (el año anterior se situaba en el 81%). A continuación, también siguiendo la pauta de años anteriores, se encuentran los emprendedores procedentes de países de América Latina, aunque el porcentaje va en disminución, del 15% que representaron en el año 2012, al 12% del 2013, al 10% del presente informe. Los emprendedores de otros países europeos representan el 5% del total, mientras que los procedentes de Asia o África son muy minoritarios, con porcentajes que no llegan al 1%.

Por países, después de España, Argentina es el país de procedencia de un mayor número de empresarios, seguido de Rumanía, Colombia y Francia. Les siguen Ecuador, Perú, Venezuela, Uruguay, Cuba y, en Europa, Italia y Portugal. Se ha reducido considerablemente el número de emprendedores procedentes de Marruecos y este año encontramos a otros emprendedores africanos de países como Nigeria, Angola o Argelia. No se detectan diferencias notables en estos porcentajes en función del género.

Por otra parte, una gran mayoría de los emprendedores extranjeros residen en España desde hace entre cinco y 15 años (el 72%).

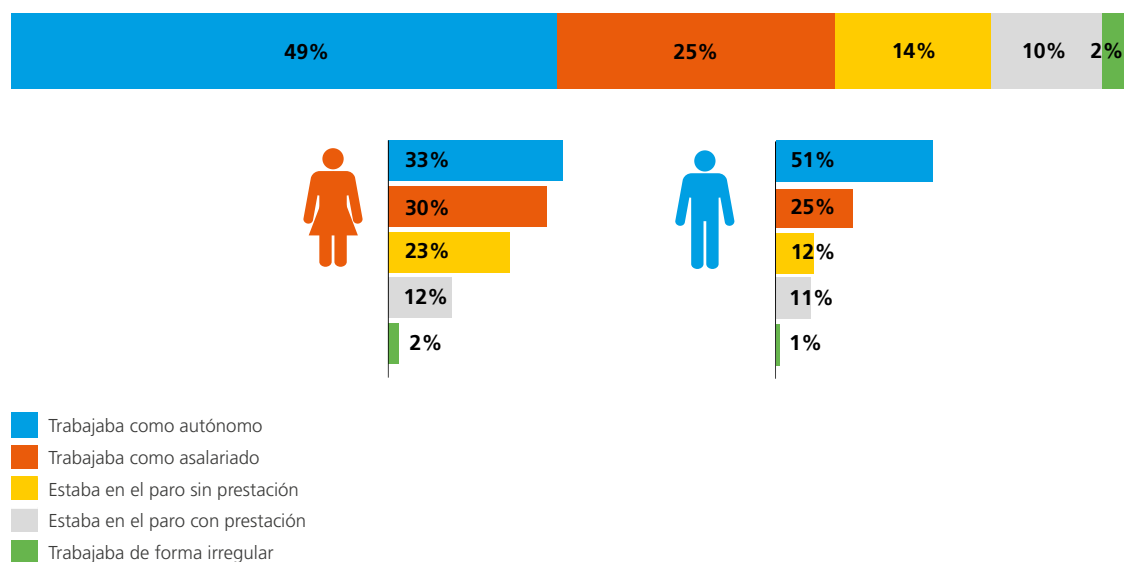


Situación laboral previa

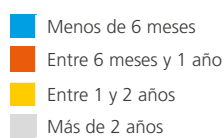
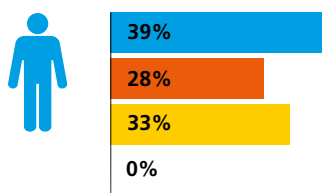
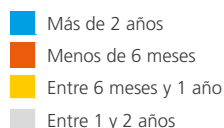
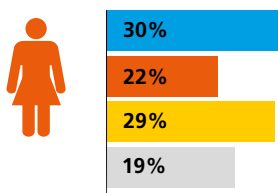
De forma mayoritaria **las personas emprendedoras ya trabajaban como autónomas antes de la concesión del microcrédito (el 44%)**. También es significativo el porcentaje de emprendedores que trabajaban anteriormente como asalariados (un 27%). El porcentaje de emprendedores procedentes de una situación de desempleo (con o sin prestación) se cifra en un 28%, poniendo de manifiesto que el desempleo, a pesar de los signos incipientes de recuperación, sigue siendo la asignatura pendiente de la economía española.

Si analizamos estos datos en función del género, vemos que **existe una proporción mayor de emprendedores hombres que trabajaban anteriormente como autónomos**: un 51% frente al 33% de mujeres. Estas, en cambio, trabajaban de forma más frecuente como asalariadas (un 30% de las mujeres en frente a un 25% de los hombres). También **es muy superior el porcentaje de mujeres que procede de una situación anterior de paro** (con o sin desempleo) que el de hombres: un 35% frente a un 23%, evidenciando que para muchas mujeres iniciar su propio negocio se presenta, en mayor medida, como una de las pocas salidas profesionales a su alcance.

SITUACIÓN LABORAL ANTES DE LA CONCESIÓN DEL MICROCRÉDITO



TIEMPO DE INACTIVIDAD CUANDO SOLICITÓ EL MICROCRÉDITO



Por último es importante destacar que existen diferencias en la situación laboral previa de las personas emprendedoras que siguen con el negocio abierto y las que han tenido que cerrarlo. Así, el porcentaje de personas que estaban trabajando como autónomas es muy superior entre aquellas personas empresarias que siguen con el negocio abierto que entre las que ya lo han cerrado: el 49% frente al 23%, lo cual puede poner de manifiesto la importancia de la experiencia previa a la hora de poner en marcha un nuevo proyecto empresarial. **Mientras que el porcentaje de empresarios con negocio abierto que procedían de una situación laboral de desempleo se sitúa en el 25%, en el caso de los empresarios que han cerrado su negocio, este porcentaje se eleva hasta el 43%.** Estos datos pueden hacernos reflexionar sobre la importancia de emprender por motivos relacionados con haber detectado una oportunidad de negocio y, no tanto, por motivos ligados a la necesidad, que representan, sin duda, una base mucho menos segura para la puesta en marcha de un negocio.

Un 58% de los emprendedores que proceden de una situación de desempleo llevaban menos de un año en el paro, una cifra que sigue la tónica de los informes anteriores. Por otra parte, cabe destacar que un 17% de los emprendedores llevaba más de dos años en paro cuando decidió poner en marcha su propio negocio. Este porcentaje se eleva hasta el 30% si atendemos únicamente al colectivo de mujeres emprendedoras, siendo nulo en el caso de los hombres, lo cual vuelve a poner de manifiesto las mayores dificultades que encuentran las mujeres a la hora de encontrar trabajo y la importancia vital que el poner en marcha su propio negocio puede tener para ellas. Mientras que un 39% de los emprendedores hombres que procedían de una situación laboral de desempleo llevaba en el paro menos de seis meses, en el caso de las emprendedoras este porcentaje baja hasta el 22%.

Por último, cabe señalar que el 36% de los entrevistados recibía una prestación en el momento de realizar la entrevista, mayoritariamente el subsidio por desempleo –en un 44% de los casos–, aunque también destaca un 24% de personas que recibía una pensión (viudedad, incapacidad, jubilación, etc.) y un 22% que recibía una ayuda familiar. Cabe destacar que el porcentaje de mujeres que recibía una prestación es un poco inferior al porcentaje de hombres: un 33% de las mujeres frente a un 40% de los hombres. Además, en el caso de las mujeres que sí recibían prestación, esta era de forma más frecuente que en el caso de los hombres la ayuda familiar y, por el contrario, de forma más infrecuente el subsidio de desempleo (un 30% frente a un 57% en el caso de los hombres).

Experiencia previa

En concordancia con los datos que encontrábamos en informes anteriores, el **61% de las personas emprendedoras no habían dirigido antes un negocio.** Las diferencias no son muy significativas en el caso de los negocios abiertos o cerrados: el 61% de los empresarios entrevistados cuyo negocio sigue abierto no había dirigido antes un negocio, frente al 63% de los empresarios cuyo negocio no sigue abierto. Una diferencia que no permite extraer conclusiones definitivas sobre la importancia de la experiencia previa en la dirección empresarial para el éxito de los negocios, a pesar de que, tal y como destacábamos antes, sí vemos que existe una mayor pro-



porción de personas que ya trabajaban como autónomas antes de poner en marcha su negocio entre los empresarios con negocio abierto.

Por otra parte, en el caso de los emprendedores que sí tenían experiencia previa, cabe destacar que en un 56% de los casos dicha experiencia guardaba relación con el negocio que ahora han puesto en marcha.

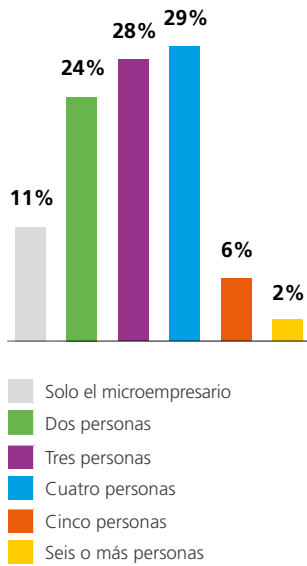
Si atendemos a estos datos en función del género vemos que **el porcentaje de las mujeres que no tenían experiencia previa es ligeramente superior al porcentaje de hombres que no la tenían**: un 64% frente a un 59%.

A pesar de que, tal y como acabamos de ver, no podemos extraer conclusiones definitivas sobre la influencia de la experiencia previa en los resultados de los negocios creados, es evidente que una situación de partida caracterizada por la falta tanto de formación como de experiencia relacionada con el emprendimiento no parece la más adecuada para asegurar el éxito empresarial y no hace más que traslucir la débil cultura emprendedora que todavía existe en España.

Situación económica y renta familiar

Siguiendo la tónica de informes anteriores, **un 80% de los hogares de los emprendedores entrevistados están constituidos por entre dos y cuatro personas** y solo en el 11% de estos vive únicamente la persona emprendedora. Cabe destacar que este último porcentaje es ligeramente superior en el caso de los hombres que en el de las mujeres (un 13% frente a un 8%).

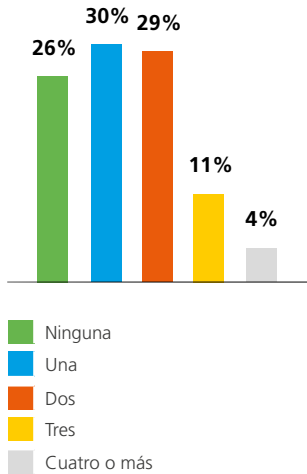
PERSONAS QUE CONVIVEN EN EL HOGAR



En un 26% de los casos no hay miembros que dependan de los ingresos generados por el negocio puesto en marcha con el microcrédito, mientras que en el 30% sí existe una persona dependiente y en otro 29% son dos las personas dependientes. Estas cifras, que siguen la tónica de informes anteriores, ponen de manifiesto la importancia crucial que en muchos casos tiene el éxito de los negocios puestos en marcha por estos emprendedores.

Estos porcentajes muestran variaciones no excesivamente significativas entre los emprendedores hombres y mujeres, a pesar de que se detecta una mayor proporción de hombres que declaran tener en su familia dos o más miembros que dependen de sus ingresos: un 48% frente a un 40% en el caso de las mujeres.

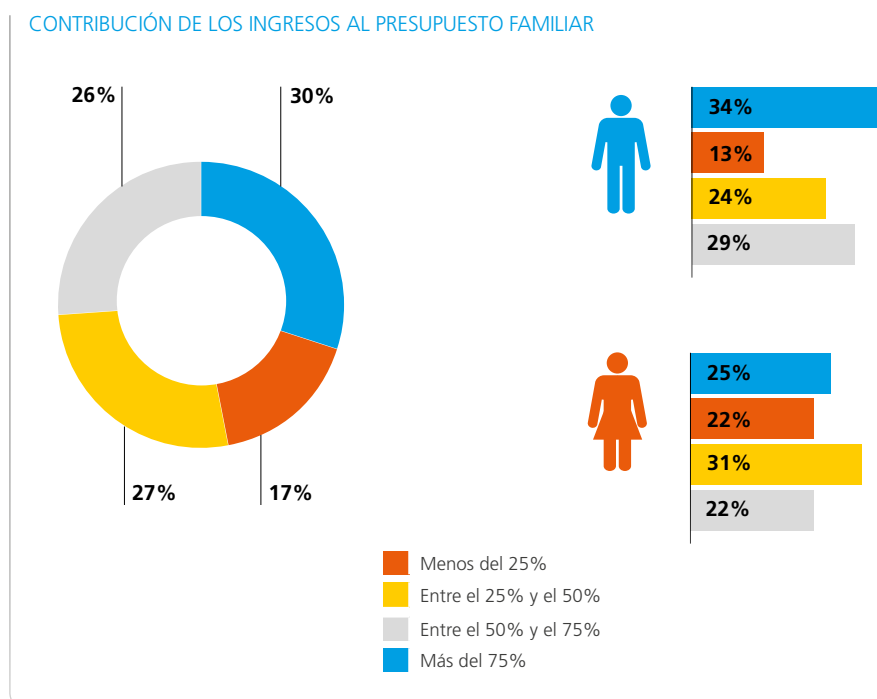
PERSONAS DEL HOGAR ECONÓMICAMENTE DEPENDIENTES



En un 30% de los casos la contribución de los ingresos de la persona emprendedora al presupuesto familiar es superior al 75%, mientras que en otro 26% representa entre el 50% y el 75% de dicho presupuesto. Esto pone de manifiesto la importancia que para estos empresarios tiene el éxito de su negocio. Solo en el 17% de los casos esta contribución representa menos del 25% del presupuesto familiar.



Si atendemos a estos datos en función del género del emprendedor, vemos que hay una proporción un tanto inferior de mujeres que contribuyen con sus ingresos en más del 75% del presupuesto familiar: un 25% frente a un 34% de los hombres. Asimismo, el porcentaje de mujeres que contribuyen con menos del 25% del presupuesto familiar es mayor que en el caso de los hombres: un 22% frente a un 13%. Dichos datos, por tanto, reflejan el escenario habitual de las economías domésticas en nuestro país, donde todavía es habitual que el papel económico del hombre sea preponderante.

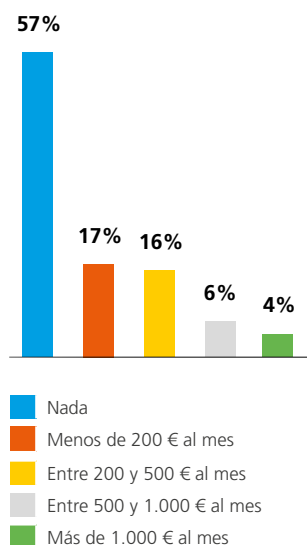


Únicamente un 26% de los emprendedores entrevistados afirman que llegan a fin de mes de forma holgada, un dato que sin embargo muestra una evolución positiva respecto al año anterior, cuando dicho porcentaje se situaba en un 22%. **La mayoría de emprendedores llegan a fin de mes de forma justa** (en un 51% de los casos), mientras que existe un 16% que declara no llegar a fin de mes.

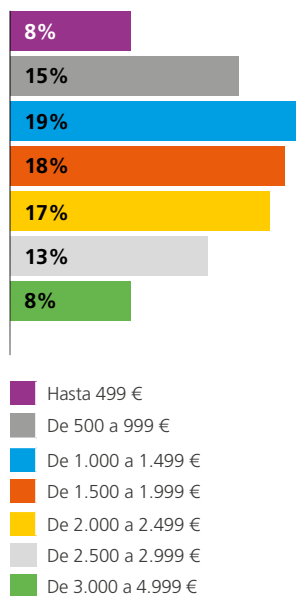
A pesar de que, como destacábamos, no se detecta un empeoramiento de la situación general de los microempresarios, los datos sí ponen de manifiesto la peor situación en la que se encuentran las mujeres emprendedoras respecto a los hombres, con mayores proporciones de emprendedoras que afirman no llegar a fin de mes (un 20% frente a un 13% de los hombres) o llegar de forma justa (un 54% frente a un 49% de los hombres).

Además, cabe destacar que la gran mayoría de los hogares, tanto de los emprendedores hombres como mujeres, no logran ahorrar más de 200 euros al mes, con **un 57% que afirma no poder ahorrar nada**. Dicha proporción es significativamente superior en el caso de las emprendedoras mujeres: un 65% frente a un 51% de emprendedores hombres que afirma no poder ahorrar.

AHORRO MENSUAL



NIVEL DE INGRESOS NETOS MENSUALES DE LOS HOGARES DE LOS EMPRENDEDORES



Los datos analizados hasta ahora permiten ver que, **en su mayoría, los ingresos netos mensuales de los hogares de los emprendedores no superan los 2.000 euros**. La franja mayoritaria es la de aquellos hogares con ingresos entre los 1.000 y los 1.499 euros (el 19% de los casos) o entre los 1.500 y los 1.999 euros (el 18% de los casos).

Nuevamente, si analizamos los niveles de renta en función del género, vemos que la mujer emprendedora se encuentra en una situación un tanto peor que el hombre emprendedor. Existe una mayor proporción de hogares en todos los tramos de rentas bajas en el caso de las emprendedoras que en el caso de los emprendedores y, por ejemplo, mientras las mujeres que afirman tener ingresos netos mensuales superiores a 5.000 euros no llega ni al 1%, este porcentaje se sitúa en el 3% en el caso de los hombres.

El análisis de la situación patrimonial de los emprendedores antes de empezar con el negocio muestra que la mayoría disponía de algún medio de transporte (en un 67% de los casos) y/o de algún inmueble (en un 59% de los casos). Solo un 7% de los encuestados afirma que disponía de una segunda residencia. De nuevo los datos son peores en el caso de las mujeres emprendedoras, con menores tasas para todas las categorías que en el caso de los hombres emprendedores.

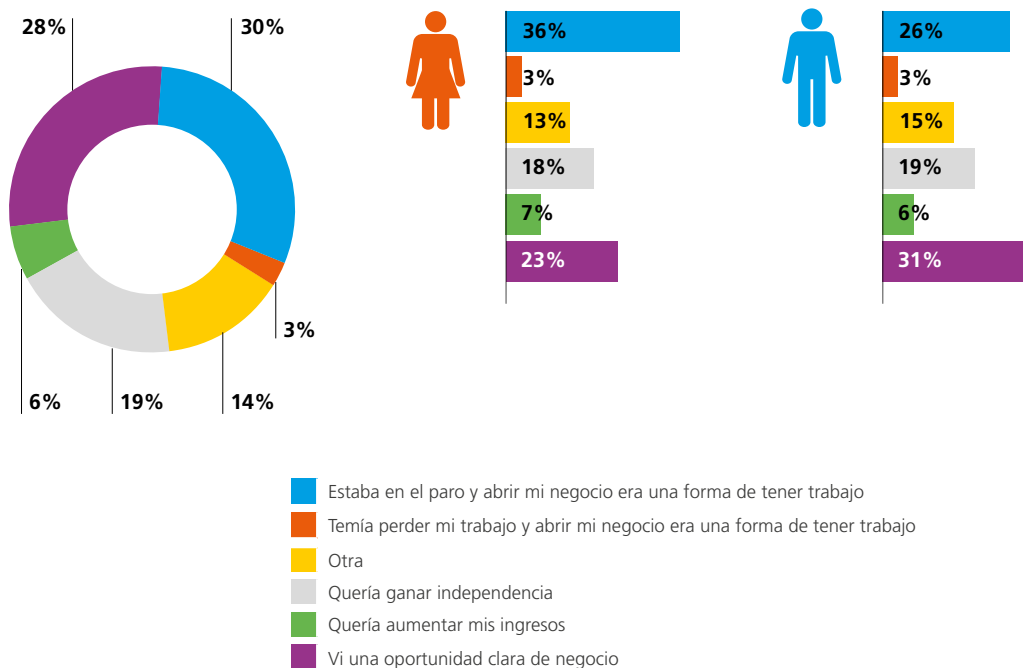
Por último, cabe señalar que la gran mayoría de los emprendedores encuestados no han solicitado ningún otro crédito desde la obtención del microcrédito de MicroBank (en un 73% de los casos). Esta proporción es ligeramente superior en el caso de las mujeres emprendedoras, lo cual está en concordancia con los datos que presentábamos en el artículo inicial del presente informe en relación con la mayor aversión de la mujer al endeudamiento.

Razones para la apertura del negocio

Determinar la razón principal que ha llevado a los emprendedores a poner en marcha sus negocios puede aportar datos relevantes sobre el funcionamiento de los mismos. Mientras que un emprendedor por necesidad es aquel que se encuentra inmerso en el proceso emprendedor por no tener una mejor opción en el mercado laboral; un emprendedor por oportunidad es aquel que escoge crear una empresa basándose en la percepción de que existe una oportunidad de negocio no aprovechada o aprovechada de forma incompleta por las empresas existentes. El emprendimiento por necesidad representa un 30% de los emprendedores que han recibido un crédito de MicroBank. Para este 30%, abrir su negocio era una forma de tener trabajo y resolver así su situación de desempleo. Otro 3% adicional temía perder su trabajo, por lo que abrir un negocio era una forma de asegurarse un empleo. Los emprendedores que han afirmado emprender por haber visto una oportunidad clara de negocio representan un 28%, mientras que también es significativo el porcentaje de empresarios que quería ganar independencia. Por otra parte, la razón principal que se esgrime en el apartado "Otros" es la de continuar con el negocio familiar.

Los resultados de la encuesta también parecen corroborar una de las afirmaciones que se suele hacer al hablar del emprendimiento femenino, destacando que las mujeres suelen emprender más por necesidad que por oportunidad, comparadas con los hombres. Efectivamente, mientras que un 31% de los hombres encuestados afirman haber emprendido por haber visto una oportunidad clara de negocio, este porcentaje baja hasta el 23% en el caso de las mujeres. Por el contrario, un 36% de las mujeres afirma haber emprendido por estar en el paro, mientras que este porcentaje baja hasta el 25% en el caso de los hombres.

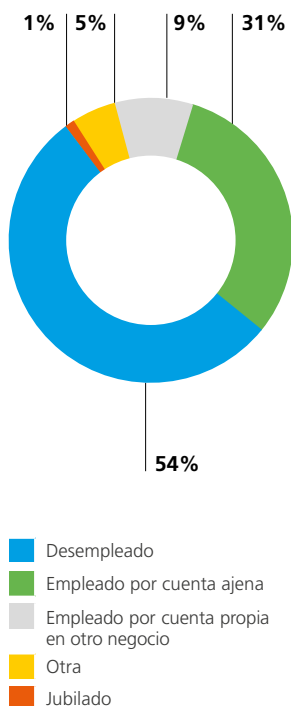
MOTIVACIONES PARA ABRIR UN NEGOCIO



Situación laboral actual del microempresario o de la microempresaria

El 94% de los entrevistados con negocio abierto se encuentran actualmente empleados por cuenta propia en su propio negocio, mientras que un 4% están empleados por cuenta ajena. Lógicamente los datos muestran diferencias significativas en el caso de los emprendedores que han tenido que cerrar su negocio respecto a aquellos que todavía lo tienen abierto.

SITUACIÓN LABORAL ACTUAL DEL MICROEMPRESARIO CON NEGOCIO CERRADO



Vemos, por tanto, que **en el caso de los emprendedores que tienen el negocio cerrado la situación laboral actual está marcada por el desempleo**, que afecta al 54% de los encuestados, mostrando un ligero aumento respecto al año anterior, cuando este porcentaje se situó en un 49%.

Si atendemos al género, apreciamos una mayor proporción de mujeres emprendedoras que se encuentran actualmente en situación de desempleo, respecto a los hombres (un 15% frente a un 9%).

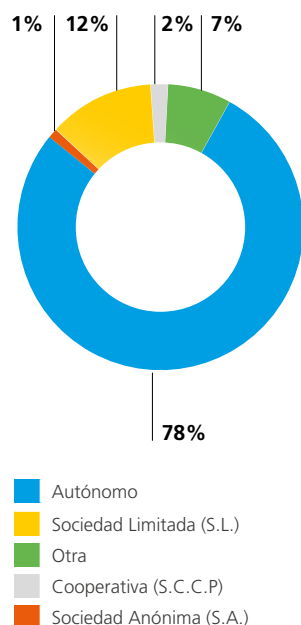
4.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS NEGOCIOS

En este apartado, se analizan las características principales de los negocios que se han puesto en marcha con el impulso de los microcréditos concedidos. Al igual que en el apartado anterior, se pondrá especial atención en los resultados obtenidos en función del género, con el objetivo de determinar si los negocios puestos en marcha por las mujeres emprendedoras presentan características diferenciadas con respecto a los impulsados por los hombres emprendedores. Por otra parte, también se atienden las diferencias entre los negocios todavía abiertos y los que se han visto forzados a cerrar, intentando determinar los factores críticos para el éxito de los mismos.

Forma jurídica y número de socios

El 78% de las empresas no tienen forma jurídica propia y sus empresarios y empresarias son autónomos. La sociedad limitada, con el 12% de los casos, es la forma jurídica más habitual, mientras que otras formas obtienen únicamente porcentajes minoritarios.

FORMA JURÍDICA DE LOS NEGOCIOS CREADOS CON LOS MICROCRÉDITOS



Las mujeres parecen decantarse en mayor medida que los hombres por ser autónomas (un 80% de las entrevistadas frente a un 76% de los entrevistados). También parecen tener mayor preferencia por formas tradicionalmente asociadas con iniciativas de carácter más social como las cooperativas (un 4% de las mujeres frente a un 1% de los hombres). Los hombres, en cambio, crean con más frecuencia que las mujeres Sociedades Limitadas (un 14% frente a un 8%).

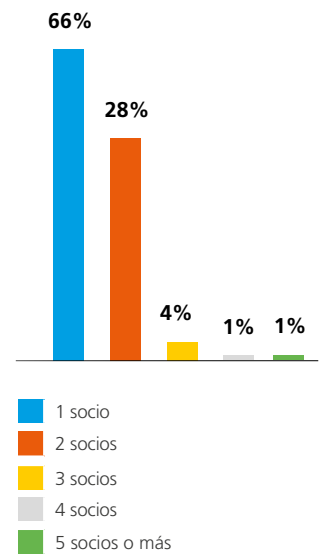
Por otra parte, cabe destacar que la **mayoría de los negocios creados tienen un solo propietario (el 67%) o dos (el 28%)**, lo cual se corresponde con la presencia mayoritaria de autónomos que acabamos de ver. Por otra parte cabe destacar que no encontramos diferencias demasiado significativas si analizamos estos datos en función del género.

Sector de actividad

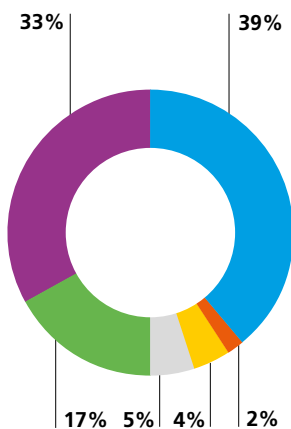
El 39% de los negocios creados con microcréditos sirven para poner en marcha servicios profesionales, mientras que el 33% pertenecen al sector del comercio minorista, siguiendo la tónica de los resultados obtenidos en estudios previos. Los negocios ligados a la hostelería y la restauración continúan siendo significativos con un 17% del total, mientras que los de carácter más innovador, ligados a las nuevas tecnologías, siguen siendo minoritarios con un 2%.

Si consideramos la tasa de éxito de los negocios en función del sector, observamos una mayor presencia de negocios relacionados con el comercio minorista (un 53%) y con la hostelería y la restauración (un 22%) entre los negocios cerrados. Entre los negocios todavía abiertos, en cambio, hay una mayor proporción de los que ofrecen servicios profesionales (un 45% de las iniciativas creadas frente a un 20% en el caso de los negocios cerrados).

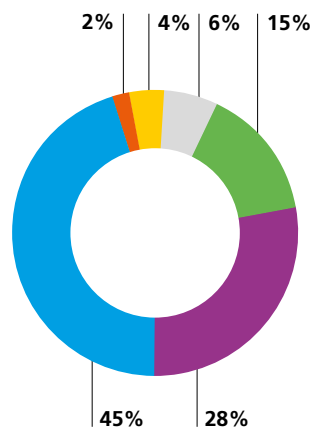
¿CONTANDO CON USTED, CUÁNTOS SOCIOS SON [ERAN] EN SU EMPRESA?



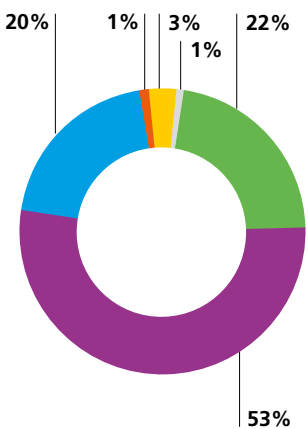
SECTOR DE ACTIVIDAD DE LOS NEGOCIOS CREADOS



SECTOR DE ACTIVIDAD DE LOS NEGOCIOS ABIERTOS

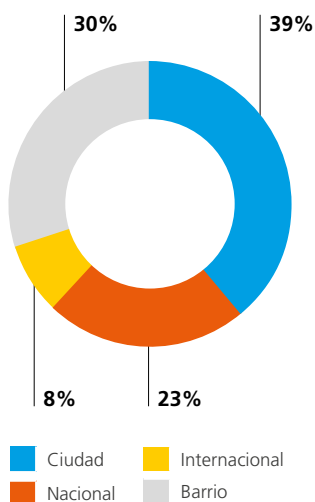


SECTOR DE ACTIVIDAD DE LOS NEGOCIOS CERRADOS

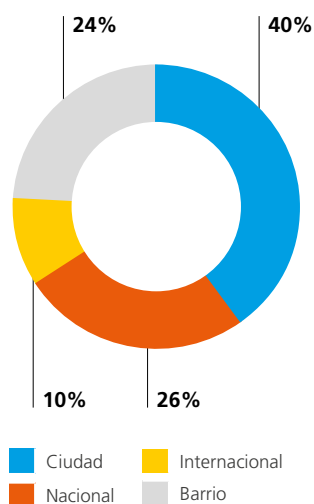


- Sector primario (agricultura, ganadería,...)
- Hostelería y restauración
- Comercio minorista (venta al por menor)
- Servicios profesionales
- Negocios relacionados con las nuevas tecnologías
- Otro

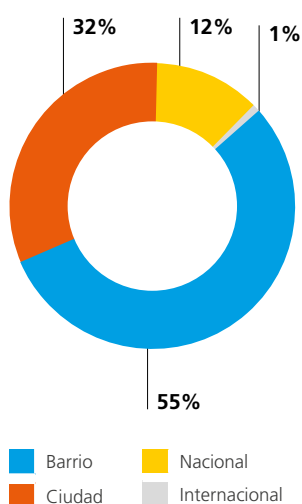
ÁMBITO DE ACTUACIÓN DE LOS NEGOCIOS CREADOS



ÁMBITO DE ACTUACIÓN DE LOS NEGOCIOS ABIERTOS



ÁMBITO DE ACTUACIÓN DE LOS NEGOCIOS CERRADOS



También se observan diferencias entre los negocios creados por los hombres y las mujeres. Así, estas últimas parecen decantarse en mayor proporción por el comercio minorista (un 41% frente a un 27% en el caso de los hombres). Estos, en cambio, apuestan más por los servicios profesionales (un 44% frente a un 33% de las mujeres), así como por iniciativas ligadas al sector primario (un 6% frente a un 3%). Los porcentajes de ambos géneros son similares en las iniciativas ligadas a la hostelería y restauración, mientras que los hombres solo son ligeramente superiores en el ámbito de las nuevas tecnologías.

Ámbito de actuación

Un 69% de los negocios creados son de carácter local (barrio y/o ciudad). Los negocios de carácter internacional siguen registrando un bajo porcentaje del total, únicamente del 9%.

Otra de las características que suelen mencionarse al hablar de las empresas creadas por mujeres en comparación con las creadas por hombres es su menor grado de internacionalización. Los resultados del presente análisis parecen confirmar este hecho y mientras el porcentaje de negocios de ámbito internacional creados por hombres se sitúa en el 10%, el de los creados por mujeres baja hasta el 6%. Las iniciativas creadas por las mujeres emprendedoras son, en mayor grado, de carácter de barrio, en línea con la predominancia de negocios ligados al comercio minorista que señalábamos anteriormente (un 38% de las iniciativas creadas por mujeres frente a un 24% de las creadas por hombres).

El grado de internacionalización también parece tener un cierto peso en el resultado de los negocios, con un porcentaje significativamente inferior de iniciativas de ámbito internacional entre los negocios cerrados: un 1% de los negocios cerrados frente a un 10% de los negocios todavía abiertos. Por el contrario, entre los negocios cerrados son mayoría los de ámbito de barrio: un 55% del total de los negocios cerrados frente a un 24% del total de negocios abiertos.

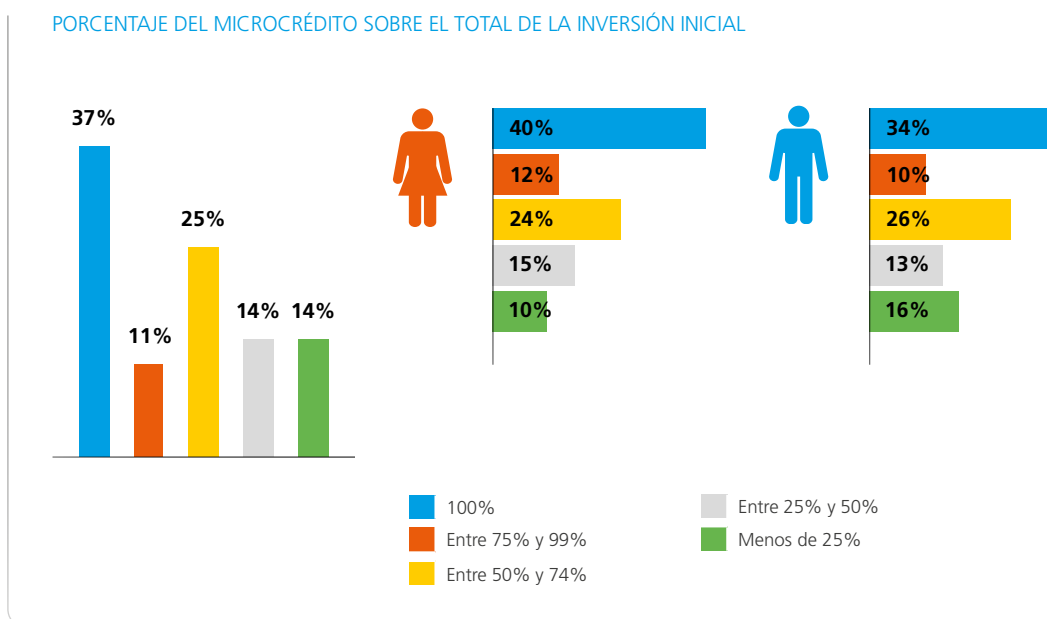


Inversión y financiación del negocio

Un 51% de los microcréditos otorgados han servido para abrir un nuevo negocio, mientras que un 49% se han destinado a ampliar uno existente. Estos porcentajes muestran variaciones en función del género, con una mayor proporción de mujeres que han utilizado el microcrédito para abrir un negocio (un 59% de los casos frente al 45% de hombres). Los hombres, mayoritariamente, lo han utilizado para ampliar un negocio existente (en un 55% de los casos).

En un 37% de los casos, el microcrédito ha representado el 100% de la inversión para abrir o ampliar el negocio. Solo en un 14% de los casos el microcrédito ha representado menos del 25% del total de la inversión.

Las mujeres parecen haber sido más dependientes del microcrédito que los hombres, con un 40% para las que representó el 100% frente a un 34% en el caso de los hombres.



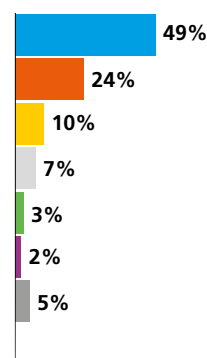
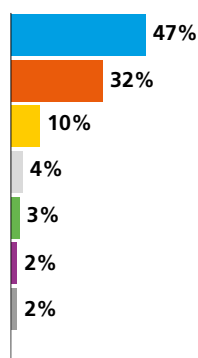
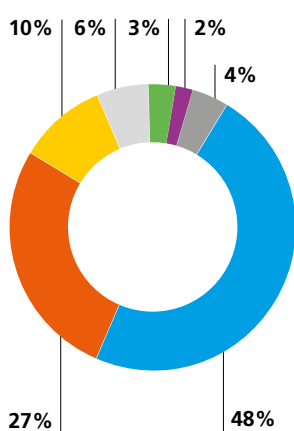
Otras fuentes de financiación como la banca comercial, los créditos ICO o el préstamo de amigos o familiares han sido muy minoritarias, mientras que los ahorros propios han constituido, tras el microcrédito, la fuente de financiación principal de los emprendedores y emprendedoras.

Tamaño de las empresas

A pesar de que mayoritariamente los negocios creados con microcréditos se centran en el autoempleo, lo cierto es que este año se detecta un importante aumento de aquellas iniciativas que emplean a alguna otra persona además del emprendedor. Así, mientras los datos del presente informe muestran que un 48% de los negocios generan autoempleo y el 27% cuentan con un único empleado, en la edición anterior estos porcentajes se situaban respectivamente, en el 57% y en el 18%. **El promedio de puestos de trabajo de las empresas de la muestra es de 2,2.**

También aquí se constata otra de las diferencias que destacábamos en el artículo inicial de este informe entre las empresas creadas por mujeres y las empresas creadas por hombres y que tiene que ver con el tamaño de las mismas. Efectivamente, aunque las diferencias no son muy notables, parece que las empresas creadas por hombres son en promedio un poco mayores que las creadas por mujeres: mientras las primeras tienen una media de 2,4 puestos de trabajo, en las segundas este índice es de 2 puestos de trabajo de media.

EMPLEADOS A SU CARGO



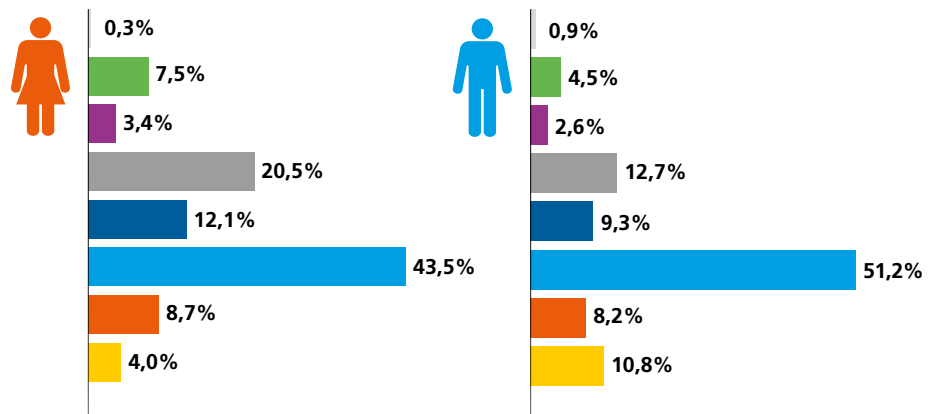
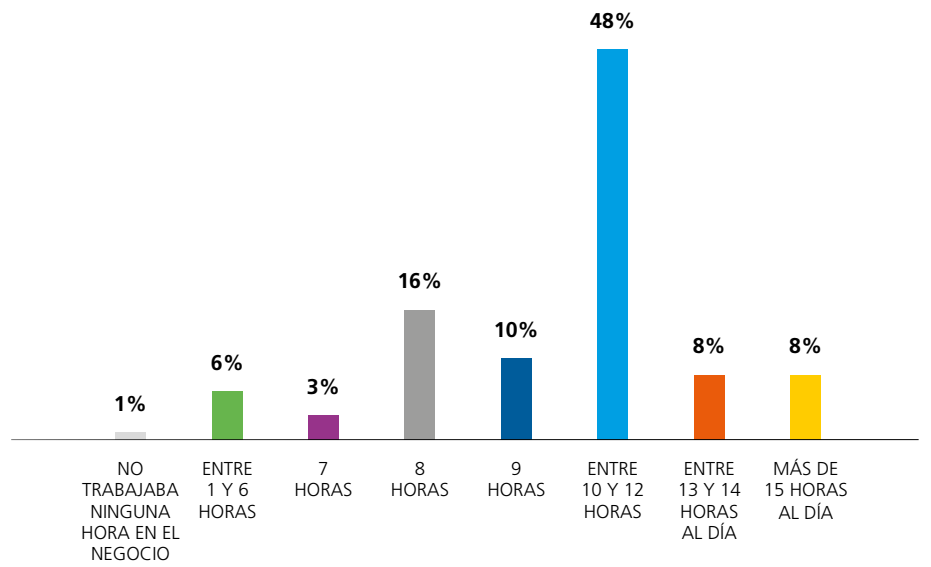


Condiciones laborales

Si atendemos a las condiciones laborales de los emprendedores encuestados, siguiendo la línea de los resultados de informes anteriores, vemos que **el 48% de los entrevistados trabaja entre 10 y 12 horas en el negocio** e incluso el 8% afirma trabajar más de 15 horas al día.

Aunque las diferencias no son muy sustanciales, lo cierto es que **las emprendedoras, de media, parecen trabajar menos horas en su negocio que los emprendedores**. Así por ejemplo, el porcentaje de las que afirma trabajar más de 15 horas al día es de un 4%, mientras que en el caso de los emprendedores hombres es del 11%. Muchas de estas mujeres emprendedoras, seguramente, han tenido en cuenta la mayor flexibilidad laboral o la dedicación que debían darle al negocio a la hora de crearlo para poder compaginarlo con sus responsabilidades familiares, especialmente las relativas al cuidado de los hijos.

DEDICACIÓN EN HORAS TRABAJADAS



- No trabajaba ninguna hora en el negocio
- Entre 1 y 6 horas
- 7 horas
- 8 horas
- 9 horas
- Entre 10 y 12 horas
- Entre 13 y 14 horas al día
- Más de 15 horas al día

La dureza de las condiciones laborales para muchos de estos emprendedores no quedan reflejadas únicamente en las largas jornadas laborales que acabamos de ver, sino que, además, un 43% de los encuestados afirman trabajar también los sábados y domingos, mientras que otro 40% lo hacen los sábados y, únicamente, un 17% señala que no trabaja los fines de semana. En este último caso, cabe destacar que la proporción de mujeres que afirma no trabajar los fines de semana es inferior a la de los hombres: un 14% en el caso de las mujeres y un 19% en el caso de los hombres. Además, la gran mayoría de emprendedores no cuentan o no contaban con el apoyo de ningún familiar en el negocio (el 76% de los encuestados). Los datos siguen la tónica de los obtenidos en informes anteriores y ponen de manifiesto la gran dedicación que requiere poner en marcha una microempresa, especialmente en contextos aún marcados por la recesión como el actual.

4.3. FUNCIONAMIENTO DE LOS NEGOCIOS

En este apartado analizaremos el funcionamiento de los negocios creados con los microcréditos concedidos, especialmente en lo relativo a su tasa de éxito así como a las percepciones sobre el futuro de sus negocios que tienen los emprendedores.

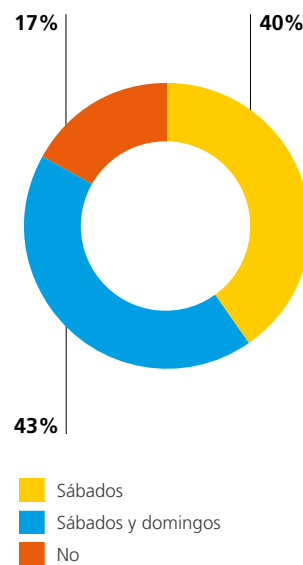
Éxito y continuidad de los negocios

El **79% de los negocios que han recibido un microcrédito siguen abiertos**, mientras que un 19% ha cerrado y otro 2% está en traspaso. Las cifras muestran una ligera mejora respecto a los datos obtenidos en el informe anterior, cuando la tasa de supervivencia de los negocios se situó en el 73%. Los negocios impulsados por hombres parecen ser un poco más resistentes, con una tasa de negocios abiertos del 82%, mientras que la de las mujeres se sitúa en el 76%. El género, por tanto, parece tener una cierta influencia en las probabilidades de éxito de los negocios, aunque la diferencia no es muy destacable.

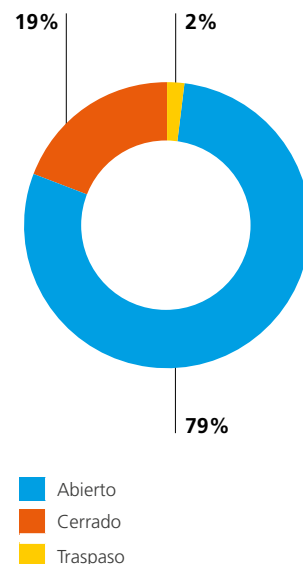
Tal y como ya constatábamos en los informes anteriores, los negocios que han sido ampliados con el microcrédito siguen abiertos en mayor grado que aquellos en los que el microcrédito se utilizó para su creación. Así, mientras en el 71% de los casos los negocios abiertos con microcréditos siguen abiertos, esta cifra sube al 88% en el caso de los microcréditos concedidos para ampliar el negocio. Se constata, lógicamente, que la puesta en marcha de nuevas iniciativas presenta más factores de riesgo que la consolidación de negocios ya existentes. En cualquier caso, las cifras, como ya destacábamos anteriormente, presentan una mejoría respecto a las obtenidas en informes anteriores.

La mayor parte de los emprendedores entrevistados tuvo unos beneficios de entre 10.000 y 25.000 euros anuales, destacando un 9% que afirma haber obtenido beneficios superiores a los 50.000 euros anuales.

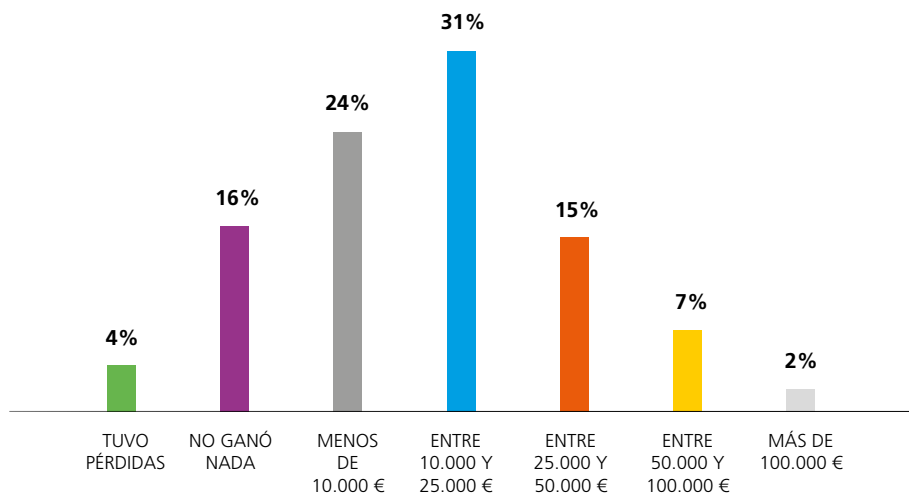
¿TRABAJA LOS SÁBADOS Y DOMINGOS?



SITUACIÓN DE LOS NEGOCIOS QUE HAN RECIBIDO UN MICROCRÉDITO



BENEFICIOS ANUALES

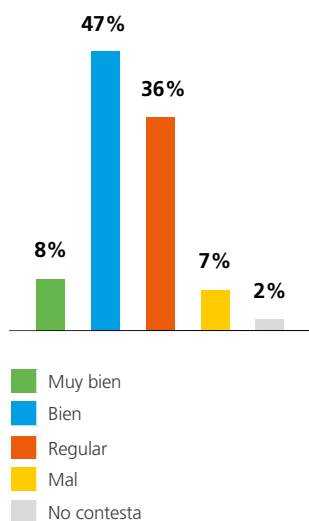


La media de beneficios se sitúa en los 24.818 euros. Los datos son notablemente peores para las empresas puestas en marcha por mujeres, donde la media de beneficios anuales es de 14.076 euros.

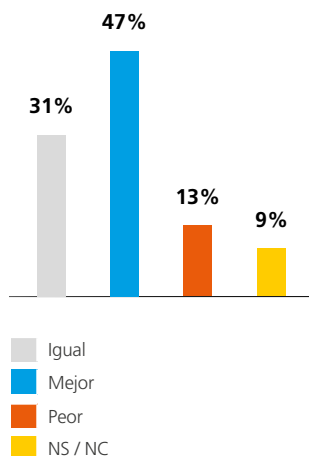
Un 55% de los emprendedores entrevistados consideran que su negocio funciona bien o incluso muy bien, un dato que también presenta una notable mejora respecto al obtenido el año anterior, cuando se situó en el 46%. Parece ser, por tanto, que los emprendedores se están haciendo eco también de los indicios de recuperación económica que parecen caracterizar a la economía española. Las mujeres son ligeramente menos positivas que los hombres en este sentido, con un 53% que afirma que su negocio marcha bien o muy bien frente al 59% de hombres que lo afirma.

Además, **la mayor parte de los emprendedores considera que su negocio va mejor que el año anterior,** existiendo únicamente un 13% que considera que va peor. En este caso, la percepción de los hombres y mujeres emprendedores no difiere demasiado, aunque el porcentaje de mujeres que considera que va peor es ligeramente superior al de hombres (un 15% respecto a un 13%).

CÓMO FUNCIONA EL NEGOCIO



EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO RESPECTO AL AÑO PASADO



Por otra parte, en cuanto a las previsiones de los emprendedores, es importante destacar que estos se muestran también optimistas, con **un 55% que cree que su negocio crecerá bastante o moderadamente**, mientras que un 37% piensan que se mantendrá estable. Únicamente un 2% piensa que tendrá que cerrar y un 1% que las ventas caerán. En este ámbito no se detectan diferencias significativas entre las percepciones de las emprendedoras y los emprendedores.

Cierre de negocios

Como ya señalábamos en informes anteriores, **la razón prioritaria para el cierre de los negocios es la falta de rentabilidad**. Los problemas familiares o personales o el exceso de dedicación aparecen como causas mucho más marginales. No se detectan diferencias en este sentido entre los emprendedores hombres y mujeres.

La experiencia fallida de los negocios deja a la mayoría de los emprendedores sin ganas de iniciar una nueva aventura empresarial: **el 80% de los encuestados afirma que no piensan abrir otro negocio**, un porcentaje que crece hasta el 84% en el caso de las mujeres y se reduce al 75% en el caso de los hombres. Por otra parte, la mayoría de los entrevistados no cree que el negocio le haya ayudado a conseguir su trabajo actual.

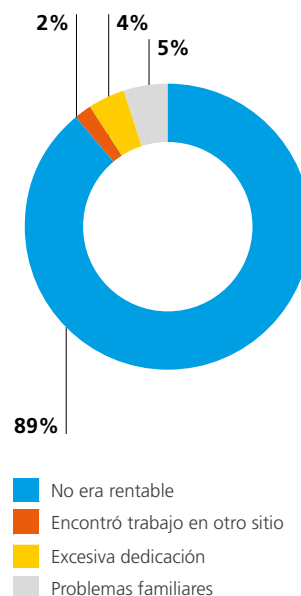
Capacidad para devolver el préstamo

El 66% de los negocios generaron suficientes ingresos desde el principio para devolver el préstamo, un porcentaje un tanto superior al que encontrábamos en el informe anterior (el 63%). Otro 14% adicional afirma que el negocio generó suficientes ingresos para devolver el microcrédito, aunque al cabo de un tiempo o con muchas dificultades. También en este aspecto las cifras de las emprendedoras mujeres son un tanto peores que las de los emprendedores hombres. Mientras que para el 69% de hombres el negocio generó suficientes ingresos desde el principio para devolver el préstamo, en el caso de las mujeres este porcentaje se sitúa en el 62%. Por el contrario, un 20% de las emprendedoras afirma que el negocio no generó suficientes ingresos para pagar las cuotas, mientras que en el caso de los emprendedores este porcentaje es del 14%.

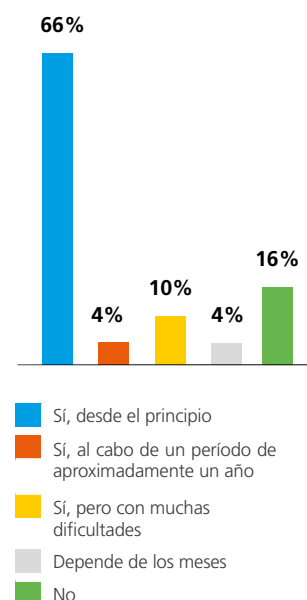
Como ya veíamos en informes anteriores, este dato es distinto cuando el microcrédito se ha destinado a abrir un nuevo negocio o a ampliar uno existente. Así, mientras en el caso de creación de nuevos negocios el 72% de los mismos han generado suficientes ingresos para poder devolver el microcrédito, este porcentaje se eleva hasta el 88% en el caso de ampliación de un negocio existente.

Un 20% de los emprendedores entrevistados afirma que algunos meses no pudo pagar la cuota por falta de liquidez, un porcentaje similar tanto para los hombres como para las mujeres. Si solo se consideran las empresas que siguen abiertas, este porcentaje se reduce hasta el 16%.

MOTIVOS DE CIERRE DEL NEGOCIO



¿GENERA EL NEGOCIO SUFICIENTES INGRESOS PARA DEVOLVER EL MICROCRÉDITO?



4.4. IMPACTO DE LOS MICROCRÉDITOS

Siguiendo la línea de los informes anteriores, se han analizado diversas variables para obtener información sobre el papel del microcrédito en la creación de empleo y ocupación, así como en la situación social y económica de los emprendedores y emprendedoras.

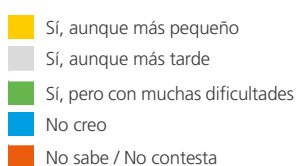
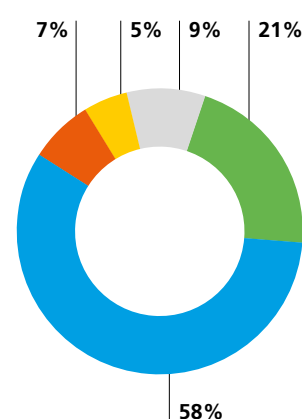
Impacto sobre la creación de empresas

Como ya constatábamos en ediciones anteriores, los resultados del análisis ponen de manifiesto el valor del microcrédito como instrumento para la creación de empresas. Así, **un 58% de los encuestados no cree que pudiese haber puesto en marcha o ampliado su negocio sin la concesión del microcrédito y un 21% adicional piensa que lo podría haber abierto pero con muchas dificultades.** Además, los datos muestran que para el colectivo de mujeres emprendedoras el microcrédito ha sido aún de mayor importancia, ya que el porcentaje que afirma que no podría haber abierto su negocio sin la concesión del crédito se eleva hasta el 66%, mientras que es un 53% en el caso de los hombres.

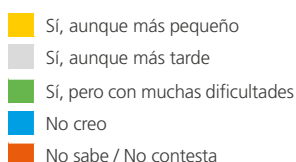
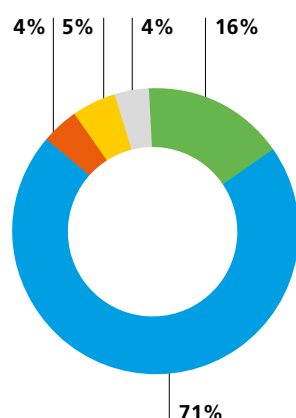
Estos datos resultan aún más significativos si analizamos únicamente el colectivo de emprendedores que han puesto en marcha una nueva iniciativa empresarial. En este caso, el 71% de los emprendedores afirman que no les habría sido posible abrir el negocio sin el apoyo del microcrédito.

Por otra parte, si analizamos la importancia del microcrédito en la financiación inicial del negocio observamos que, tal como ya hemos señalado, en un 37% de los casos el microcrédito representó el 100% de la inversión inicial. A este porcentaje hay que añadir otro 11% para el que el microcrédito ha representado más del 75% del total de la inversión. Los datos analizados, por tanto, nos permiten afirmar que el microcrédito ha sido un instrumento vital para la creación de nuevas iniciativas empresariales.

¿CREE QUE SIN LA CONCESIÓN DEL MICROCRÉDITO PODRÍA HABER ABIERTO/AMPLIADO SU NEGOCIO?



CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS: ¿CREE QUE SIN LA CONCESIÓN DEL MICROCRÉDITO PODRÍA HABER ABIERTO/AMPLIADO SU NEGOCIO?



Impacto sobre la creación de empleo y la ocupación

Si analizamos los puestos de trabajo creados por las empresas de nueva apertura vemos que un 47% contrataron a algún empleado, predominando aquellas empresas que contrataron a un empleado más, además del propio emprendedor (en un 29% de los casos).

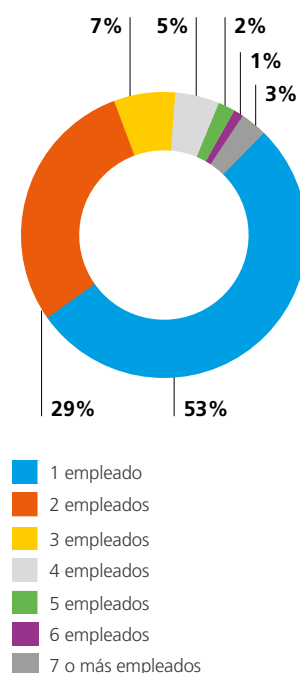
La media de puestos de trabajo creados (incluyendo el del propio emprendedor) por las nuevas empresas puestas en marcha gracias al microcrédito fue de dos puestos. Mientras en las empresas creadas por hombres se crearon 2,1 puestos de trabajo, en las creadas por mujeres esta media fue de 1,8 puestos de trabajo.

Por otra parte, si atendemos únicamente al colectivo de empresarios que utilizó el microcrédito para ampliar un negocio existente, vemos que un 35% contrató algún empleado desde que solicitó el microcrédito, un porcentaje que no presenta variaciones significativas en función del género. Entre estos emprendedores, la mayoría han contratado una persona (en un 46% de los casos), aunque destaca un 12% que afirma haber contratado a seis o más personas. **Las empresas que utilizaron el microcrédito para ampliar su negocio y que contrataron a algún empleado, contrataron de media a 3,1 personas.** Mientras que las empresas de los emprendedores contrataron 3,6 personas de media, las de las emprendedoras contrataron 2,1 personas de media, lo que refuerza otra de las afirmaciones que hacíamos en el artículo inicial del presente informe sobre la menor capacidad de creación de empleo de las iniciativas empresariales puestas en marcha por las mujeres.

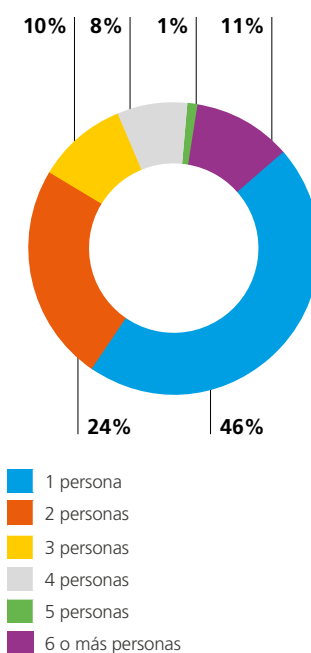
Si calculamos la media global de puestos de trabajo creados teniendo en cuenta tanto las empresas de nueva creación como las que utilizaron el microcrédito para ampliar su negocio y, de estas últimas, incluyendo tanto a las que contrataron a algún empleado como a las que no, obtenemos una **media de 1,55 puestos de trabajo creados para las empresas encuestadas.**

Además, un 32% de los encuestados afirma tener previsto contratar algún empleado en los próximos 12 meses, un porcentaje que se sitúa en el 28% en el caso de las mujeres y en el 34% en el caso de los hombres. La mayoría de estos emprendedores tiene previsto contratar a una persona, aunque destaca un 4% que tiene previsto contratar a seis o más empleados. En este último caso es importante señalar que se trata únicamente de empresas creadas por emprendedores hombres. Las emprendedoras, en un 76% de los casos, tienen previsto contratar a un solo empleado, un porcentaje que en el caso de los emprendedores es del 57%.

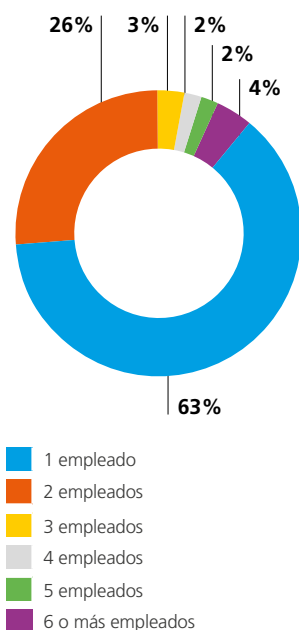
NUEVAS EMPRESAS: EN EL NEGOCIO, CONTÁNDOSE USTED, ¿CUÁNTOS EMPLEADOS TIENE [TENÍA] A SU CARGO?



PARA LOS QUE HAN AMPLIADO NEGOCIO Y HAN CONTRATADO ALGÚN EMPLEADO DESDE QUE SOLICITÓ EL MICROCRÉDITO: ¿CUÁNTOS EMPLEADOS HA CONTRATADO?



¿CUÁNTAS PERSONAS TIENE PREVISTO CONTRATAR EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES?



Por otro lado, si analizamos los despidos, observamos que el 20% de los emprendedores se han visto forzados a despedir a uno o más empleados en los últimos 12 meses, un dato que ya encontrábamos en el pasado informe. En este caso, los datos son ligeramente más positivos para las mujeres emprendedoras, quienes se han visto obligadas a despedir en menor proporción que los hombres (un 17% frente a un 21%).

Además del impacto directo en la creación de empleo, cabe destacar que el **63% de los encuestados consideran que están mejor preparados para afrontar el futuro que antes de la concesión del microcrédito**. Los datos son distintos en el caso de los negocios abiertos o cerrados: mientras que el 66% de los empresarios con negocios abiertos se sienten más capaces y preparados, en el caso de los negocios cerrados este porcentaje disminuye hasta el 47%. Por otra parte cabe señalar que los datos no muestran diferencias demasiado significativas en este sentido entre los emprendedores hombres y mujeres.

Además, es importante señalar que el 90% de los emprendedores que se ven más preparados y capaces creen que la concesión del microcrédito ha contribuido a esta mejora, un porcentaje que incluso se sitúa en el 73% para aquellos emprendedores que han tenido que cerrar su negocio. Así pues, se constata que el microcrédito puede jugar un papel fundamental no solo en la creación directa de empleo sino también en el nivel de empleabilidad de los emprendedores, tanto los que han tenido éxito en sus iniciativas empresariales como para aquellos que se han visto obligados a cerrar sus negocios.

¿SE SIENTE MÁS O MENOS CAPAZ Y PREPARADO AHORA PARA AFRONTAR EL FUTURO QUE ANTES DE LA CONCESIÓN DEL MICROCRÉDITO? NEGOCIOS ABIERTOS



¿SE SIENTE MÁS O MENOS CAPAZ Y PREPARADO AHORA PARA AFRONTAR EL FUTURO QUE ANTES DE LA CONCESIÓN DEL MICROCRÉDITO? NEGOCIOS CERRADOS



- Sí, ahora me siento más capaz y preparado
- Me siento igual de capaz y preparado
- No, ahora me siento menos capaz
- No sabe / No contesta

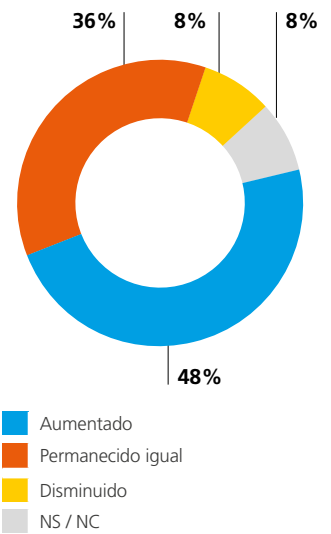
Impacto sobre la situación socioeconómica de los empresarios

Lógicamente, los resultados obtenidos al analizar las variables relativas al impacto económico de los microcréditos varían notablemente si analizamos los negocios que todavía están abiertos o aquellos que se han visto obligados a cerrar.

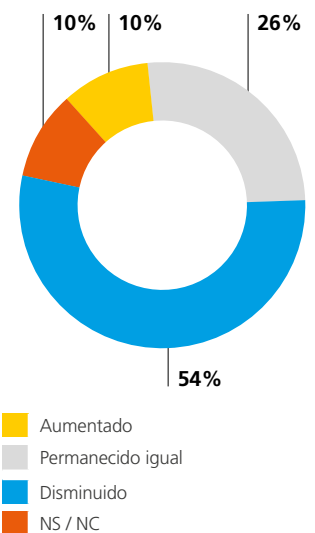
Un 48% de los emprendedores con negocio abierto afirma que sus ingresos disponibles han aumentado gracias a la concesión del microcrédito. En el caso de los emprendedores con negocio cerrado, son mayoría, en cambio, los que creen que sus ingresos han disminuido.



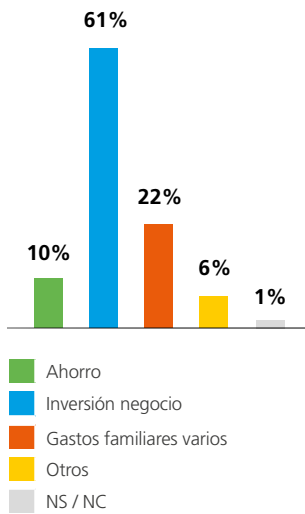
NEGOCIOS ABIERTOS: DIRÍA QUE, GRACIAS A ÉL, ¿SUS INGRESOS DISPONIBLES HAN AUMENTADO O HAN DISMINUIDO?



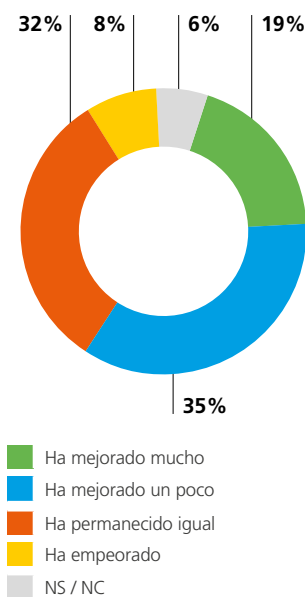
NEGOCIOS CERRADOS: DIRÍA QUE, GRACIAS A ÉL, ¿SUS INGRESOS DISPONIBLES HAN AUMENTADO O HAN DISMINUIDO?



¿A QUÉ HA DEDICADO ESTE AUMENTO DE INGRESOS? (MULTIRRESPUESTA)



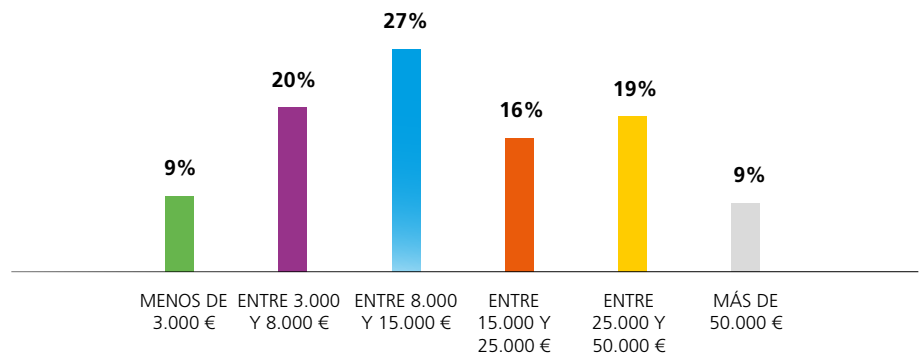
SU CALIDAD DE VIDA HA MEJORADO GRACIAS AL MICROCRÉDITO



Un 61% de los emprendedores cuyos ingresos han aumentado los han reinvertido en el propio negocio, mientras que un 10% los han ahorrado.

Entre los emprendedores que han reinvertido en su propio negocio, la mayoría lo ha hecho por valor de entre 8.000 y 15.000 euros, destacando un 27% que ha reinvertido más de 25.000 euros.

INVERSIÓN REALIZADA



Si analizamos las percepciones sobre la mejora en la calidad de vida de estos emprendedores vemos que un 46% piensa que ha mejorado, un porcentaje que aumenta hasta el 54% si solo atendemos a las respuestas de aquellos empresarios que siguen con el negocio abierto. Los datos no muestran diferencias demasiado significativas si atendemos al género.

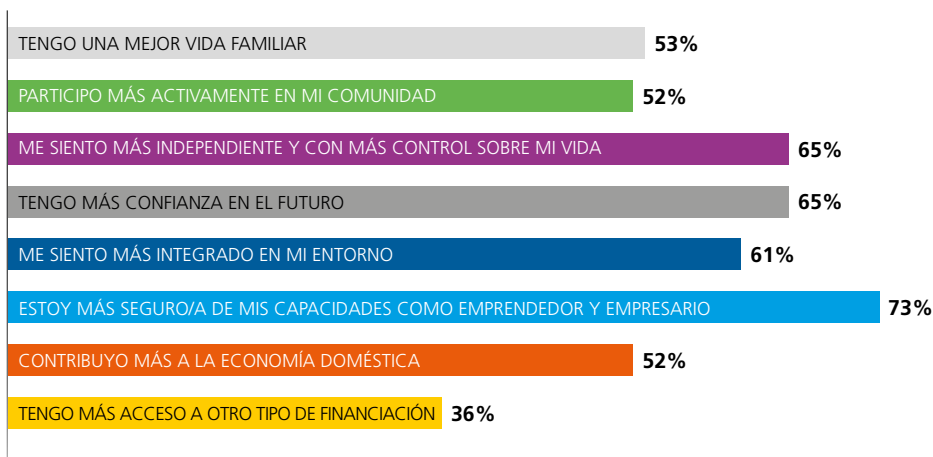
Por otra parte, el **46% de los microemprendedores consideran que su situación económica actual es mejor que la que habrían tenido si no les hubieran concedido el microcrédito**, un porcentaje que se eleva hasta el 51% si solo consideramos a aquellos emprendedores con el negocio todavía abierto.



Los resultados de los emprendedores que se han visto forzados a cerrar su negocio son, lógicamente, mucho menos positivos, pero aun así un 28% afirma que cree que su situación económica actual es mejor que la que tendría si no hubiera solicitado el microcrédito.

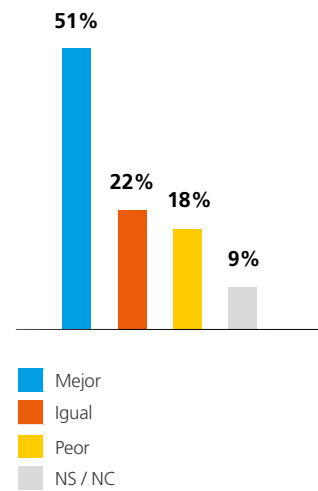
El impacto positivo del microcrédito no solo se refleja a nivel económico, sino que queda también patente en otros aspectos de carácter social. Así, un 73% de los entrevistados se sienten ahora más seguros de sus capacidades como emprendedores y empresarios, mientras que un 65% afirma sentirse más independiente, con más control sobre su vida y con más confianza en el futuro. El impacto del microcrédito es incluso positivo en aspectos como la mejora de la vida familiar y la integración en la propia comunidad. Estos datos solo muestran algunas variaciones poco significativas en función del género.

BENEFICIOS PERSONALES

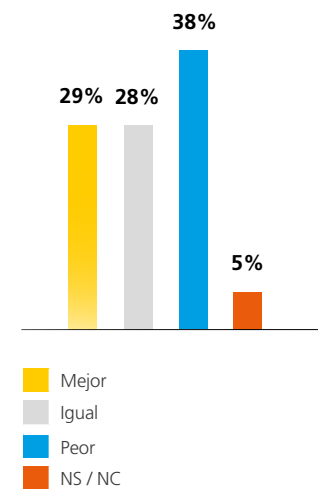


Los resultados nos muestran que si bien el microcrédito tiene un impacto económico desigual en función del éxito o no del negocio que se ha puesto en marcha, incluso cuando los negocios fracasan **existe un porcentaje notable de emprendedores que valora la función del microcrédito y el impacto que estos han tenido en su situación socioeconómica, profesional e incluso personal.**

SITUACIÓN ECONÓMICA SI NO HUBIERA PEDIDO UN MICROCRÉDITO (NEGOCIO ABIERTO)



SITUACIÓN ECONÓMICA SI NO HUBIERA PEDIDO UN MICROCRÉDITO (NEGOCIO CERRADO)



5 Conclusiones

En este apartado presentaremos las ideas clave de los apartados anteriores en relación con el perfil de los emprendedores y a las características y funcionamiento de los negocios creados o ampliados con los microcréditos. Se hará también especial hincapié en destacar los datos más relevantes en cuanto al impacto de éstos en la creación de empleo así como en la mejora de las condiciones socio-económicas de los emprendedores. Teniendo en cuenta que se trata de la quinta edición del informe, compararemos los resultados con los obtenidos en los estudios anteriores para extraer conclusiones sobre la evolución del perfil del emprendedor que opta por un crédito de MicroBank, así como sobre el funcionamiento y características de los negocios puestos en marcha con éstos.

Tal y como destacábamos al inicio del informe, este año se ha querido analizar con más detenimiento el emprendimiento protagonizado por mujeres, por lo que en este apartado sintetizaremos los principales datos que hemos ido señalando a lo largo del análisis. Se tratará de determinar, por un lado, los principales rasgos definitorios del emprendimiento femenino y, por otro, las diferencias o similitudes que encontramos con el emprendimiento protagonizado por los hombres.

5.1. EL MICROEMPREENDEDOR Y LAS EMPRESAS CREADAS BAJO EL IMPULSO DE MICROBANK. BREVE DESCRIPCIÓN

Perfil del beneficiario de microcréditos de MicroBank

Desde hace unos años y coincidiendo con la situación de recesión económica se ha constatado una clara evolución en el sector de las microfinanzas. Si antes de la crisis el microcrédito era un instrumento concebido fundamentalmente para afrontar situaciones de exclusión social, progresivamente se ha ido afianzando su valor, no solo para promover la inclusión social, sino también como instrumento clave para fomentar el emprendimiento y generar riqueza y empleo.

Esta evolución queda patente en el impulso que han experimentado los microcréditos para emprendedores de MicroBank, que desde 2009 han registrado un crecimiento medio anual del 35%. Aunque la integración social de personas en riesgo de exclusión continúa siendo un objetivo prioritario de los programas de microcrédito, es evidente que han crecido en importancia otros objetivos como la creación de ocupación

y la contribución a la creación y consolidación de empresas. Consecuentemente el perfil del beneficiario del microcrédito también ha cambiado y, además de los clientes tradicionales de los programas de microcréditos (personas en riesgo o situación de exclusión social), ahora encontramos mayoritariamente a emprendedores que quieren poner en marcha pequeñas iniciativas empresariales. Esto es especialmente relevante para sectores de la población que tienen más dificultades para acceder al mercado laboral, como pueden ser los jóvenes, personas mayores que han perdido su empleo o las mujeres. En este sentido, el perfil del beneficiario de los microcréditos de MicroBank se ha normalizado y corresponde cada vez más al del emprendedor español que recoge, por ejemplo, el informe anual GEM.

Ratificando los datos obtenidos en informes anteriores, se trata mayoritariamente de un hombre (el 59%), **español** (el 83%), **casado** (el 59%), **entre 36 y 50 años** (el 46%), **con estudios secundarios** (el 42%) **y que trabajaba como autónomo antes de poner en marcha su negocio** (el 44%) **y que no había dirigido antes un negocio** (el 61%).

Si atendemos a la razón prioritaria para el emprendimiento vemos que, en consonancia con la situación económica de crisis, **los motivos ligados a la necesidad han ido ganando terreno sobre aquellos ligados a la oportunidad, situándose en un 30% de los casos**. Los emprendedores que han recibido un microcrédito de MicroBank que han afirmado emprender por haber visto una oportunidad clara de negocio representan un 28%, mientras que también es significativo el porcentaje de empresarios que quería ganar independencia (un 19%).



En cuanto a la situación personal y económica de los emprendedores apoyados por MicroBank, cabe destacar que **un 80% de los hogares de los emprendedores entrevistados están constituidos por entre dos y cuatro personas** y solo en el 11% de estos vive únicamente la persona emprendedora. En un 26% de los casos no hay miembros que dependan de los ingresos generados por el negocio puesto en marcha con el microcrédito, mientras que en el 30% sí existe una persona dependiente y en otro 29% son dos las personas dependientes, cifras que ponen de manifiesto la importancia crucial que en muchos casos tiene el éxito de los negocios puestos en marcha por estos emprendedores.

En un 30% de los casos la contribución de los ingresos de la persona emprendedora al presupuesto familiar es superior al 75%, mientras que en otro 26% representa entre el 50% y el 75% de dicho presupuesto. Este dato se ha reducido ligeramente respecto al año anterior, cuando el porcentaje de los hogares donde la contribución de los ingresos de la persona microempresaria al presupuesto familiar era superior al 75% fue del 37%. A pesar de esta ligera mejora, lo cierto es que estos datos siguen siendo peores que los que encontrábamos en las ediciones iniciales de este estudio, lo cual pone de manifiesto la mayor precariedad de la economía de los hogares españoles como consecuencia de la prolongada crisis.

Únicamente un 26% de los emprendedores entrevistados afirman que llegan a fin de mes de forma holgada, un dato que también muestra una evolución positiva respecto al año anterior, cuando dicho porcentaje se situaba en un 22%. La mayoría de emprendedores llegan a fin de mes de forma justa (en un 51% de los casos), mientras que existe un 16% que declara no llegar a fin de mes. En línea con estos datos, un 57% de los emprendedores entrevistados afirma no poder ahorrar nada.

En su mayoría, los ingresos netos mensuales de los hogares de los emprendedores no superan los 2.000 euros. La franja mayoritaria es la de aquellos hogares con ingresos entre los 1.000 y los 1.499 euros (el 19% de los casos) o entre los 1.500 y los 1.999 euros (el 18% de los casos).

La gran mayoría de los emprendedores encuestados no han solicitado ningún otro crédito desde la obtención del microcrédito de MicroBank (en un 73% de los casos).

Por último cabe destacar que el 94% de los entrevistados con negocio abierto se encuentran actualmente empleados por cuenta propia en su propio negocio, mientras que un 4% están empleados por cuenta ajena.

Perfil de la microempresa

Un 51% de los microcréditos concedidos se han utilizado para poner en marcha nuevas iniciativas, mientras que un 49% se han destinado a ampliar negocios existentes. En el informe anterior, en cambio, la mayoría de los microcréditos se habían destinado a la ampliación de negocios (en un 53% de los casos). Por otra parte, el 78% de las empresas no tienen forma jurídica propia, sino que sus empresarios y empresarias son autónomos. La mayoría de los negocios creados o ampliados tienen un solo propietario (el 66%) o dos (el 28%), lo cual se corresponde con la presencia mayoritaria de autónomos que acabamos de destacar.

En cuanto al sector de actividad de los negocios impulsados con los microcréditos, cabe destacar que **la mayoría se enmarcan en el capítulo de los servicios profesionales (un 39%) o del comercio minorista (un 33%)**. Las iniciativas ligadas a las nuevas tecnologías solo representan un 2% del total. Si comparamos estos datos con los de ediciones iniciales de este informe vemos que a medida que ha ido aumentando la presencia de empresas ligadas a la provisión de servicios profesionales, se ha reducido la de aquellas ligadas al sector de la hostelería y la restauración.

La mayoría de negocios impulsados con los microcréditos siguen siendo de carácter local (barrio o ciudad). Los negocios de carácter internacional siguen registrando un bajo porcentaje del total, únicamente del 8%, un dato que no presenta mejoras respecto a años anteriores.

En un 36% de los casos, el microcrédito ha representado el 100% de la inversión para abrir o ampliar el negocio. Solo en un 14% de los casos el microcrédito ha representado menos del 25% del total de la inversión.

Las iniciativas impulsadas por los microcréditos son de tamaño pequeño. El promedio de puestos de trabajo de las empresas de la muestra es de 2,2, aunque un 48% siguen centrándose en el autoempleo.

En cuanto a las condiciones laborales de los emprendedores, cabe destacar que **el 48% de los entrevistados afirman trabajar entre 10 y 12 horas diarias en el negocio**, a los que hay que añadir un 8% que trabaja entre 13 y 14 horas y otro 8% que incluso afirma trabajar más de 15 horas al día. La dureza de las condiciones laborales para muchos de estos emprendedores no quedan reflejadas únicamente en las largas jornadas laborales que acabamos de ver, sino que, además, un 43% de los encuestados afirman trabajar también los sábados y domingos, mientras que otro 40% lo hacen los sábados. Además, la gran mayoría de emprendedores no cuentan o no contaban con el apoyo de ningún familiar en el negocio. Los datos siguen, en definitiva, la tónica de los obtenidos en informes anteriores y ponen de manifiesto la gran dedicación que requiere poner en marcha una microempresa, especialmente en contextos aún marcados por la recesión como el actual.

Nos encontramos con un perfil de empresa, por tanto, que no difiere de las que predominan en la economía española: de tamaño pequeño y ámbito local, centradas en la provisión de servicios profesionales y que generan básicamente autoocupación.

Funcionamiento de los negocios

La tasa de supervivencia de los negocios abiertos o ampliados a través de un microcrédito sigue presentando los niveles usuales asociados a la microempresa, aunque **este año se detecta una ligera mejora** respecto a los datos obtenidos en la pasada edición de este informe. Así, mientras el año pasado la tasa de supervivencia de los negocios era del 73%, este año ha aumentado hasta el **79%**. Un 19% de los negocios han cerrado y el restante 2% está actualmente en traspaso.

Tal y como ya constatábamos en los informes anteriores, los negocios que han sido ampliados con el microcrédito siguen abiertos en mayor grado que aquellos en los que el microcrédito se utilizó para su creación. Así, mientras en el 71% de los casos los negocios abiertos con microcréditos siguen abiertos, esta cifra sube al 88% en el caso de los microcréditos concedidos para ampliar el negocio. **La puesta en marcha de nuevas iniciativas parece presentar, por tanto, más factores de riesgo.**

Por otra parte, los resultados del estudio muestran que las empresas creadas por mujeres presentan tasas de éxito un tanto inferior, aunque las diferencias no son demasiado significativas.

Tal y como ya constatábamos en ediciones anteriores del presente informe, la razón para emprender también influye en las probabilidades de éxito del negocio. Así, mientras que un 30% de los emprendedores con negocio abierto abrió su negocio por haber detectado una oportunidad, en el caso de los emprendedores con negocio cerrado este porcentaje se reduce al 18%. Por el contrario, un 42% de los emprendedores cuyo negocio ha fracasado declara haber emprendido por encontrarse en situación de desempleo, un porcentaje que en el caso de los emprendedores cuyo negocio ha funcionado es del 26%. Se constata, por tanto, **que el emprendimiento por necesidad y no por oportunidad siempre presenta mayores riesgos de fracaso empresarial y no supone el mejor punto de partida para la puesta en marcha de un negocio.**

Si atendemos a la tasa de éxito de los negocios en función del sector, cabe destacar que se observa una mayor presencia de negocios relacionados con el comercio minorista y con la hostelería y la restauración entre los negocios cerrados, mientras que hay una mayor proporción de los relacionados con servicios profesionales entre los negocios que siguen abiertos. Por otra parte, también existe una mayor proporción de negocios de barrio entre los negocios cerrados.

La situación laboral previa del emprendedor también parece influir en la tasa de éxito de los negocios. Así, los datos muestran que el porcentaje de personas que estaban trabajando como autónomas es muy superior entre los emprendedores que siguen con el negocio abierto que entre aquellos que lo han cerrado: el 49%, frente al 23%. Los datos parecen indicar, por tanto, que haber tenido algún tipo de experiencia previa en la puesta en marcha de iniciativas propias contribuye al éxito de los nuevos negocios. Además, la proporción de personas que proceden de una situación de desempleo previa es notablemente superior entre los emprendedores que se han visto obligados a cerrar su negocio que entre aquellos que aún lo tienen abierto: un 43% frente a un 25%.

La mayor parte de los emprendedores entrevistados tuvo unos beneficios de entre 10.000 y 25.000 euros anuales, destacando un 9% que afirma haber obtenido beneficios superiores a los 50.000 euros anuales. **La media de beneficios se sitúa en los 24.818 euros.**

Los emprendedores, además, se muestran optimistas respecto al funcionamiento actual y futuro de sus negocios. Así, **un 55% de los emprendedores entrevistados consideran que su negocio funciona bien o incluso muy bien,** un dato que también presenta una notable mejora respecto al obtenido el año anterior, cuando

se situó en el 46%. Además, la mayor parte de los emprendedores considera que su negocio va mejor que el año anterior, existiendo únicamente un 13% que considera que va peor. En cuanto a las previsiones de futuro, **un 55% cree que su negocio crecerá bastante o moderadamente**, mientras que un 37% piensan que se mantendrá estable. Además, el 66% de los negocios generaron suficientes ingresos desde el principio para devolver el préstamo.

La razón prioritaria para el cierre de los negocios es la falta de rentabilidad.

Los problemas familiares o personales o el exceso de dedicación aparecen como causas mucho más marginales. La experiencia fallida de los negocios deja a la mayoría de los emprendedores sin ganas de iniciar una nueva aventura empresarial: el 80% de los encuestados afirma que no piensan abrir otro negocio.

5.2. EL IMPACTO DEL MICROCRÉDITO

El impacto socioeconómico del microcrédito es lógicamente distinto para aquellos emprendedores que siguen con el negocio abierto que para aquellos que se han visto obligados a cerrarlo.

Si atendemos al impacto del microcrédito sobre la creación de empresas vemos que un 58% de los encuestados no cree que pudiese haber puesto en marcha o ampliado su negocio sin la concesión del microcrédito y un 21% adicional piensa que lo podría haber abierto pero con muchas dificultades. Además, en un 36% de los casos el microcrédito representó el 100% de la inversión inicial a lo que hay que añadir otro 11% para el que el microcrédito ha representado más del 75% del total de la inversión. Los datos analizados, por tanto, nos permiten afirmar que **el microcrédito ha sido un instrumento vital para la creación de nuevas iniciativas empresariales.**

En cuanto a su impacto sobre la creación de empleo, es innegable al constatar que el 90% de los emprendedores con negocio abierto están empleados en su propio negocio. La media de puestos creados por las nuevas empresas puestas en marcha gracias al microcrédito es de 2 puestos, incluyendo al del propio emprendedor. Por otra parte, si atendemos únicamente al colectivo de empresarios que utilizó el microcrédito para ampliar un negocio existente, vemos que un 35% contrató algún empleado desde que solicitó el microcrédito, con una media de contratación de 3,1 personas. Globalmente, el número de puestos de trabajo creados, tanto por las empresas de nueva creación como por las empresas ampliadas con el microcrédito, supone una **media de 1,55 puestos de trabajo por empresa.**

Además, un 32% de los encuestados afirma tener previsto contratar algún empleado en los próximos 12 meses. La mayoría de estos emprendedores tiene previsto contratar a una persona, aunque destaca un 4% que tiene previsto contratar a seis o más empleados.

Además del impacto directo en la creación de empleo, cabe destacar que el 63% de los encuestados consideran que están mejor preparados para afrontar el futuro que antes de la concesión del microcrédito, un aspecto que también tiene una influencia positiva en la empleabilidad futura de los emprendedores.

Por último, si analizamos el impacto directo del microcrédito sobre las condiciones sociales y económicas de los emprendedores apoyados vemos **que un 48% de los emprendedores con negocio abierto afirma que sus ingresos disponibles han aumentado gracias a la concesión del microcrédito**. Un 61% de los emprendedores cuyos ingresos han aumentado los han reinvertido en el propio negocio, mientras que un 10% los han ahorrado. Entre los emprendedores que han reinvertido en su propio negocio, la mayoría lo ha hecho por valor de entre 8.000 y 15.000 euros, destacando un 27% que ha reinvertido más de 25.000 euros.

A pesar de que el impacto sobre el nivel económico difiere entre los empresarios exitosos y los que han cerrado su negocio, **la percepción sobre la contribución del microcrédito en la vida del emprendedor es mayoritariamente positiva**. Así, un 46% piensa que su calidad de vida ha mejorado, un porcentaje que aumenta hasta el 54% si solo atendemos a las respuestas de aquellos empresarios que siguen con el negocio abierto.

Además, esta percepción positiva sobre la utilidad del microcrédito queda reflejada también en **el 46% de emprendedores que piensan que su situación económica actual es mejor que la que tendrían si no les hubieran concedido el microcrédito**, un porcentaje que se eleva hasta el 51% si solo consideramos a aquellos emprendedores con el negocio todavía abierto. Los resultados de los emprendedores que se han visto forzados a cerrar su negocio son, lógicamente, mucho menos positivos, pero aun así un 28% afirma que cree que su situación económica actual es mejor que la que tendría si no hubiera solicitado el microcrédito.



El impacto positivo del microcrédito no solo se refleja a nivel económico, sino que queda también patente en otros aspectos de carácter social. Así, un 73% de los entrevistados se sienten ahora más seguros de sus capacidades como emprendedores y empresarios, mientras que un 65% afirma sentirse más independiente, con más control sobre su vida y con más confianza en el futuro. El impacto del microcrédito es incluso positivo en aspectos como la mejora de la vida familiar y la integración en la propia comunidad. Se pone de manifiesto, por tanto, **el valor del microcrédito para la inclusión, no solo financiera, sino también social** de los emprendedores apoyados.

5.3. EL MICROCRÉDITO Y LAS MUJERES EMPRENDEDORAS

Como ya hemos destacado a lo largo del presente informe, se ha puesto especial énfasis en analizar las características específicas del emprendimiento protagonizado por las mujeres. Los datos nos demuestran que, si bien en muchas variables, las mujeres emprendedoras muestran los mismos resultados que los de los hombres emprendedores, existen algunas diferencias que es interesante analizar.

En primer lugar, si atendemos al perfil de la mujer emprendedora vemos que presenta los mismos rasgos que señalábamos al hablar del perfil general del emprendedor que ha recibido un microcrédito de MicroBank. Así, **se trata mayoritariamente de una mujer española, de entre 36 y 49 años, casada, con estudios secundarios y sin experiencia previa en la puesta en marcha de proyectos empresariales.**

Un aspecto que presenta diferencias respecto al emprendimiento protagonizado por hombres es el relativo a su situación laboral previa al emprendimiento. Así, mientras los hombres trabajaban de forma mayoritaria como autónomos (en un 51% de los casos), las mujeres, además de trabajar como autónomas (en un 33% de los casos), trabajaban en mayor medida que los hombres como asalariadas (en un 30% de los casos). También **es muy superior el porcentaje de mujeres que procede de una situación anterior de paro que el de hombres: un 35% frente a un 23%**, evidenciando que para muchas mujeres iniciar su propio negocio se presenta, en mayor medida, como una de las pocas salidas profesionales a su alcance.

Además, un 30% de mujeres emprendedoras llevaba más de dos años en paro antes de poner en marcha su propio negocio, un porcentaje que es nulo en el caso de los hombres, lo cual vuelve a poner de manifiesto las mayores dificultades que encuentran las mujeres a la hora de encontrar trabajo y la importancia vital que el poner en marcha su propio negocio puede tener para ellas. Mientras que un 39% de los emprendedores hombres que procedían de una situación laboral de desempleo llevaba en el paro menos de seis meses, en el caso de las emprendedoras este porcentaje baja hasta el 22%.

En cuanto a la situación familiar de las mujeres emprendedoras, se trata de hogares mayoritariamente de entre dos y cuatro personas y con uno o dos miembros dependientes de los ingresos de la emprendedora. La contribución de estos ingresos al presupuesto familiar es un tanto inferior para las mujeres emprendedoras que para los hombres emprendedores y así, mientras para estos últimos la franja mayoritaria es la de aquellos que contribuyen con sus ingresos a más del 75% del presupuesto familiar, para las mujeres es la de aquellas que contribuyen con el 25% o el 50% del presupuesto familiar.

Existe también una mayor proporción de mujeres que de hombres que afirma llegar a final de mes de forma justa (un 54% frente a un 49%), así como de las que afirman no llegar (un 20% frente a un 13%). Los ingresos mensuales netos de las emprendedoras también son un tanto inferiores que los de los emprendedores, con una mayor presencia de mujeres en todos los tramos de rentas bajas. Las emprendedoras afirman no poder ahorrar nada en mayor medida que los emprendedores (un 65% de mujeres frente a un 51% de hombres).

Si atendemos a las razones que han llevado a las mujeres emprendedoras a poner en marcha un negocio cabe destacar que los resultados parecen corroborar una de las afirmaciones que se suele hacer al hablar del emprendimiento femenino, destacando que **las mujeres suelen emprender más por necesidad que por oportunidad que los hombres**. Efectivamente, mientras que un 31% de los hombres encuestados afirman haber emprendido por haber visto una oportunidad clara de negocio, este porcentaje baja hasta el 23% en el caso de las mujeres. Por el contrario, **un 36% de las mujeres afirma haber emprendido por estar en el paro**, mientras que este porcentaje es del 26% en el caso de los hombres.

Si analizamos el tipo de negocio puesto en marcha por las emprendedoras vemos que **existe una mayor proporción de negocios relacionados con el comercio minorista** (un 41% frente a un 27% en el caso de los hombres). En cuanto a la forma jurídica de los negocios creados, cabe destacar que las mujeres parecen decantarse en mayor medida que los hombres por ser autónomas (un 80% de las entrevistadas frente a un 76% de los entrevistados), así como por formas tradicionalmente asociadas con iniciativas de carácter más social como las cooperativas (un 4% de las mujeres frente a un 1% de los hombres).

Además, **los resultados del presente informe ratifican algunas de las afirmaciones que hacíamos en el artículo inicial del presente informe**. En primer lugar, y aunque las diferencias no son muy notables, parece que **las empresas creadas por hombres son en promedio un poco mayores que las creadas por mujeres**: mientras las primeras tienen una media de 2,4 puestos de trabajo, en las segundas este índice es de 2 puestos de trabajo de media.

Por otra parte, otra de las afirmaciones que suele hacerse al hablar de las empresas creadas por mujeres es **su menor capacidad de crecimiento y de creación de empleo**. Así, la media de beneficios de las empresas financiadas con los microcréditos es de 24.818 euros, mientras que los datos son notablemente peores para las empresas puestas en marcha por mujeres, donde esta media es de 14.076 euros. Además, mientras las empresas ampliadas con los microcréditos lideradas por hombres han creado una media de 3,6 puestos de trabajo, las lideradas por mujeres crearon una media de 2,1 puestos de trabajo. Además, la proporción de mujeres que tiene previsto contratar algún empleado en los próximos 12 meses es inferior a la de hombres: un 28% frente a un 34% y, aquellas que sí piensan hacerlo, contratarán mayoritariamente a una sola persona, frente a una mayor proporción de hombres que piensan contratar a dos o más personas.

Aunque las diferencias no son muy sustanciales, lo cierto es que las emprendedoras, de media, parecen trabajar menos horas en su negocio que los emprendedores. Así, por ejemplo, el porcentaje de las que afirman trabajar más de 15 horas al día es de

un 4% mientras que en el caso de los emprendedores hombres es del 11%. Datos que son comprensibles si tenemos en cuenta que la mujer, en mayor grado que el hombre, debe compaginar su carrera profesional con las obligaciones familiares.

Por último, también se afirma que **las empresas creadas por mujeres suelen tener un menor grado de internacionalización**. Los resultados muestran que mientras el porcentaje de negocios de ámbito internacional creados por hombres se sitúa en el 10%, el de los creados por mujeres baja hasta el 6%. Las iniciativas creadas por las mujeres emprendedoras son, en mayor grado, de carácter de barrio, en línea con la predominancia de negocios ligados al comercio minorista que señalábamos anteriormente.

Otro aspecto crucial que es interesante analizar es **la tasa de éxito de las iniciativas impulsadas por mujeres, un tanto inferior a la de las iniciativas impulsadas por hombres: un 76% frente a un 82%**. Las mujeres han destinado el microcrédito con mayor frecuencia que los hombres a la puesta en marcha de nuevas iniciativas: en un 59% de los casos frente al 45% de los hombres, lo cual también puede explicar en parte su menor tasa de éxito, debido al mayor riesgo que implican. Las mujeres se muestran, además, menos positivas en la valoración actual de sus negocios. Mientras que un 59% de los hombres valora que el funcionamiento de su negocio va bien o muy bien, este porcentaje se reduce al 53% en el caso de las mujeres.

El impacto del microcrédito sobre las condiciones socioeconómicas de las mujeres emprendedoras depende sobre todo del éxito o fracaso de las iniciativas puestas en marcha. En este sentido no hay demasiadas diferencias con los datos que encontramos para el conjunto de emprendedores.

En definitiva, los datos presentados hasta ahora ratifican en gran medida los que mencionábamos en el artículo inicial del presente informe. La mujer que ha recibido un crédito de MicroBank responde mayoritariamente al perfil de la emprendedora española: es de edad media, está casada y con algún hijo a su cargo y, mayoritariamente, no tiene experiencia previa. Por otra parte, las empresas creadas por mujeres emprendedoras suelen ser de menor tamaño y potencial de crecimiento que las creadas por hombres y se sitúan de manera más frecuente en el sector de servicios y en el comercio.

6 Bibliografía

La Mujer Emprendedora en Iberoamérica: de la Universidad a la Empresa. Red Emprendia, 2014.

Valencia, M.; Lamolla, L.; Amoros, J. E.: ***Current ventures of women entrepreneurs: relating performance and goals.*** International Journal of Entrepreneurship and Small Business, julio de 2014.

VIII Perfil Adecco de la Mujer Trabajadora, Adecco, marzo de 2014.

Global Entrepreneurship Monitor, Informe GEM España 2013.

De Jong, W.: ***Women's entrepreneurship in the European Union.*** Library of the European Parliament, abril de 2013.

2012 Women's Report, Global Entrepreneurship Monitor.

Navarro, J. R.; Camelo Ordaz, M.^ª C.; Corduras Martínez, A.: ***Actividad Emprendedora de las Mujeres en España.*** Instituto de la Mujer. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Mayo de 2012.

Navarro, J. R.; Camelo Ordaz, M.^ªC.; Corduras Martínez, A.: ***Mujer y desafío emprendedor en España. Características y determinantes.*** Universidad de Cádiz e IE Business School.

Valencia, M.: ***Los factores que influyen en los resultados de las empresas creadas por mujeres.*** Tesis doctoral, ESADE, 2010.

Artículos:

La internacionalización, principal barrera para la mujer emprendedora española. Santander Noticias, Nota de prensa. México, 3 de noviembre de 2014.

Sáez, Cristina: ***Mujeres emprendedoras.*** La Vanguardia, febrero de 2013.

7 Anexos

7.1. CUESTIONARIO UTILIZADO

BLOQUE 1: Datos sobre el negocio impulsado con el microcrédito

Respecto al negocio impulsado con el microcrédito...

¿Me puede indicar a qué se dedica el negocio?

--	--	--

Sector primario (agricultura, ganadería...)

Hostelería y restauración

Comercio minorista (venta al por menor)

Servicios profesionales

Negocios relacionados con las nuevas tecnologías

Otros

¿El negocio sigue abierto?

Sí

No

Traspaso

¿Cuál era su situación laboral antes de la concesión del microcrédito?

No había trabajado nunca en España

Estaba en el paro con prestación

Estaba en el paro sin prestación

Trabajaba como asalariado

Trabajaba como autónomo

Trabajaba de forma irregular

No contesta

¿Cuánto tiempo llevaba inactivo cuando solicitó el microcrédito?

Menos de 6 meses

Entre 6 meses y 1 año

Entre 1 y 2 años

Más de 2 años

No contesta

¿Cuál es su situación laboral actual?

Empleado por cuenta propia en el negocio

Empleado por cuenta propia en otro negocio

Empleado por cuenta ajena

Desempleado

Jubilado

Otra

No contesta

Y actualmente, ¿recibe alguna prestación por parte del Estado?

Sí ¿De qué tipo?

No

1. Pensión (viudedad, incapacidad, jubilación...)

2. Subsidio de desempleo

3. Ayuda familiar

4. Otra

¿Qué forma jurídica tiene [tenía] su negocio?

Autónomo

Sociedad Anónima (SA)

Sociedad Anónima Laboral (SAL)

Sociedad Limitada (SL)

Cooperativa (SCCP)

Otra

Contando con usted, ¿cuántos socios son [eran] en su empresa?

--	--

¿Me puede indicar la fecha en que inició el negocio?

--	--	--	--	--	--

¿Puede indicar cuál fue la razón principal que le llevó a abrir un negocio?

- Quería ganar independencia
- Quería aumentar mis ingresos
- Vi una oportunidad clara de negocio
- Estaba en el paro y abrir mi negocio era una forma de tener trabajo
- Temía perder mi trabajo y abrir mi negocio era una forma de tener trabajo
- Otra

Y, ¿cuándo tuvo que cerrarlo?

--	--	--	--	--	--

¿Cuál fue el motivo del cierre?

- No era rentable
- Encontró trabajo en otro sitio
- Excesiva dedicación
- Problemas familiares
- Otro

¿Qué ámbito de actuación tiene [tenía] su negocio? Es decir, ¿de dónde vienen [venían] sus clientes?

- Barrio
- Ciudad
- Nacional
- Internacional

¿El microcrédito que solicitó a MicroBank era para abrir o para ampliar el negocio?

- Abrir
- Ampliar

¿Cómo financió la puesta en marcha / la ampliación de su negocio?

Sobre el 100%, ¿qué porcentaje de la inversión/ ampliación representaron...

Banca comercial (otros bancos)	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr></table>		
MicroBank	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr></table>		
Programa estatal (ICO)	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr></table>		
Proveedores	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr></table>		
Particulares (amigos/familiares)	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr></table>		
Ahorros (recursos propios)	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr></table>		
Otros	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr></table>		

¿Cree que sin la concesión del microcrédito podría haber abierto/ampliado su negocio?

- Sí, aunque más pequeño
- Sí, aunque más tarde
- Sí, pero con muchas dificultades
- No creo
- Ns/Nc

En el negocio, contándose usted ¿cuántos empleados tiene [tenía] a su cargo?

--	--

¿Ha contratado [contrató] algún empleado desde que solicitó el microcrédito?

- Sí 1 ¿Cuántos?

--	--
- No 2

¿Cuántos trabajan [trabajaban] a jornada completa?

--	--

Y cuando lo inició, contándose usted ¿cuántos empleados había en su negocio?

Tenga en cuenta tanto al resto de socios como a personas que colaboren sin remuneración.

--	--

Además de usted, ¿cuántos...

Trabajadores fijos tenía a su cargo?	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Y trabajadores temporales o eventuales?	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Socios?	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Trabajadores no remunerados?	<input type="text"/>	<input type="text"/>

¿Tiene previsto contratar algún empleado en los próximos 12 meses?

Sí ¿Cuántos?

No

¿Ha tenido [tuvo] que despedir a algún empleado en los últimos 12 meses?

Sí ¿Cuántos?

No

¿Cuenta [contaba] con el apoyo de algún familiar, que trabaje [trabajara] gratis, para sacar adelante su negocio?

Sí

No

No contesta

Por término medio, ¿cuántas horas trabaja [trabajaba] al día?

<input type="text"/>	<input type="text"/>
----------------------	----------------------

¿Trabaja [trabajaba] los sábados y domingos?

Sábados

Domingos

Sábados y domingos

No

Diría que actualmente el negocio funciona...

Muy bien

Bien

Regular

Mal

Está en traspaso

No contesta

Respecto al pasado año, diría que el negocio funciona...

Igual

Mejor

Peor

Ns/Nc

¿Qué previsión tiene respecto a su negocio para el próximo año?

Que crezca moderadamente

Que crezca bastante

Que se mantenga estable

Que caigan bastante las ventas

Que caigan las ventas de forma moderada

Que tenga que cerrar

Otra

¿Diría que el negocio le ha ayudado a conseguir su trabajo actual?

Sí

No

Ns/Nc

¿Piensa abrir otro negocio?

Sí

No

Ns/Nc

¿Puede indicarme cuál es el promedio anual de ventas de su actividad?

<input type="text"/>	€
----------------------	---

¿Y el promedio anual de los gastos del negocio?

<input type="text"/>	€
----------------------	---

¿Puede indicarme el importe aproximado de los beneficios del último año? es decir, la diferencia entre los ingresos y los gastos.

<input type="text"/>	€
----------------------	---

BLOQUE 2: Datos sobre el programa de microcréditos

¿Genera o ha generado [generó] el negocio suficientes ingresos para devolver la cuota del préstamo?

- Sí, desde el principio
- Sí, al cabo de un período de aproximadamente un año
- Sí, pero con muchas dificultades
- Depende de los meses
- No

¿Ha habido [hubo] algún mes que no se haya podido [pudiese] pagar la cuota?

- Sí
- No
- Ns/Nc

¿Cuál diría que es el motivo por el que no se pudo pagar la cuota?

--	--	--

¿Sabe con quién ha contratado [contrató] el microcrédito, con MicroBank o "la Caixa"?

- "la Caixa"
- MicroBank
- Otros

¿Quién?

--

- Confunde LCX con MB

¿Por qué motivo lo confunde?

--

Antes de solicitar el crédito a MicroBank, ¿lo había solicitado a otras entidades? (Multirrespuesta)

- No, lo solicité directamente a MicroBank
- Sí, pero me lo denegaron
- Sí, pero no me interesó
- Otros: especificar

Respecto a MicroBank, de "la Caixa"...

¿Cómo lo conoció?

- A través de la oficina
- Medios de comunicación
- A través de amigos, familiares, etc.
- A través del ayuntamiento u otra entidad social
- Por Internet
- Otros: especificar

BLOQUE 3: Cambios económicos y socioculturales

Con relación al microcrédito de MicroBank...

Impacto económico

Diría que gracias a él, ¿sus ingresos disponibles han aumentado o han disminuido?

- Aumentado
- Permanecido igual
- Disminuido
- Ns/Nc

¿A qué ha dedicado este aumento de ingresos? (Multirrespuesta)

- Ahorro
- Inversión en el negocio

¿Qué importe aproximado ha invertido en su negocio?

--

- Gastos familiares varios
- Otros

Especificar

--

- Ns/Nc

Con relación a la situación económica que usted piensa que tendría si no hubiera pedido el microcrédito, ¿usted diría que está mejor o peor?

- Mejor
- Igual
- Peor
- Ns/Nc

Impacto sociocultural

Gracias al microcrédito diría que su calidad de vida ¿ha mejorado o ha empeorado?

- Ha mejorado mucho
- Ha mejorado un poco
- Ha permanecido igual
- Ha empeorado
- Ns/Nc

¿Se siente más, o menos, capaz y preparado ahora para afrontar el futuro que antes de la concesión del microcrédito?

- Sí, ahora me siento más capaz y preparado
- Me siento igual de capaz y preparado
- No, ahora me siento menos capaz
- Ns/Nc

¿La concesión del microcrédito ha contribuido a esta mejora?

- Sí
- No
- Ns/Nc

¿Ha seguido algún curso de formación desde la concesión del microcrédito?

- Sí
- No
- Ns/Nc

¿De qué tipo?

- Idiomas
- Profesional relacionado con el negocio actual
- Profesional relacionado con algún negocio futuro
- Interés personal
- Ns/Nc

Indíqueme si está de acuerdo o no con las siguientes afirmaciones: Como consecuencia de haber solicitado el microcrédito, ahora...

- Tengo más acceso a otro tipo de financiación
- Contribuyo más a la economía doméstica
- Estoy más seguro/a de mis capacidades como emprendedor y empresario
- Me siento más integrado en mi entorno

Tengo más confianza en el futuro

Me siento más independiente y con más control sobre mi vida

Participo más activamente en mi comunidad

Tengo una mejor vida familiar

BLOQUE 4: Satisfacción con el programa

Valore en una escala de 0 a 10, donde 0 es totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho, su satisfacción con los servicios ofrecidos por MicroBank (nos referimos a la atención recibida, la información facilitada...)

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

¿Quiere hacernos alguna sugerencia que nos ayude a mejorar el servicio que presta MicroBank con respecto a los microcréditos?

--	--	--

¿El procedimiento para acceder al microcrédito le pareció fácil o complicado?

- Fácil
- Correcto
- Complicado
- Ns/Nc

BLOQUE 5: Clasificación

Para finalizar le haré una serie de preguntas que nos permitirán analizar mejor sus respuestas. Podría decirme por favor...

¿Si ha solicitado otros créditos desde la concesión del microcrédito?

- Sí
- No
- Ns/Nc

Tiene contratado algún otro servicio financiero, como por ejemplo...

- Crédito al consumo (préstamo personal)
- Crédito hipotecario
- Seguros (auto, hogar, vida, etc.)
- Producto de ahorro (plan de pensiones, fondo de inversión, libreta a plazo...)
- Otro

¿De qué patrimonio disponía antes de empezar con el negocio?

- Inmueble (vivienda habitual, otras viviendas en alquiler...)
- Local
- Segunda residencia
- Maquinaria
- Medio de transporte (vehículo, moto...)

¿Me puede decir por favor su país de nacimiento?

--	--	--

¿Desde qué año reside en España?

--	--	--	--

¿Había dirigido antes algún negocio?

- Sí
- No
- Ns/Nc

¿En España o en otro país?

- En España
- En el extranjero
- En España y en el extranjero
- Ns/Nc

¿El negocio en el que empleó el microcrédito guardaba relación con su experiencia anterior?

- Sí
- No
- Ns/Nc

Indíqueme, por favor, su estado civil.

- Soltero/a
- Casado/a (Pareja de hecho)
- Divorciado/a (Separado...)
- Viudo/a
- No contesta

¿Cuál es el último nivel de estudios que ha completado?

- Sin estudios
- Primarios
- Secundarios
- Superiores
- No contesta

¿Cuántas personas viven en su hogar, incluyéndolo a usted?

--	--

¿Cuántas personas de su hogar son económicamente dependientes, es decir, no tienen salario y, por lo tanto, dependen de los ingresos de usted o de otros miembros con salario en su familia?

--	--

¿Cuál es la contribución aproximada de sus ingresos al presupuesto familiar?

- Menos del 25%
- Entre el 25 y el 50%
- Entre el 50 y el 75%
- Más del 75%
- Ns/Nc

Por lo general, ¿diría que puede llegar a final de mes?

- De forma holgada
- Justo
- No llega
- Ns/Nc

¿Podría indicarme si el total de los ingresos mensuales netos de su hogar se encuentra por debajo o por encima de los 2.000 euros?

< 2.000 €	1	Hasta 499 €
	2	De 500 a 999 €
	3	De 1.000 a 1.499 €
	4	De 1.500 a 1.999 €
>2.000 €	5	De 2.000 a 2.499 €
	6	De 2.500 a 2.999 €
	7	De 3.000 a 4.999 €
	8	Más de 5.000 €
	9	Ns/Nc

Por término medio, ¿cuánto ahorra por mes?

€

¿Ha cursado/está cursando algún tipo de estudio relacionado con la gestión empresarial o la puesta en marcha de negocios?

- Sí
- No

¿Había puesto en marcha anteriormente algún tipo de negocio o proyecto empresarial?

- Sí
- No

Indíqueme si está de acuerdo o no con las siguientes afirmaciones: Poner en marcha un negocio propio...

Permite tener más ingresos

Permite afrontar nuevos retos y desarrollar nuevas habilidades profesionales

Es más arriesgado que trabajar por cuenta ajena

Es una alternativa cuando no se encuentra trabajo por cuenta ajena

Es una opción más atractiva y que aporta más satisfacción personal que el trabajo por cuenta ajena

Implica más dedicación y menos seguridad que el trabajo por cuenta ajena

De las afirmaciones que le leeré a continuación, ¿cuáles cree que son las tres claves del éxito a la hora de poner en marcha un negocio?:

Que la idea de negocio sea muy buena

Que la idea de negocio sea innovadora

Tener experiencia en la gestión de negocios

Dedicarle muchas horas al negocio

Montar un negocio que te apasione y ponerle mucha ilusión

Tener mucha capacidad comercial

Rodearse de un buen equipo y/o tener buenos socios

Controlar mucho los costes del negocio

Autorización

¿Nos autoriza a transmitir sus valoraciones y opiniones personales al departamento correspondiente?

- Sí
- No

www.microbanklacaixa.es

Creemos en ti

