

EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN EL MUNDO, IBEROAMERICA Y ESPAÑA



Investigación VIU



viu | **Universidad
Internacional
de Valencia**

**EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN EL MUNDO, IBEROAMERICA Y ESPAÑA
(FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN THE WORLD, IBEROAMERICA AND SPAIN)**

Autores:

Carnicer Sospedra, David y Vidal Conesa, Dolores.

David Carnicer Sospedra es profesor del MBA de la VIU. Socio director de CONSORTIA CONSULTORES (Valencia).

Dolores Vidal Conesa es consultora y formadora en Igualdad y Aplicación de Políticas de Género. Pertenece a la Asociación ALIA y a CEDAW Sombra (Valencia).

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
2. ¿SON HOMBRES Y MUJERES DIFERENTES A LA HORA DE EMPRENDER? (INFORME GEM)	7
2.1. CONTEXTO MUNDIAL	8
2.2. ESPAÑA	10
2.3. LATINOAMÉRICA	13
3. EL AMBIENTE EMPRESARIAL PARA EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO DE ALTO POTENCIAL (ÍNDICE FEI)	16
4. LA BRECHA DE GÉNERO EN LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN LA ECONOMÍA (INFORME GLOBAL GENDER GAP)	22
4.1. CONTEXTO MUNDIAL	22
4.2. ESPAÑA	24
4.3. LATINOAMÉRICA	24
5. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES DEL INFORME	29
REFERENCIAS	31
BIOGRAFÍA	32

RESUMEN

Este informe tiene como objetivo analizar la situación actual y la evolución del emprendimiento por parte de las mujeres a nivel mundial en general y en el entorno iberoamericano y español en particular. Se utilizan los informes sobre esta materia con los datos de mayor calidad y actualidad, procedentes de los observatorios de estudio más prestigiosos (GEDI, WEF). Algunos de los aspectos analizados son: tasas de actividad emprendedora, motivaciones y percepciones sobre el emprendimiento, clima para el emprendimiento, brechas de género (general y económica), emprendimiento general y de valor añadido, etc. Se analiza en particular la situación de los países iberoamericanos y de España, muy especialmente la posición en los rankings. Como principales conclusiones se obtienen que las mujeres son menos emprendedoras que los hombres, que cuando éstas emprenden lo hacen más por necesidad que por oportunidad, que no hay correlación directa entre el desarrollo económico y la mayor equiparación de sexos en materia de emprendedurismo y que las mejoras sociales no mejoran por sí solas la equiparación de los sexos en materia de emprendimiento. Asimismo, se sugiere que convendría introducir la perspectiva de género en toda la realidad empresarial (incluida la recopilación de datos) al objeto de poder analizarla mejor y así elaborar propuestas que permitan conducir a una mayor equiparación entre ambos grupos.

ABSTRACT

This report aims to analyze the current situation and evolution of female entrepreneurship worldwide and in the Ibero-American and Spanish environments in particular. Updated quality reports on this subject are used from the most prestigious study observatories (GEDI, WEF). Some of the aspects analyzed are: entrepreneurial activity rates, motivations and perceptions about entrepreneurship, climate for entrepreneurship, (general and economic) gender gaps, general and "added value" entrepreneurship, etc. The situation of the Ibero-American countries and Spain are analyzed in particular, especially their position in rankings. The main conclusions are that women are less enterprising than men, that when they undertake they do so out of necessity rather than opportunity, that there is no direct correlation between economic development and higher gender equality in terms of entrepreneurship and that social improvements do not improve by themselves the equality of the sexes in terms of entrepreneurship. Likewise, it is suggested that the gender perspective should be introduced in the entire business reality (including data collection) in order to be able to analyze it properly and thus elaborate proposals that could lead to greater equality between both groups.

PALABRAS CLAVE

Emprendimiento femenino, indicadores de género, Iberoamérica, igualdad de oportunidades, perspectiva de género, brecha de género

KEY WORDS

Female entrepreneurship, gender indicators, Ibero-America, equal opportunities, gender perspective, gender gap.

1. INTRODUCCIÓN

“Emprender” tiene su origen en el vocablo francés *entrepreneur* (“pionero”). Actualmente, el Diccionario de la Academia de la Lengua Española define “emprendedor/a” como una persona “que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas”, de tal manera que emprender consiste en “acometer y comenzar una obra, un negocio, especialmente si encierran dificultad o peligro”. En este estudio vamos a centrarnos en la perspectiva empresarial y vamos a aplicar el término para las personas que se arriesgan a poner en marcha un negocio propio.

El emprendimiento es un importante motor de crecimiento económico y de creación de empleo (Comisión Europea, 2012a), hace que la economía sea más competitiva e innovadora, tanto en su formato PYME como en emprendimiento social (Comisión Europea, 2011), y es fundamental para alcanzar los objetivos de varias políticas sectoriales europeas y mundiales. Comercializar nuevas ideas mejora la productividad y crea riqueza, abre nuevos mercados y favorece nuevas competencias y capacidades. Sin los puestos de trabajo creados por nuevas empresas, el crecimiento medio neto del empleo sería negativo (Comisión Europea, 2012b).

Si algo ha puesto de manifiesto la globalización es la evidencia de la “diversidad” del mundo, no solo por la riqueza tan dispar que ofrece el planeta en cuanto a aspectos geográficos, políticos, económicos o culturales, sino también porque las personas poseen en sí mismas una gama muy variada de rasgos, dimensiones psicológicas y modos de actuar. Las características de diversidad determinan la posición de los individuos en el entorno y sus posibilidades de desarrollo personal y de acceso a

bienes o recursos.

Si en la etapa de desarrollo industrial el eje central era el crecimiento empresarial y los recursos tecnológicos lo han sido para alcanzar el proceso de expansión en cuanto a nuevos productos, nuevas prestaciones, nuevos sistemas productivos, nuevos canales de comunicación, etc., hoy parece que el desarrollo sostenible de las organizaciones depende de su capacidad para gestionar, de manera óptima, su recurso más valioso: las personas, hombres y/o mujeres. La forma en que las naciones desarrollan su capital humano puede ser un determinante más importante de su éxito a largo plazo que prácticamente cualquier otro factor según el último Índice Global de Capital Humano 2017 (World Economic Forum, 2017).

Pese a que en todas partes del mundo se están produciendo cambios muy importantes respecto a las dimensiones económicas y sociales de la igualdad de género, todavía no puede decirse que en la práctica hombres y mujeres obtengan exactamente los mismos resultados (ONU Mujeres, 2017). Las mujeres constituyen el 52% de la población europea y un 51% de la población mundial, pero son solo un tercio de la fuerza de trabajo por cuenta propia o de todas las personas que fundan una empresa en la UE. Las mujeres representan, pues, un gran potencial de emprendimiento. Al establecer y administrar empresas, las mujeres se enfrentan a más dificultades que los hombres, principalmente para acceder a la financiación y a la formación, crear redes y conciliar la actividad empresarial y familiar.

A escala mundial, tres de cada cuatro hombres en edad de trabajar forman parte de la población activa frente dos de cada cuatro mujeres. Entre la población ocupada, las mujeres representan aproximadamente dos tercios del total de trabajadores/as familiares que trabajan en negocios familiares, sin percibir remuneración directa por ello. Las mujeres siguen recibiendo en todo el mundo un salario diferente por un trabajo de igual valor y tienen menores probabilidades que los hombres de cobrar una pensión, lo que deriva en grandes desigualdades en términos de ingresos a lo largo de su vida. Mundialmente, los salarios de las mujeres son un 24 % inferiores a los de los hombres, e incluso en países como Alemania —donde las políticas son cada vez más favorables al empleo femenino— las mujeres obtienen en promedio a lo largo de su vida un ingreso equivalente a la mitad del que perciben los hombres. Sin embargo, en todas las regiones las mujeres trabajan más que los hombres: realizan casi dos veces y media la cantidad de trabajo doméstico y de cuidados no remunerados. Y si se combina el trabajo remunerado y el no remunerado, en casi todos los países las mujeres trabajan más horas al día que los hombres (OIT, 2015).

En todas las regiones, los gobiernos han asumido compromisos jurídicamente vinculantes en relación con el respeto, la protección y la realización de los derechos humanos de las mujeres, reconociendo el valor intrínseco de éstas y los vínculos entre los derechos de las mujeres y la prosperidad en general. Veinte años después del hito que supuso la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, celebrada en Beijing, y en un momento en el que la comunidad mundial se encuentra inmersa en la implantación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para la era post-2015, parece que el consenso internacional sobre la necesidad de lograr la igualdad de género es más firme que nunca.

A largo plazo, el progreso de las sociedades y las economías está condicionado al pleno aprovechamiento de las aptitudes y capacidades de las mujeres (Urbano, 2015) mostrando la importancia crucial de los derechos humanos de las mujeres como fin del desarrollo y como medio eficaz para lograrlo de manera sostenible.

2. ¿SON HOMBRES Y MUJERES DIFERENTES A LA HORA DE EMPRENDER? (INFORME GEM)

Al parecer, hombres y mujeres no emprenden de manera paritaria. Si esto es efectivamente así: ¿a qué se debe? Si pretendemos incrementar el grado de emprendedurismo en la población debemos necesariamente partir de analizar la realidad, ver a qué obstáculos nos enfrentamos y si son los mismos para hombres que para mujeres. Este es el punto de partida desde el que comenzamos este recorrido, profundizando y contextualizando en la medida de lo posible en los países iberoamericanos¹, ya que el éxito o el fracaso emprendedor no tiene lugar en el vacío. El empresariado existe en el contexto de su geografía particular, ya sea su economía y sociedad local, nacional o incluso supranacional. Esta combinación de actitudes, recursos e infraestructura se conoce como el “ecosistema” empresarial. Vamos a analizar lo que compartimos y lo que no los países iberoamericanos en este aspecto con el objetivo de extraer conclusiones en un entorno con una base cultural y lingüística común, aunque con diferentes realidades empresariales, legales, políticas, etc.

Para ello vamos a basarnos en este informe fundamentalmente en los datos suministrados por el Instituto Mundial para el Emprendimiento y el Desarrollo (The GEDI Institute), organización de investigación que promueve el conocimiento sobre los vínculos

entre emprendimiento, desarrollo económico y prosperidad, fundado por los líderes mundiales en el estudio y fomento del espíritu emprendedor: London School of Economics, Universidad George Mason, Universidad de Pécs e Imperial College de Londres. Su objetivo fue generar un índice anual que midiera la salud de los ecosistemas de emprendimiento en cada uno de los países analizados, comparando el rendimiento entre ellos para proporcionar una imagen de cómo se desempeña cada país en el contexto nacional e internacional. A partir de él se elaboran varios informes sobre el entorno y desempeño emprendedor a nivel mundial.

El GEDI publica anualmente el llamado Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (GEM, 2016a). El emprendimiento empresarial se entiende en este informe como la acción de planear, ejecutar y desarrollar un proyecto de negocios o empresa, bien con la finalidad de aprovechar oportunidades de mercado, bien para satisfacer necesidades de generación de ingreso propio. En este sentido, la metodología GEM tiene en cuenta la existencia de dos tipos de motivaciones para el emprendimiento empresarial: oportunidad y necesidad. Esta distinción es muy relevante porque refleja dos realidades empresariales netamente diferenciadas².

1 En este trabajo vamos a entender “países iberoamericanos” en un sentido amplio, aplicándolo a la comunidad de países de lengua y cultura ibéricas, tanto en el continente europeo (Portugal y España) como en el americano (Latinoamérica). No obstante, esta comunidad no tiene siempre reflejo exacto en los informes y las estadísticas utilizados, por lo que en muchas ocasiones haremos referencia a los países latinoamericanos de forma diferenciada de los países ibéricos e incluso en ocasiones veremos que a los países latinoamericanos se les asocia a países del Caribe no iberoamericanos

2 Las variables que determinan la decisión de emprender un negocio suelen ser clasificadas en dos grupos: factores de entorno y factores personales correspondientes al emprendedor. Aunque son varios/as los/as autores/as que han investigado sobre los factores del entorno que condicionan la creación de empresas, muy pocos/as se centran específicamente en el emprendimiento femenino desde el enfoque institucional (Urbano, 2015). Según Matilde Ruiz Arroyo, si bien la aspiración de crecer no necesariamente lleva a un crecimiento efectivo, el crecimiento raramente tendrá lugar sin aspiración previa. Por lo tanto, el potencial de crecimiento podría ser detectado en las aspiraciones a crecer (Ruiz, 2012). Quienes se ocupan de esta variante indican que los factores informales (percepción de habilidades para emprender, redes sociales y rol familiar) tienen un efecto significativo sobre la probabilidad de ser mujer emprendedora, mientras que los factores formales (financiación, políticas de apoyo no económicas y formación) no tienen ningún efecto. Los factores informales serían más relevantes para el emprendimiento femenino que los factores formales.

La encuesta GEM lleva analizando durante 18 años consecutivos las tasas de emprendimiento en las múltiples fases de la actividad emprendedora. Evalúa las características, motivaciones y las

ambiciones del empresariado y explora las actitudes que las sociedades tienen hacia esta actividad.³

2.1. CONTEXTO MUNDIAL

En sus conclusiones generales,⁴ el informe general del GEM destaca que, desde una perspectiva regional, América Latina y el Caribe muestran la mejor paridad de género, con ocho mujeres involucradas en la etapa inicial de emprendimiento (Tasa de Actividad Emprendedora-TEA) por cada diez empresarios masculinos. Por el contrario, Europa tiene la menor participación femenina en las primeras etapas de la actividad emprendedora (6%), así como la paridad de género más baja: en esta región las mujeres tienen la mitad de probabilidades de involucrarse en actividades emprendedoras que sus contrapartes masculinas. No obstante, el informe también evidencia que las mujeres tienden a estar más involucradas en economías en desarrollo que en economías en fases más avanzadas.⁵ En las economías impulsadas por factores (menos desarrolladas), los hombres y las mujeres tienen prácticamente la misma probabilidad de iniciar negocios por necesidad (con alrededor de un tercio de los empresarios de ambos géneros involucrados en actividad emprendedora porque no tenían mejores opciones para el trabajo). La mujer es más probable que comience negocios por necesidad, en comparación con los hombres, en tres regiones (América Latina y el Caribe, África y Europa). Sin embargo, en América del Norte y Asia-Oceanía no hay diferencia en la motivación entre los empresarios hombres y mujeres.

Todos los informes elaborados hasta la fecha reflejan una mayor inclinación de los hombres hacia la actividad emprendedora, con independencia del nivel de desarrollo de la economía. Los países con economías basadas en factores de producción tienen las tasas más altas de emprendimiento, tanto para hombres como para mujeres. Latinoamérica tiene la TEA más alta (17%), seguida de África (15%). Y, como se ha dicho, la proporción entre mujeres y hombres es de 8 a 10. Ecuador destaca en este sentido, pues junto con Burkina Faso es el país con tasa de emprendimiento femenino más alto (casi un tercio de la población), pero también lideran en emprendimiento masculino. El mismo fenómeno sucede en Europa, pero a la inversa, con las tasas más bajas de emprendimiento femenino y masculino. Sólo hay tres países con mayores tasas de emprendimiento femenino que masculino: Indonesia, Brasil y Malasia, dándose la circunstancia de que en los dos países asiáticos predomina la motivación emprendedora por razones de oportunidad frente a las razones de necesidad. En Latinoamérica, por el contrario, las mujeres están más forzadas por la necesidad (al igual que en África y Europa) frente a Norteamérica, Asia y Oceanía, donde la motivación entre hombres y mujeres con respecto a razones de oportunidad o de necesidad están más equilibradas.

3 Aunque a fecha 2 de noviembre se publicó el informe correspondiente a 2017, dado que pretendemos cruzar datos entre el informe general y los regionales correspondientes a Iberoamérica y estos aún no han salido publicados, trabajaremos con las ediciones de 2016, significando algún dato del 2017 que nos parezca remarcable. En alguna otra ocasión nos referiremos a informes de 2015 al no haber una edición posterior disponible.

4 El informe mundial incluye resultados basados en 64 economías que publican encuesta de población adulta (APS, con edades entre 18 y 64 años) y 65 economías que publican la Encuesta Nacional de Expertos (NES). Los países GEM en la encuesta de 2016 cubren el 69,2% de la población mundial y el 84,9% del PIB mundial. Incluye resultados de cada economía participante, con números y clasificaciones en indicadores clave de GEM del APS, así como una evaluación de los factores del ecosistema (basados en el NES). Asimismo, se incluyen tablas de datos de los indicadores del GEM por economía y región.

5 Hay que distinguir entre economías: (1) "basadas en factores de producción", donde los países compiten principalmente en el uso de mano de obra no calificada y recursos naturales y las empresas compiten sobre la base del precio a medida que compran y venden productos básicos o productos básicos; (2) "basadas en eficiencia", donde el crecimiento se basa en el desarrollo de procesos de producción más eficientes y una mayor calidad del producto; y (3) "basadas en innovación", donde las empresas compiten produciendo y entregando productos y servicios nuevos y diferentes mediante el uso de los procesos más sofisticados (GEM, 2016b).

En esta tabla puede compararse las diferencias entre las cifras de emprendimiento por género en función de la distinta orientación de sus economías (GEM, 2016a, pág. 28):

Table 0: Development phase averages for TEA, by gender, in 64 economies, GEM 2016

Stage of economic development	Male TEA (% of adult male population)	Female TEA (% of adult female population)	Ratio of female/male TEA	Male TEA necessity (% of male TEA)	Female TEA necessity (% of female TEA)	Ratio of female/male TEA necessity
Factor-driven	19	15	0.79	30	32	1.07
Efficiency-driven	16	12	0.75	24	29	1.21
Innovation-driven	11	7	0.63	17	20	1.18

En general se aprecia una disminución de la TEA general (masculino y femenino) en función del grado de desarrollo de las economías y una motivación orientada a la necesidad que evoluciona en sentido inverso (disminuye con el desarrollo). No obstante, la proporción de mujeres emprendedoras con respecto a los hombres disminuye conforme avanza el grado de desarrollo, sin que disminuya la proporción de las mujeres que emprenden por necesidad de la misma manera en que disminuye la de los

varones. Las mujeres siguen emprendiendo más por necesidad que los varones incluso en sociedades más desarrolladas.

Si analizamos estos mismos aspectos a nivel de país en la región de Latinoamérica, nos encontramos con que la norma que correlaciona emprendimiento masculino y femenino en función de los parámetros anteriormente mencionados suele evidenciarse (GEM, 2016a, pág. 121):

Region	Economy	Male TEA (% of adult male population)		Female TEA (% of adult female population)		Male TEA Opportunity (% of TEA males)		Female TEA Opportunity (% of TEA females)		Male TEA Necessity (% of TEA males)		Female TEA Necessity (% of TEA females)	
		Value	Rank/64	Value	Rank/64	Value	Rank/64	Value	Rank/64	Value	Rank/64	Value	Rank/64
Latin America & Caribbean	Argentina	16.0	21	13.1	15	74.2	38	58.3	53	23.3	29	40.1	9
	Belize	30.5	3	27.3	3	88.8	5	87.3	6	8.0	61	8.6	59
	Brazil	19.2	14	19.9	7	63.2	55	51.9	61	36.8	5	47.7	3
	Chile	28.6	6	19.8	8	79.7	22	70.2	36	18.7	37	28.4	28
	Colombia	30.2	4	24.7	5	89.7	4	81.7	16	9.4	58T	17.1	47
	Ecuador	33.6	2	30.2	1T	68.5	49T	61.9	48	25.6	20T	30.6	22
	El Salvador	15.0	22	13.6	13	71.7	42T	56.4	55	28.3	17	43.6	6
	Guatemala	24.2	9	16.4	9	66.3	52	54.4	60	33.3	9	45.1	5
	Jamaica	10.9	43T	8.8	27	47.7	64	45.6	63	42.2	2	47.8	2
	Panama	14.2	25	12.3	16	88.4	6	76.6	24	9.4	58T	21.1	41
	Peru	26.3	7	24.0	6	81.1	20	82.6	14	12.4	52	13.2	51
	Puerto Rico	13.2	30	7.7	32	65.6	53	68.1	39	30.1	13	31.9	19
	Uruguay	18.7	17	9.9	21	75.2	34	63.5	44	24.1	26	35.3	16
	Regional Average		20.7		17.0		74.2		67.0		22.8		30.7

La necesidad frente a la oportunidad es una motivación más importante en el caso de las mujeres que en el de los varones en todos los casos, mientras que las razones de oportunidad son más relevantes en los varones, a excepción de los casos de Perú y Puerto Rico, donde las mujeres emprenden más por razones

de oportunidad que los hombres (aunque en Perú están muy igualados ambos sexos). Las tasas de emprendimiento masculino están por encima de las de emprendimiento femenino en todos los casos salvo en Brasil, donde son prácticamente equivalentes (19,2 y 19,9 respectivamente).

2.2. ESPAÑA

La situación en Latinoamérica contrasta claramente con la de España (GEM, 2016b). La participación de la población española en actividades emprendedoras en fase inicial disminuyó en el último año, aunque se mantiene dentro del rango habitual de entre cinco y seis personas emprendedoras por cada cien individuos de la población adulta.

A la hora de analizar el perfil de la población⁶ involucrada en actividades emprendedoras en fase inicial, cabe destacar que el 70,2% de la TEA de España en 2016 correspondió a iniciativas impulsadas por oportunidad, mientras que el 26% correspondió a iniciativas impulsadas por necesidad, como consecuencia de la falta de alternativas laborales en el mercado. Además, la edad media de las personas emprendedoras -sin saber si son mujeres o varones- en fase inicial fue de 40,4 años. El 31,5% del total se concentró en el tramo de edad de 35 a 44 años. También destaca que el índice TEA volvió a estar marcado por una participación masculina comparativamente mayor que la femenina (55,7 frente a 44,3%), pero la diferencia de género en la propensión a emprender continuó estrechándose con respecto a años anteriores.

Por nivel de educación, menos de la mitad de la población emprendedora -sin desagregar por sexo- en fase inicial tenía formación superior de grado o postgrado (47,4%), si bien el TEA estimado dentro de la población con formación superior fue más alto que dentro de la población con formación de nivel medio y bajo. De igual forma, la TEA dentro de la población agrupada en el tercio superior de ingresos o renta fue más alto que dentro de la población agrupada en los tercios medio e inferior de renta.

Por lo que respecta a la actividad (intra)emprendedora (2,7%) sin desagregar por sexo, ésta presenta un aumento de 1,6 puntos respecto a la edición anterior, lideradas por la Comunidad

Valenciana (3,9%), muy por debajo de la media (5,0%) del grupo de países de la UE.⁷

Desde una perspectiva de género, a diferencia de otras ediciones, se destacan porcentajes similares tanto de mujeres como de varones involucrados en el proceso emprendedor que perciben que poseen los conocimientos y habilidades para emprender. Asimismo, el colectivo de varones emprendedores continúa reconociendo la existencia de más oportunidades para emprender y de modelos de referencia que el colectivo de mujeres emprendedoras.

La mayoría de los 13 factores del ecosistema emprendedor han recibido una valoración baja, recibiendo la educación y formación emprendedora en la etapa escolar (1,7), las políticas gubernamentales de apoyo (1,9) y la burocracia e impuestos (2,0) las valoraciones más bajas.

Para los expertos/as entrevistados/as la condición que ha obstaculizado la actividad emprendedora en España continúan siendo las políticas gubernamentales debido a los altos niveles de burocracia en los procesos administrativos y al exceso de regulaciones vinculadas a la creación de empresas. Y una de las condiciones consideradas más favorables para emprender en España es la diversidad de programas formativos.

En la edición GEM España de 2016, el 25,6% de la población española encuestada -sin desagregar por sexo- ha manifestado percibir oportunidades para emprender en los próximos seis meses, lo que constituye una ligera disminución respecto al 26,0% de 2015.

El análisis incluye datos sobre las diferencias en las percepciones sobre el emprendimiento entre hombres y mujeres:

⁶ Sin desagregar por sexo, ya que los estudios no lo reflejan.

⁷ En esta edición destacan las siguientes tendencias:

- Primero, se observa una ligera disminución en el porcentaje de población española -sin desagregar por sexo- de 18 a 64 años que percibe la existencia de oportunidades respecto a la edición anterior (25,6% en 2016 vs. 26,0% en 2015). Aunque un poco alejada de la media de la EU28 (39,8%), la tendencia de este indicador en las últimas tres ediciones se mantiene constante, particularmente, en el caso de la población emprendedora que muestra un ligero aumento en cada edición (40,6% en 2016 vs. 39,6% en 2015).
- Segundo, aunque en esta edición se observa un aumento en el porcentaje de población española de 18-64 años que percibe el miedo al fracaso como obstáculo para emprender (45,0% en 2016 vs. 43,1% en 2015), se destaca una continua tendencia hacia la baja en la percepción de este obstáculo en el colectivo emprendedor.
- Tercero, continúa en aumento el porcentaje de la población española que ha identificado modelos de referencia.

Tabla 1.1.1. Percepción de la población española sobre sus valores y actitudes para emprender desde la perspectiva de género, 2016

% de la población española de 18-64 años que percibe que	Involucrada en el proceso emprendedor			No involucrada en el proceso emprendedor		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
... existen oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	42,7%	37,5%	40,6%	25,5%	21,3%	23,4%
... posee los conocimientos y habilidades para emprender	86,7%	86,9%	86,8%	43,8%	39,0%	41,3%
... el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender	23,7%	29,7%	26,3%	44,6%	50,2%	47,4%
... conoce a otras personas que han emprendido el año anterior	58,1%	55,5%	57,0%	35,2%	30,6%	32,8%

Fuente: GEM España, APS 2016.

Los resultados (GEM, 2016b, pág. 46) coinciden con el resto de estudios internacionales, mostrando diferencias en las percepciones sobre las actitudes y valores vinculados al emprendimiento entre hombres y mujeres: menor percepción de oportunidades, así como menor conocimiento de personas

referentes, en el caso de las mujeres. También se constata un mayor miedo al fracaso por parte de las mujeres. Destacable que también se observen porcentajes similares entre ambos grupos por lo que respecta a poseer los conocimientos y habilidades necesarios para emprender.

Tabla 1.1.2. Percepción de la población española sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento desde la perspectiva de género, 2016

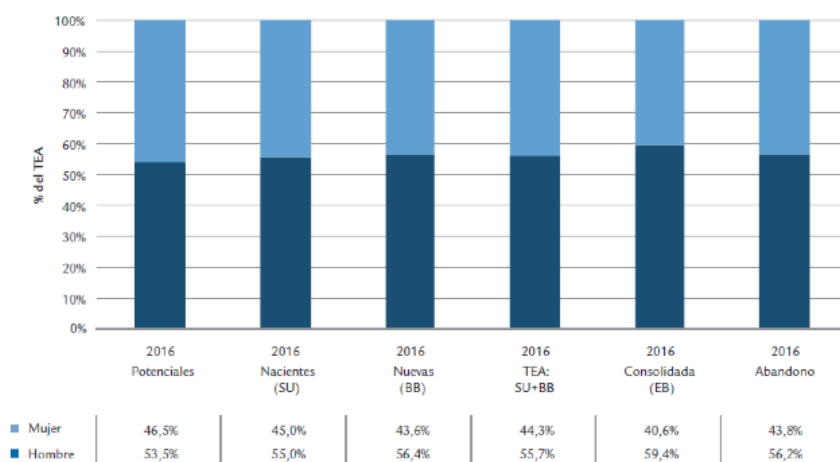
% de la población española de 18-64 años que considera que	Involucrada en el proceso emprendedor			No involucrada en el proceso emprendedor		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
... la mayoría de la población prefiere que haya equidad en los estándares de vida	69,1%	72,2%	70,4%	68,7%	71,9%	70,3%
... para la mayoría de la población emprender es una buena opción profesional	56,5%	57,4%	56,8%	53,6%	53,0%	53,3%
... para la mayoría de la población emprender con éxito brinda un buen estatus social y económico	54,5%	50,7%	52,9%	51,8%	48,9%	50,4%
... a menudo se difunden noticias sobre emprendedores exitosos en los medios de comunicación	61,0%	57,5%	59,6%	49,3%	47,1%	48,2%

Fuente: GEM España, APS 2016.

Desde el punto de vista de las percepciones sobre su cultura e influencia en el emprendimiento, aunque no varía mucho del 2015 al 2016, en esta ocasión podemos afirmar que las mujeres en mayor porcentaje prefieren que haya equidad en los estándares de vida. Y también en mayor proporción las mujeres consideran que emprender es una buena opción profesional. Un 3,8% de mujeres

menos que hombres consideran que emprender con éxito brinda un buen estatus social y económico. Y un 3,5% menos consideran que los medios difunden noticias sobre emprendedores exitosos, datos ambos, el de la consideración social y el de los medios de comunicación, muy proclives a una diferente interpretación en base al género de la persona que analiza.

Gráfico 1.2.13. Distribución por género de los colectivos emprendedores en España en 2016

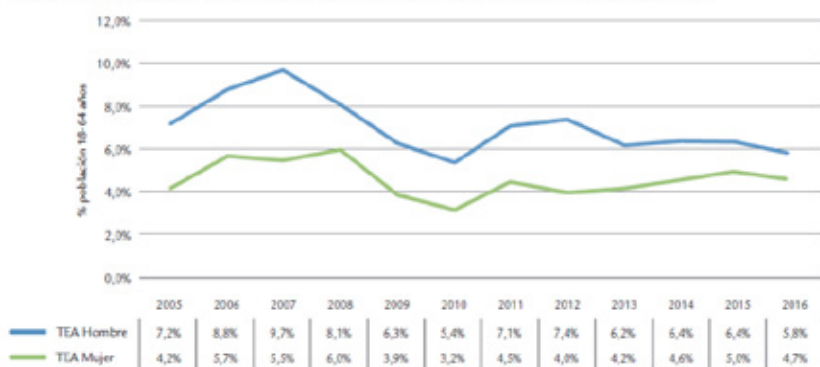


Fuente: GEM España, APS 2016.

Por lo que afecta a la actividad emprendedora y sus características, el 55,7% de la población emprendedora en fase inicial en 2016 estaba compuesta por hombres, mientras que el 44,3% estaba compuesta por mujeres. Tanto el subconjunto de negocios nacientes como el de nuevas empresas mostraron una distribución por género similar. La brecha entre hombres y mujeres resulta mayor entre los empresarios consolidados, cuya participación masculina en el último año fue del 59,4 frente

al 40,6% de participación femenina (de cada diez personas que fueron identificadas como emprendedoras en fase inicial o empresariado consolidado durante 2016, casi seis eran hombres y un poco más de cuatro eran mujeres). Esta diferencia también se observa entre las personas que abandonaron un negocio en el último año (56,2 frente al 43,8%) y las que esperaban crear un negocio en los próximos tres años (53,5 frente al 46,5%).

Gráfico 1.2.14. Evolución del índice TEA por género en España durante el periodo 2005-2016



Fuente: GEM España, APS 2016.

Al contemplar la evolución de la TEA masculino y femenino desde el año 2005 (GEM, 2016b, pág. 70) observamos en todo momento que existe brecha de género, aunque se ha reducido en los últimos años debido fundamentalmente al descenso por parte de los hombres desde el 7,2% (2005) al 5,8% (2016), ya que la subida por parte de las mujeres solo es del 0,5% en los 11 años analizados.

El informe sobre España concluye que “las percepciones de

un individuo suelen configurar sus comportamientos, sus aspiraciones y sus decisiones”. En este sentido, se muestra una tendencia más positiva en la mayoría de los indicadores en el colectivo de varones, con percepciones muy similares respecto a la percepción de poseer los conocimientos necesarios tanto en hombres como en mujeres, con una mayor percepción del miedo respecto de las mujeres.

2.3. LATINOAMÉRICA

Por lo que respecta al Informe GEM específico para América Latina y el Caribe (GEM, 2015), éste amplía algunas de las informaciones anteriormente extraídas del informe mundial. En los últimos 15 años, esta región (coincidiendo con el informe general) ha experimentado cambios significativos, fundamentalmente para bien.⁸

Muchos países de la región han adoptado políticas macroeconómicas prudentes y ahora están mejor preparados para enfrentar choques externos. La clase media ha crecido y las tasas de pobreza son menos de la mitad de las que eran hace 15 años. Ha habido importantes inversiones en infraestructura, educación y en el fortalecimiento de la capacidad productiva de las empresas. Desde 2003, América Latina y el Caribe (ALC) ha registrado un nivel de desempeño económico que sólo ha sido superado por Asia y similar al de África. Sin embargo, en los últimos cinco años la región de América Latina ha enfrentado un continuo declive en su ritmo de crecimiento, como resultado de un entorno externo particularmente adverso a los exportadores de productos básicos.

Las principales conclusiones a las que llega este panel de expertos/as (3 varones y 4 mujeres), en cuanto a la actividad emprendedora -sin desagregar por sexo- son:

- En promedio, poco menos de dos tercios de personas en la región de ALC reportan actitudes sociales positivas hacia el emprendimiento.
- La región muestra un nivel de emprendedores/as potenciales de 59%. Sólo África y las economías basadas en factores (ambos en 62%) presentan niveles marginalmente más altos en cuanto a este indicador.

- El porcentaje de emprendedores/as intencionales en la región de América Latina y el Caribe es menor que en África y que en el resto de economías basadas en factores, pero se encuentran por encima de otros grupos geográficos y económicos.

- La región de ALC tiene un mayor porcentaje de emprendedores/as nacientes (13%) que el resto de los grupos geográficos o económicos.

- La región de América Latina reporta una tasa de emprendedores/as nacientes inferior a la de América del Norte, pero más alta que la de los otros grupos geográficos y económicos, lo que indica que existen deficiencias en los sistemas de apoyo para el emprendimiento de la región.

- Una quinta parte de la población adulta en la región de Latinoamérica está comprometida en actividad emprendedora de fase temprana – a la par con África y mayor que los otros grupos geográficos. Sin embargo, la mayoría de esta actividad está en la fase naciente, y muchos de ellos/as no llegan a la fase de empresas establecidas.

- La tasa de emprendedores/as establecidos en la región es inferior a la de África, y Asia y Oceanía, pero se encuentra a la par con la América del Norte.

- La región de América Latina y el Caribe muestra la segunda tasa más alta de discontinuación de empresas. La región tiene, sin embargo, una relación positiva de la TEA con relación a la discontinuación - por cada persona que discontinuó en 2015, tres estaban comprometidas en actividad emprendedora de fase temprana.

8 Doce países en América Latina y el Caribe – a saber, Argentina, Barbados, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Puerto Rico y Uruguay - participaron en el estudio del Global Entrepreneurship Monitor de 2015, lo que da una cobertura del 82% en términos de población y del 88% del PIB de la región.



Por lo que respecta a la diferencia por sexos, el informe destaca que la proporción de participación masculina con relación a la femenina en la actividad emprendedora de fase temprana varía considerablemente entre la muestra total de países, confirmando

las diferencias culturales y de costumbre (género). Además, los hombres son más propensos a participar independientemente del nivel de desarrollo económico del país.

Tabla 4.2: Tasas de TEA por género en los países de ALC, GEM 2015 (% de la población adulta por cada género comprendido en la TEA)

País	Tasa de TEA femenina (% de la población femenina adulta)	Tasa de TEA masculina (% de la población adulta masculina)	Tasa TEA global	Relación mujeres a hombres
Argentina	15,8	19,9	17,7	0,79
Barbados	19,8	22,4	21,1	0,88
Brasil	20,3	21,7	21,0	0,94
Chile	22,1	29,7	25,9	0,74
Colombia	18,5	27,1	22,7	0,68
Ecuador	32,8	34,3	33,6	0,96
Guatemala	13,9	21,9	17,7	0,63
México	19,2	23,0	21,0	0,83
Panamá	12,1	13,5	12,8	0,9
Perú	22,5	21,9	22,2	1,03
Puerto Rico	7,1	10,0	8,5	0,71
Uruguay	9,1	20,1	14,3	0,45
Región de ALC (promedio)	17,8	22,1	19,9	0,8

*Debe leerse como: en 2015 el 15% de las mujeres dentro de la población de Argentina estaban involucrada en actividad emprendedora de fase temprana.

En 11 de los 12 países la propensión al emprendimiento es mayor en los varones, aunque del total de las mujeres, las de América Latina y el Caribe junto con Asia son lideresas a este respecto, siendo Perú quien más altas tasas reporta en TEA y quien menos Uruguay. La mejor tasa de emprendimiento en ambos sexos es

para Ecuador y la peor para Puerto Rico.

En cuanto a la motivación para emprender, como ya se ha indicado en el análisis GEM general, es superior en todos los casos la necesidad frente a la oportunidad en el caso de las mujeres con respecto a los hombres:

Tabla 4.3: Emprendedores basados en necesidades como % de la TEA, por género, para los países de ALC, GEM 2015

País	Hombres		Mujeres	
	TEA	% Basados en necesidades	TEA	% Basados en necesidades
Argentina	19,9	23,3	15,8	37,3
Barbados	22,4	11,2	19,8	19,5
Brasil	21,7	32,0	20,3	54,2
Chile	29,7	18,8	22,1	34,0
Colombia	27,1	32,0	18,5	34,9
Ecuador	34,3	27,7	32,8	33,5
Guatemala	21,9	38,7	13,9	56,0
México	23,0	15,6	19,2	22,5
Panamá	13,5	44,4	12,1	46,3
Perú	21,9	20,7	22,5	29,6
Puerto Rico	10,0	23,2	7,1	27,7
Uruguay	20,1	15,8	9,1	22,9
Región de ALC (promedio)	22,1	25,3	17,8	34,9

Aunque en ninguno de los indicadores se desagrega por sexo, los/as expertos/as (GEM, 2015, pág. 46) destacan que, con la excepción de Chile, no existen subvenciones públicas o gubernamentales

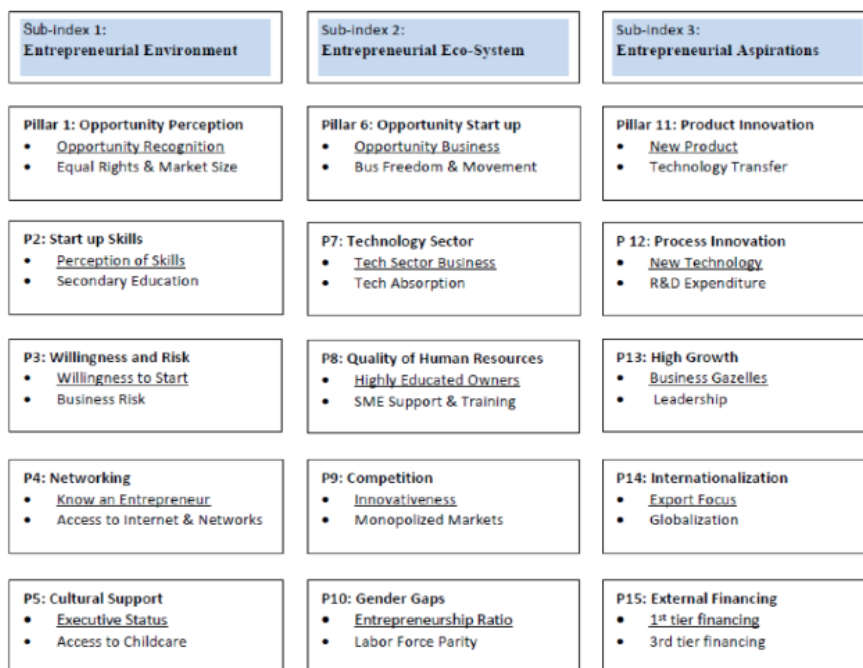
por lo que la financiación inicial muy a menudo proviene de familiares o personas inversoras informales y a causa de ello se ven perjudicados jóvenes, mujeres y habitantes de zonas rurales.

3. EL AMBIENTE EMPRESARIAL PARA EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO DE ALTO POTENCIAL (ÍNDICE FEI)

El Female Entrepreneurship Index (FEI) de 2015 (GEDI, 2015) analiza 77 países utilizando un armazón teórico que mide el ecosistema y ambiente empresarial, así como las aspiraciones individuales, otorgando una puntuación de 0 a 100 a los distintos países. Elaborado por el GEDI sobre la base de la metodología GEI, el FEI tiene en cuenta aspectos relacionados con factores que permiten el desarrollo de emprendedoras de alto potencial: mujeres que poseen y operan negocios innovadores, de mercado en expansión

y orientados a la exportación. A través de sus actividades empresariales, este tipo de emprendedoras mejoran su propio bienestar económico y contribuyen al tejido económico y social. El enfoque sistemático del FEI permite hacer comparaciones entre los países acerca de las diferentes condiciones por razón de género que a menudo afectan al desarrollo de estas mujeres de alto potencial. El índice se basa en los siguientes “pilares”:

Figure 2.1: The 2015 Female Entrepreneurship Index Framework



Note: Each pillar contains an individual level indicator (underlined) and an institutional level indicator.

Entre las principales conclusiones del estudio figuran las siguientes:

1. Estados Unidos ocupa el primer lugar del mundo con 82.9, ocho puntos por delante de Australia, que figura en segundo lugar (74.8).
2. En 2015 el Reino Unido, Dinamarca y los Países Bajos se clasificaron entre los cinco primeros del ranking, desplazando a Suecia, Francia y Alemania⁹.
3. 47 de las 77 naciones aún obtienen puntajes por debajo de 50 puntos, una indicación de que estos países deben perseguir

cambios para reducir las barreras para las mujeres empresarias.

4. Chile supera al resto de América Latina y ocupa el puesto número 15 entre las principales naciones del mundo para el emprendimiento femenino.
5. Muchos países de América Latina experimentaron grandes caídas respecto del año anterior. Colombia, Perú, Venezuela y Panamá cayeron al menos 5 puestos.

Entre los 10 primeros países de la clasificación no figura ningún país iberoamericano:

Rank	Country	Score
1	United States	82.9
2	Australia	74.8
3	United Kingdom	70.6
4	Denmark	69.7
5	Netherlands	69.3
6	France	68.8
7	Iceland	68.0
8	Sweden	66.7
9	Finland	66.4
10	Norway	66.3

Algunos resultados generales interesantes del estudio en lo relativo a las tendencias globales son los siguientes:

1. Por lo que respecta al entorno empresarial femenino, ha habido una mejora general en materia de transferencia de tecnología a las empresas y en materia financiera.

2. Se ha producido un incremento del 7% en el porcentaje de emprendedoras que tienen la intención de que su negocio crezca en un 50% y emplear al menos a 10 personas en un plazo de 5 años.

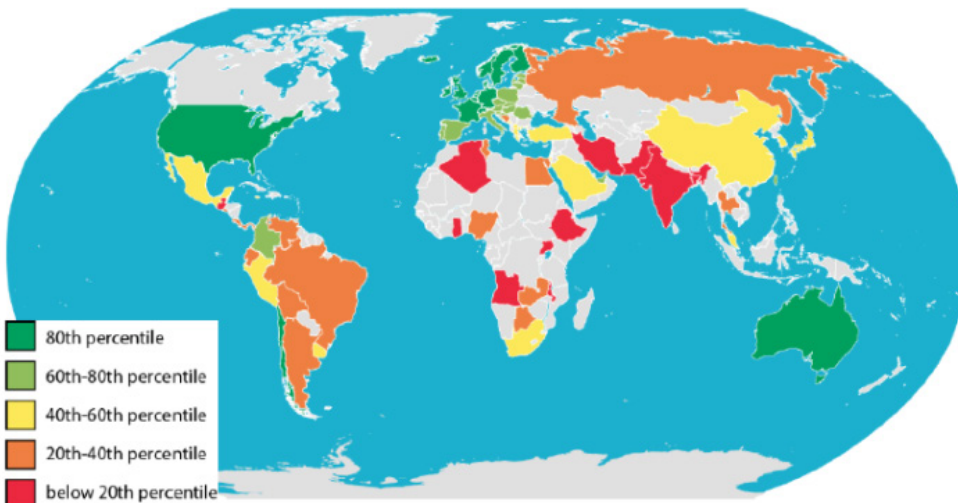
⁹ Dado que los seis países europeos tienen ecosistemas fuertes para mujeres empresarias, incluso pequeños cambios pueden generar cambios de rango de un año a otro.

3. El porcentaje de emprendedoras con alto nivel de educación se ha incrementado en un 9%.
4. Ha decrecido la participación de las emprendedoras en materia de innovación (-13%), así como su participación en el sector tecnológico (-19%).
5. El 61% de los países aún está por debajo de 50 puntos. Europa puede mejorar en el reconocimiento de oportunidades

para que las mujeres emprendan. Latinoamérica puede mejorar en su orientación a los mercados exteriores. África subsahariana puede mejorar en acceso a la financiación y la formación. Asia oriental puede mejorar en que las mujeres reconozcan mejor sus propias habilidades para emprender.

En este gráfico pueden visualizarse las puntuaciones por país (GEDI, 2015, pág. 10):

Figure 3.1: FEI 2015 scores



Key: Color coding ranges from dark green for the highest scoring countries to yellow for middle scoring countries to red for the lowest scoring countries.

Por lo que respecta a los países iberoamericanos, destaca claramente Chile como líder indiscutible, en el percentil 80, seguido de Colombia, España y Portugal. México, Perú y Uruguay estarían en la parte central de la tabla. El resto de países estarían

por debajo.

En la clasificación general tendríamos los siguientes países iberoamericanos (GEDI, 2015, pág. 11):

Rank	Country	Score	Rank	Country	GEI	Rank	Country	GEI
1	United States	82.9	27	United Arab Emirates	52.6	53	Botswana	30.4
2	Australia	74.8	28	Spain	52.5	54	Costa Rica	30.1
3	United Kingdom	70.6	29	Colombia	52.0	55	Argentina	30.7
4	Denmark	69.7	30	Italy	51.4	56	Russia	30.5
5	Netherlands	69.3	31	Croatia	49.9	57	Nigeria	32.8
6	France	68.8	32	Portugal	49.8	58	Ecuador	32.3
7	Iceland	68.0	33	Romania	49.4	59	Bosnia and Herzegovina	31.6
8	Sweden	66.7	34	Israel	47.6	60	Brazil	31.1
9	Finland	66.4	35	Uruguay	44.5	61	Tunisia	30.7
10	Norway	65.3	36	South Africa	44.2	62	El Salvador	29.9
11	Ireland	64.3	37	Montenegro	43.7	63	Bolivia	29.7
12	Switzerland	63.7	38	Peru	43.6	64	Zambia	29.1
13	Belgium	63.6	39	Barbados	43.4	65	Venezuela	29.0
14	Germany	63.6	40	Greece	43.0	66	Egypt	27.7
15	Chile	63.5	41	Mexico	42.8	67	Algeria	27.4
16	Singapore	59.8	42	Macedonia	41.2	68	Angola	26.0
17	Czech Republic	59.1	43	Korea	40.1	69	Ghana	25.8
18	Lithuania	58.5	44	Japan	40.0	70	India	25.3
19	Poland	57.7	45	Turkey	39.3	71	Guatemala	25.2
20	Latvia	56.6	46	Malaysia	39.2	72	Ethiopia	20.9
21	Slovenia	55.9	47	Jamaica	38.6	73	Iran	20.5
22	Estonia	55.4	48	China	38.3	74	Uganda	18.4
23	Austria	54.9	49	Saudi Arabia	37.0	75	Bangladesh	17.9
24	Slovakia	54.8	50	Panama	36.9	76	Malawi	15.5
25	Hungary	53.7	51	Trinidad & Tobago	36.9	77	Pakistan	15.2
26	Taiwan	53.4	52	Thailand	36.6			

Aunque en este estudio no están todos los países, se percibe fácilmente que la situación de los países iberoamericanos es en general bastante deficiente para el entorno que favorezca la aparición de este tipo de emprendedoras, pues la mayoría están en una situación central o inferior en la tabla. Vemos que esto contrasta con los porcentajes de mujeres involucradas en actividades emprendedoras en un sentido amplio en la región, donde los países de la región salen menos favorecidos al estar de hecho la mayor parte de las mujeres emprendedoras en actividades de menor valor añadido motivadas por la necesidad.

El estudio compara el Female Entrepreneurship Index con el Global Entrepreneurship Index (GEI) del GEDI (Global Entrepreneurship and Development Institute) de 2015. A raíz de esta comparación se aprecia que los países de Europa del Este tienen mejores

índices femeninos (FEI) que generales (GEI), mientras que en los países asiáticos se da la situación a la inversa, lo que revela las diferencias en los respectivos esfuerzos para la creación de un ambiente favorable para las emprendedoras. Otro de los aspectos destacables por lo que respecta a los países iberoamericanos es que países como Perú o México destacan por su mayor rating en FEI que en GEI, por lo que gozan de un ecosistema emprendedor más favorable para las mujeres involucradas en actividades de mayor valor añadido.

Hay que tener en cuenta en este contexto que en el GEI de 2017 los países de Latinoamérica tienen una puntuación en general baja con respecto a la generación de un entorno propicio para el emprendimiento en actividades de mayor calidad (GEDI, 2017):

GEI rank	Country	ATT	ABT	ASP	GEI
18	Chile	72.8	48.5	55.2	58.8
41	Puerto Rico	41.0	52.4	28.6	40.6
44	Colombia	34.2	31.3	46.5	37.3
50	Uruguay	44.5	30.5	28.7	34.6
51	Barbados	47.1	34.1	22.4	34.5
58	Costa Rica	41.6	26.3	25.1	31.0
67	Peru	35.7	25.4	19.2	26.8
68	Panama	35.8	23.1	19.5	26.2
74	Trinidad & Tobago	29.1	27.0	17.7	24.6
78	Dominican Republic	30.2	19.8	22.0	24.0
83	Argentina	21.3	22.2	23.2	22.2
91	Ecuador	23.8	21.2	18.2	21.1
93	Jamaica	27.8	21.0	14.2	21.0
97	Bolivia	23.4	12.6	25.3	20.4
98	Brazil	29.2	17.5	13.6	20.1
101	El Salvador	25.1	19.5	14.9	19.8
106	Honduras	19.1	18.5	17.0	18.2
108	Guatemala	18.1	19.4	16.2	17.9
110	Suriname	19.8	22.4	10.1	17.5
111	Paraguay	20.5	16.1	13.4	16.7
113	Belize	22.2	16.5	11.2	16.6
117	Guyana	13.6	21.8	12.4	15.9
128	Venezuela	18.7	8.1	12.1	13.0
129	Nicaragua	12.2	14.9	11.0	12.7
	South and Central America / Caribbean average	29.5	23.8	20.7	24.6

México tendría una puntuación de 25,7, España 45,3 y Portugal 47,2. Destaca nuevamente Chile como país con un entorno particularmente apropiado para el emprendimiento, tanto masculino como femenino.

Por áreas, mientras que Sur-Centroamérica junto con el Caribe tiene una puntuación media en el GEI de 24,6, África Subsahariana tiene una media de 17,6, los países MENA un 37,9, Asia-Pacífico un 31,6 (dentro de éste Australia un 72,5), Europa un 46,3, EE.UU un 83,44 y Canadá un 75,6. Por tanto, podríamos decir que en general el entorno para el emprendimiento en actividades de mayor

nivel en Latinoamérica está muy por debajo de los países más desarrollados e incluso de zonas en desarrollo como los países asiáticos o del Norte de África y Oriente Próximo.

Por lo que respecta a los cambios en la clasificación general de los países, cruzando la clasificación FEI respecto a GEI, apreciamos una mejora de España en dos puestos, pero un descenso de al menos cinco puestos por parte de cuatro países Latinoamericanos (Colombia, Perú, Panamá y Venezuela) y ninguno de ellos ha mejorado 5 puestos o más (GEDI, 2015, pág. 13):

2015 matched rank	2014 matched rank	Country	Change in matched rank	2015 matched rank	2014 matched rank	Country	Change in matched rank
1	1	United States	0	36	31	Peru	-5
2	2	Australia	0	37	46	Greece	9
3	5	United Kingdom	2	38	35	Mexico	-3
4	10	Denmark	6	39	40	Macedonia	1
5	6	Netherlands	1	40	41	Korea	1
6	9	France	3	41	45	Japan	4
7	8	Iceland	1	42	44	Turkey	2
8	3	Sweden	-5	43	42	Malaysia	-1
9	12	Finland	3	44	54	Jamaica	10
10	4	Norway	-6	45	39	China	-6
11	16	Ireland	5	46	50	Saudi Arabia	4
12	14	Switzerland	2	47	38	Panama	-9
13	7	Belgium	-6	48	43	Thailand	-5
14	11	Germany	-3	49	48	Costa Rica	-1
15	15	Chile	0	50	49	Argentina	-1
16	13	Singapore	-3	51	47	Russia	-4
17	27	Czech Republic	10	52	53	Nigeria	1
18	21	Lithuania	3	53	56	Ecuador	3
19	20	Poland	1	54	57	Bosnia and Herzegovina	3
20	25	Latvia	5	55	51	Brazil	-4
21	17	Slovenia	-4	56	58	Tunisia	2
22	24	Slovakia	2	57	55	Bolivia	-2
23	23	Hungary	0	58	64	Zambia	6
24	19	Taiwan	-5	59	52	Venezuela	-7
25	28	United Arab Emirates	1	60	62	Egypt	2
26	28	Spain	2	61	59	Algeria	-2
27	22	Colombia	-5	62	63	Angola	1
28	29	Italy	1	63	60	Ghana	-3
29	33	Croatia	4	64	68	India	4
30	37	Portugal	7	65	66	Guatemala	1
31	30	Romania	-1	66	61	Iran	-5
32	18	Israel	-14	67	65	Uganda	-2
33	34	Uruguay	1	68	67	Bangladesh	-1
34	32	South Africa	-2	69	68	Pakistan	-1
35	36	Montenegro	1				

Source: FEI (2015)

En esta tabla podemos visualizar el ranking latinoamericano (GEDI, 2015, págs. 14-15) (en Europa, España se sitúa en el puesto 28 y Portugal en el 32):

Latin America	Score	Global Rank
Chile	63.5	15
Colombia	52.0	29
Uruguay	44.5	35
Peru	43.6	38
Barbados	43.4	39
Mexico	42.8	41
Jamaica	38.6	47
Panama	36.9	50
Trinidad & Tobago	36.9	51
Costa Rica	36.1	54
Argentina	35.7	55
Ecuador	32.3	58
Brazil	31.1	60
El Salvador	29.9	62
Bolivia	29.7	63
Venezuela	29.0	65
Guatemala	23.2	71

El informe destaca como puntos fuertes en el área de Latinoamérica el estatus ejecutivo de muchas mujeres, la proporción de personas emprendedoras, así como el liderazgo femenino. Entre los puntos débiles destaca el escaso gasto en I+D o el apoyo de entidades financieras de primer nivel. A esto hay que añadir como se ha comentado la menor propensión a las actividades exportadoras.

El informe destaca también que, aunque hay una cierta correlación entre la renta per cápita y su puntuación en FEI, hay algunos países donde ello no se da de manera tan directa. En este sentido, Chile es uno de los tres países (junto con EE. UU y Australia) que destaca en cuanto a buenas condiciones para las emprendedoras en relación con su renta. Europa también destaca. En el extremo opuesto estaría Singapur, Arabia Saudí e Irán, así como los países subsaharianos y MENA.

4. LA BRECHA DE GÉNERO EN LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN LA ECONOMÍA (INFORME GLOBAL GENDER GAP)

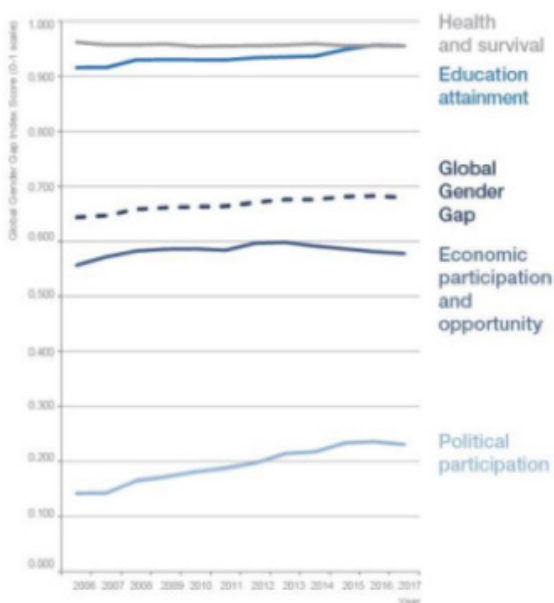
4.1. CONTEXTO MUNDIAL

El Global Gender Gap Report (Informe de la brecha global de género) (World Economic Forum, 2017) es un informe estadístico en el que se mide en distintos países la brecha de género: la diferencia entre mujeres y hombres reflejada en los logros o actitudes sociales, políticos, intelectuales, culturales o económicos. Fue publicado por primera vez en 2006 por el Foro Económico Mundial y la metodología utilizada es la misma desde un inicio.

El informe examina cuatro áreas claves de desigualdad entre hombres y mujeres en 144 economías alrededor del mundo, más del 90% de la población mundial: (1) Participación económica y oportunidades: los resultados de salarios, niveles de participación

y acceso a un empleo de alta cualificación, (2) Logro educativo: los resultados en materia de acceso a la educación básica hasta superior, (3) Empoderamiento político: resultados sobre la representación en las estructuras de toma de decisiones y (4) Salud y supervivencia: los resultados sobre la esperanza de vida y la proporción de sexos.

A pesar del lento pero constante progreso realizado en la igualdad de género en la última década, 2017 no fue un gran año. De hecho, la brecha entre hombres y mujeres en la salud, la educación, la política y la economía se amplió por primera vez desde que comenzaron los registros en 2006.



Global Gender Gap Index, 2016-2017

Para todos los índices se toman datos fiables (de fuentes tales como la Organización Internacional del Trabajo, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo o la Organización Mundial de la Salud), midiendo las diferencias independientemente de los niveles generales de ingresos. Por ello, algunos países

relativamente pobres pueden tener un buen desempeño en el índice, como se puede apreciar en la tabla siguiente, donde tanto Ruanda como Nicaragua se encuentran en el top 10, mostrando cómo estos países distribuyen eficazmente sus recursos y oportunidades.



rank	AVG	SCORE
1. Iceland		0.878
2. Norway		0.830
3. Finland		0.823
4. Rwanda		0.822
5. Sweden		0.816
6. Nicaragua		0.814
7. Slovenia		0.805
8. Ireland		0.794
9. New Zealand		0.791
10. Philippines		0.790

Source: Global Gender Gap Report 2017, World Economic Forum
Note: *2017 rank out of 144 countries

Es evidente una notable ausencia de cualquiera de las principales naciones industrializadas del mundo (el llamado G20) dentro del top 10 de países de este ranking, lo que demuestra que el nivel de riqueza de un país no es automáticamente una receta para conseguir una mayor igualdad entre los sexos. El estudio sitúa la brecha global de género en un 68% (la plena igualdad estaría en el 100%). Por noveno año consecutivo, los nórdicos encabezan la clasificación, con Islandia a la vanguardia, con un 87% de su brecha

de género ya completada. Dentro del top-20, Bulgaria, Canadá, Francia, Bolivia, Dinamarca y Reino Unido son las naciones que han protagonizado los mayores saltos cualitativos.

En el subíndice de participación económica, sólo 11 países (tres menos que el año anterior) han cerrado la brecha en un 80%, pero 19 países la tienen aún en un porcentaje inferior al 50%.

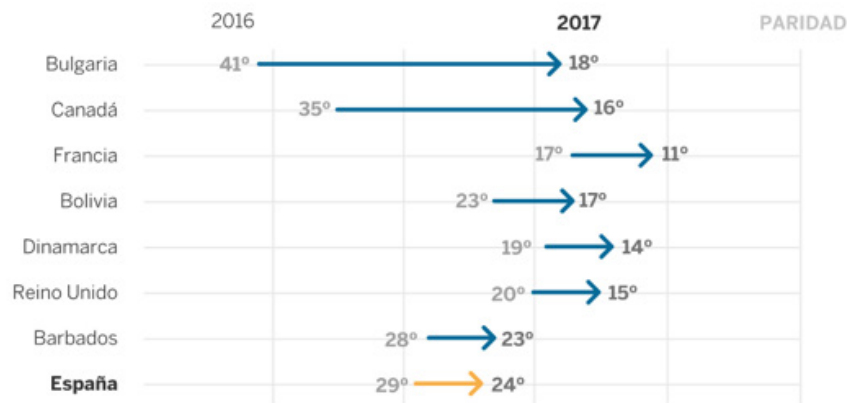
4.2. ESPAÑA

España es otro de los países que más han progresado hasta alcanzar un nivel de cierre de la brecha en el 74%. Sigue en orden al sexteto anterior junto a Barbados, pero se queda en el vigésimo cuarto peldaño del escalafón, tras subir cinco puestos, sin llegar a

situarse entre los diez mejores de Europa. Los mayores avances porcentuales en igualdad corresponden a Nicaragua, con un 12% de brecha corregida, y Nepal, Bolivia y Eslovenia, con un 11%.

Países que más han mejorado en brecha de género

Puesto en 2016 y puesto en 2017



Fuente: Foro Económico Mundial D.A. / J.M.A. / EL PAÍS

El punto débil español es el diferencial salarial entre hombres y mujeres dentro del sub-índice económico, donde se queda en un modesto porcentaje del 65% (en el puesto 81 del ranking global, frente al 99% de nivel educativo y académico y al 97% de acceso

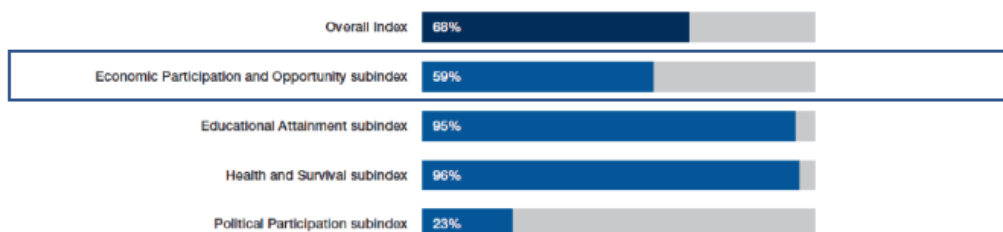
a la sanidad). La puntuación más baja la obtiene en el apartado de igualdad de representantes políticos, con un 35% que, sin embargo, le hace subir dos puestos por encima de su valoración general, a la vigésimo segunda posición.

4.3. LATINOAMÉRICA

Por lo que respecta al área latinoamericana, apreciamos que, en términos generales, aunque más del 96% de los países han ido cerrando la brecha en lo que respecta al acceso a la salud (invariable con respecto al año anterior) y un 95% en lo que respecta al acceso a la educación (ha mejorado un punto), por lo que respecta a la participación económica, al igual que en la política, la brecha es

muy amplia: sólo se ha cerrado un 59% de la brecha en el aspecto económico y sólo un 23% en el político. Además, mientras que el último va creciendo de manera continuada año tras año, el primero ha ido decreciendo cada año hasta alcanzar el mínimo desde 2008 (World Economic Forum, 2017, pág. 8):

Figure 1: Global performance, 2016



Source: Global Gender Gap Index 2016.

Por lo que respecta a la situación en la tabla general correspondiente al subíndice de participación económica por parte de los países de la comunidad iberoamericana en su conjunto, apreciamos que la inmensa mayoría de ellos se sitúan

en la parte inferior (16 países), a excepción de 5 países: Colombia, Portugal, Panamá, Venezuela y España (World Economic Forum, 2017, pág.12).

Table 4: Rankings by subindex, 2016

ECONOMIC PARTICIPATION AND OPPORTUNITY					
Country	Rank	Score	Country	Rank	Score
Burundi	1	0.865	Albania	73	0.668
Lao PDR	2	0.832	Chad	74	0.667
Bahamas	3	0.827	Cyprus	75	0.665
Barbados	4	0.825	Netherlands	76	0.659
Belarus	5	0.823	Cambodia	77	0.659
Botswana	6	0.819	Dominican Republic	78	0.658
Norway	7	0.818	Macedonia, FYR	79	0.658
Rwanda	8	0.817	Malaysia	80	0.658
Iceland	9	0.806	China	81	0.656
Ghana	10	0.805	Paraguay	82	0.656
Sweden	11	0.802	Kyrgyz Republic	83	0.651
Malawi	12	0.799	Austria	84	0.650
Mozambique	13	0.798	Greece	85	0.649
Benin	14	0.795	Slovak Republic	86	0.648
Moldova	15	0.795	Uganda	87	0.647
Finland	16	0.794	Montenegro	88	0.647
Singapore	17	0.793	Czech Republic	89	0.647
Latvia	18	0.785	Uruguay	90	0.643
Slovenia	19	0.784	Brazil	91	0.640
Namibia	20	0.781	Nicaragua	92	0.639
Philippines	21	0.780	Ecuador	93	0.631
Thailand	22	0.770	Senegal	94	0.628
Mongolia	23	0.766	El Salvador	95	0.623
New Zealand	24	0.765	Honduras	96	0.622
Lithuania	25	0.757	Qatar	97	0.619
United States	26	0.752	Bolivia	98	0.619
Luxembourg	27	0.750	Bhutan	99	0.619
Colombia	28	0.749	Suriname	100	0.617
Guinea	29	0.745	Argentina	101	0.616
Switzerland	30	0.745	Guatemala	102	0.613
Kazakhstan	31	0.745	Liberia	103	0.612
Madagascar	32	0.739	Cape Verde	104	0.610
Vietnam	33	0.736	Costa Rica	105	0.606
Denmark	34	0.735	Ethiopia	106	0.599
Jamaica	35	0.733	Indonesia	107	0.598
Canada	36	0.732	Malta	108	0.595
Belgium	37	0.731	Swaziland	109	0.595
Azerbaijan	38	0.728	Mali	110	0.594
Cameroon	39	0.727	Peru	111	0.594
Ukraine	40	0.722	Maldives	112	0.590
Russian Federation	41	0.722	Bosnia and Herzegovina*	113	0.581
Australia	42	0.719	Cuba	114	0.578
Bulgaria	43	0.716	Nepal	115	0.578
Burkina Faso	44	0.714	Côte d'Ivoire	116	0.575
Zimbabwe	45	0.714	Italy	117	0.574
Portugal	46	0.713	Japan	118	0.569
Tajikistan	47	0.711	Chile	119	0.565
Kenya	48	0.710	Angola	120	0.565
Ireland	49	0.709	Mauritius	121	0.550
Estonia	50	0.703	Mexico	122	0.544

Trinidad and Tobago	51	0.702	Korea, Rep.	123	0.537
Nigeria	52	0.700	Sri Lanka	124	0.530
United Kingdom	53	0.700	Kuwait	125	0.520
Romania	54	0.699	Oman	126	0.483
Panama	55	0.696	Bahrain	127	0.475
Brunei Darussalam	56	0.696	Mauritania	128	0.469
Germany	57	0.691	Turkey	129	0.464
Poland	58	0.690	United Arab Emirates	130	0.456
Belize	59	0.686	Tunisia	131	0.444
Gambia, The	60	0.685	Egypt	132	0.444
Georgia	61	0.679	Lebanon	133	0.440
Israel	62	0.678	Algeria	134	0.435
South Africa	63	0.677	Bangladesh	135	0.410
France	64	0.676	India	136	0.408
Tanzania	65	0.674	Timor-Leste*	137	0.406
Lesotho	66	0.672	Jordan	138	0.381
Hungary	67	0.672	Morocco	139	0.380
Croatia	68	0.672	Iran, Islamic Rep.	140	0.357
Armenia	69	0.671	Yemen	141	0.352
Serbia	70	0.670	Saudi Arabia	142	0.328
Venezuela	71	0.669	Pakistan	143	0.320
Spain	72	0.668	Syria	144	0.273

* New countries in 2016

Note: Countries highlighted in blue have reached parity on that subindex.

Esta situación contrasta con el índice general compuesto de los cuatro subíndices, donde la presencia de países iberoamericanos es mucho más relevante: 13 países en la primera mitad de la tabla

por 8 en la segunda mitad (World Economic Forum, 2017, págs. 10-11), destacando el caso de Nicaragua en el top 10 del ranking (posición 10):

GLOBAL INDEX					
Country	Rank	Score	Country	Rank	Score
Iceland	1	0.814	Macronesia, FRI	73	0.696
Finland	2	0.805	Venezuela	74	0.694
Norway	3	0.802	Russian Federation	75	0.691
Sweden	4	0.815	Romania	76	0.690
Ireland	5	0.800	Czech Republic	77	0.690
Ireland	6	0.797	Honduras	78	0.690
Philippines	7	0.796	Israel	79	0.687
Slovenia	8	0.796	Paru	80	0.687
New Zealand	9	0.781	Kyrgyz Republic	81	0.687
Nicaragua	10	0.780	Senegal	82	0.685
Switzerland	11	0.776	Bosnia and Herzegovina*	83	0.685
Burundi	12	0.768	Cyprus	84	0.684
Germany	13	0.766	Cameroon	85	0.684
Namibia	14	0.765	Azerbaijan	86	0.684
South Africa	15	0.764	India	87	0.683
Netherlands	16	0.756	Indonesia	88	0.682
France	17	0.755	Montenegro	89	0.681
Latvia	18	0.755	Georgia	90	0.681
Denmark	19	0.754	Ecuador	91	0.681
United Kingdom	20	0.752	Greece	92	0.680
Mozambique	21	0.750	Tajikistan	93	0.679
Estonia	22	0.747	Slovak Republic	94	0.679
Ethiopia	23	0.746	Suriname	95	0.679
Belgium	24	0.745	Paraguay	96	0.676
Lithuania	25	0.744	Montserrat	97	0.676
Moldova	26	0.741	Belize	98	0.676
Cuba	27	0.740	China	99	0.676
Barbados	28	0.739	Sri Lanka	100	0.673
Spain	29	0.738	Hungary	101	0.669
Bahrain	30	0.737	Armenia	102	0.669
Portugal	31	0.737	Brunei Darussalam	103	0.669
Costa Rica	32	0.736	Gambia, The	104	0.667
Argentina	33	0.735	Guatemala	105	0.666
Luxembourg	34	0.734	Malaysia	106	0.666
Canada	35	0.731	Switzerland	107	0.665
Cape Verde	36	0.729	Malta	108	0.664
Bahamas	37	0.729	Ethiopia	109	0.662
Poland	38	0.727	Nepal	110	0.661
Colombia	39	0.727	Japan	111	0.660
Ecuador	40	0.726	Cambodia	112	0.658
Bulgaria	41	0.726	Mauritius	113	0.652
Jamaica	42	0.724	Liberia	114	0.652
Las PDI	43	0.724	Maldives	115	0.650
Trinidad and Tobago	44	0.723	Korea, Rep.	116	0.649
United States	45	0.722	Angola	117	0.643
Australia	46	0.721	Nigeria	118	0.643
Paraguay	47	0.721	Qatar	119	0.643
Serbia	48	0.720	Algeria	120	0.642
Israel	49	0.719	Bhutan	121	0.642
Italy	50	0.719	Ghana	122	0.640

Kazakhstan	51	0.718	Burkina Faso	123	0.640
Austria	52	0.716	United Arab Emirates	124	0.639
Barbados	53	0.716	Timor-Leste*	125	0.637
Botswana	54	0.715	Tunisia	126	0.636
Singapore	55	0.712	Denin	127	0.636
Zimbabwe	56	0.710	Kuwait	128	0.624
Lesotho	57	0.706	Mauritania	129	0.624
Mongolia	58	0.705	Turkey	130	0.620
Ghana	59	0.705	Bahrain	131	0.615
Micronesia	60	0.704	Egypt	132	0.614
Uganda	61	0.704	Oman	133	0.612
Albania	62	0.704	Jordan	134	0.603
Kenya	63	0.702	Latvian	135	0.596
El Salvador	64	0.702	Chad (France)	136	0.597
Vietnam	65	0.700	Mexico	137	0.597
Mexico	66	0.700	Malta	138	0.591
Mali	67	0.700	Iran, Islamic Rep.	139	0.587
Costa	68	0.700	Chad	140	0.587
Ukraine	69	0.700	Saudi Arabia	141	0.583
Chile	70	0.699	Syria	142	0.567
Thailand	71	0.699	Pakistan	143	0.556
Russia	72	0.688	Yemen	144	0.556

Todo esto nos hace ver que las políticas de igualdad en el ámbito educativo y sanitario no son suficientes para la equiparación en el acceso a las oportunidades económicas en igualdad de oportunidades, ni siquiera apoyadas por mejoras en la participación política.

Por lo que respecta al ranking general específico de Latinoamérica y el Caribe, hay que remarcar que de nuevo la brecha de género es independiente del nivel económico del país (World Economic Forum, 2017, pág. 14), dependiendo mucho más de las políticas llevadas a cabo en cada uno de los países:

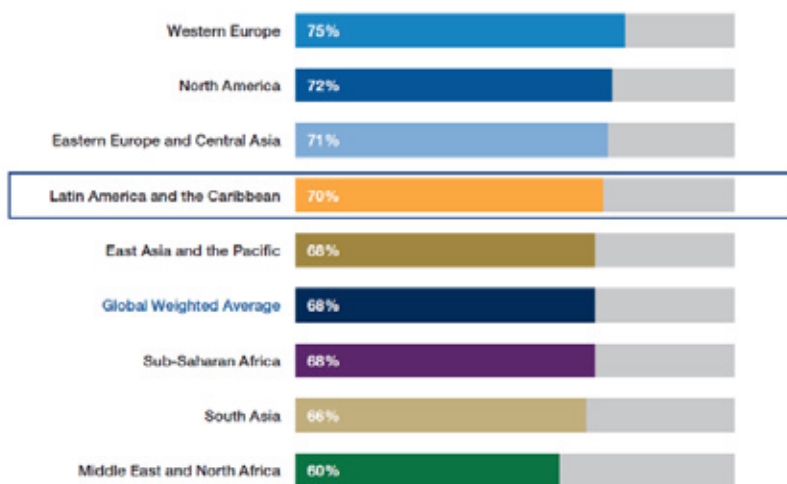
Table 5: Rankings by region, 2017

LATIN AMERICA AND THE CARIBBEAN		
Country	Overall rank	Overall score
Nicaragua	6	0.814
Bolivia	17	0.758
Barbados	23	0.750
Cuba	25	0.745
Bahamas	27	0.743
Argentina	34	0.732
Colombia	36	0.731
Costa Rica	41	0.727
Ecuador	42	0.724
Panama	43	0.722
Peru	48	0.719
Jamaica	51	0.717
Honduras	55	0.711
Uruguay	56	0.710
Venezuela	60	0.706
El Salvador	62	0.705
Chile	63	0.704
Dominican Republic	70	0.697
Belize	79	0.692
Mexico	81	0.692
Suriname	86	0.689
Brazil	90	0.684
Paraguay	96	0.678
Guatemala	110	0.667

WESTERN EUROPE		
Country	Overall rank	Overall score
Iceland	1	0.878
Norway	2	0.830
Finland	3	0.823
Sweden	5	0.816
Ireland	8	0.794
France	11	0.778
Germany	12	0.778
Denmark	14	0.776
United Kingdom	15	0.770
Switzerland	21	0.755
Spain	24	0.746
Belgium	31	0.739
Netherlands	32	0.737
Portugal	33	0.734
Austria	57	0.709
Luxembourg	59	0.706
Greece	78	0.692
Italy	82	0.692
Cyprus	92	0.684
Malta	93	0.682

Por su parte, España, que ocupaba el puesto 29 en 2016 con 0.738 puntos, sube al 24 en 2017 y Portugal que ocupaba el 31 con 0.737 puntos en 2016, baja al 33 en 2017. La brecha entre sexos considerada por bloques geográficos puede verse en este gráfico (World Economic Forum, 2017, pág. 16):

Figure 4: Distance from gender parity 2017, by region



Source: Global Gender Gap Index 2017.
Note: Covers all 144 countries featured in the 2017 Index.

La brecha en Latinoamérica es de una media del 30%, por lo que su situación es mejor que el del resto de zonas a excepción de Norteamérica, Europa Occidental y Europa del Este y Asia Central.

5. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES DEL INFORME

A partir de los análisis efectuados pueden derivarse varias conclusiones:

1. Las mujeres generan menos iniciativas emprendedoras que los hombres y cuando las realizan suelen hacerlo más por necesidad que por oportunidad. Las razones para ello pueden encontrarse en su mayor encasillamiento en trabajos estereotipados por cuenta ajena (enfermería, enseñanza educación, puestos de oficina, etc.). En países con menor desarrollo la actividad emprendedora de las mujeres está más vinculada a trabajos de subsistencia, lo que se evidencia claramente en el caso de los países iberoamericanos.

2. Por lo que respecta a las actividades emprendedoras de un mayor valor añadido, se aprecia que las mujeres tienen cada vez mayores capacidades y que hay cada un mayor número de ellas, pero también que esta mejora no discurre en paralelo con los avances en la paridad con los varones. Países con mayor potencial económico son en principio capaces de generar entornos adecuados para fomentar este tipo de emprendimiento femenino, pero también hay países de menos desarrollo (algunos iberoamericanos como Chile) que han conseguido dar grandes pasos en este sentido.

3. Hay una menor propensión empresarial de las mujeres en general. En ello puede influir en cierta medida su propia percepción sobre el emprendimiento. Una mayor deseabilidad

de los resultados de la actividad emprendedora incide de forma directa en la autoconfianza y en la intención de emprender. Y se observa cómo la valoración del resultado en el caso de la mujer, de manera distinta al hombre, puede convertirse en un factor inhibitor de su comportamiento emprendedor.

4. Los avances en equiparación de la mujer con el varón en aspectos sociales, sanitarios y educativos no guardan proporción con los avances en materia de participación económica. Países que han avanzado en equiparación social (Nicaragua, Bolivia) no han conseguido mayor equidad en materia económica, lo que podría justificar la necesidad de tomar medidas adicionales, tales como la discriminación positiva en materia económica, incluida la faceta emprendedora.

5. Hay una relación positiva entre el índice de desarrollo relacionado de género, la medida de empoderamiento de género y la libertad económica, aunque no implica causalidad. Es más que probable que algún otro factor puede estar afectando la relación, como por ejemplo el modelo de organización de los cuidados (familia tradicional).

6. Como muchos estudios constatan, incluso en los países occidentales solo unas pocas mujeres llegan a niveles ejecutivos de rango medio y solo un 3% se ha integrado con éxito en la alta dirección. Lo mismo sucede en los organismos públicos y en los privados, así como en las pequeñas empresas y en las cotizadas.

Parece un hecho constatado que cultural, social, política y económicamente, la realidad del emprendimiento de las mujeres iberoamericanas es diferente a la de los hombres. Para mejorar estos porcentajes y alcanzar una igualdad real entre mujeres y hombres será necesario tenerlas en cuenta e ir resolviendo los signos de desigualdad basados en esas diferencias. Introducir la perspectiva de género en la realidad empresarial contribuiría a la creación de un entorno más favorable al emprendimiento, lo que significa practicar una mirada explicativa sobre el tipo de relaciones y comportamientos que se dan entre hombres y mujeres sobre las funciones y roles que asume cada cual en sus respectivos núcleos de convivencia y sobre las posiciones sociales de ambos grupos.

Introducir la perspectiva de género en estos análisis nos permitirá: (1) obtener un retrato fiel de la realidad, identificando la situación de las mujeres y de los hombres (para ello habría que desagregar por sexo todas las estadísticas con el fin de poder identificar fielmente los sistemas de discriminación); (2) asegurar la inclusión de las diferentes realidades y necesidades de mujeres y hombres, con el objetivo de reducir las desigualdades; y (3) integrar el criterio de optimización en el monitoreo de los entornos como criterio de calidad a fin de identificar medidas e instrumentos que permitan resolver los obstáculos que impiden la igualdad de género.

REFERENCIAS

- Comisión Europea. (2011). Construir un ecosistema para promover las empresas sociales en el centro de la economía y la innovación sociales. Informe.
- Comisión Europea. (2012a). Hacia una recuperación generadora de empleo. Comunicación.
- Comisión Europea. (2012b). Crecimiento azul. Oportunidades para un crecimiento marino y marítimo sostenible. Informe.
- GEDI. (2015). Female Entrepreneurship Index. Obtenido de <http://thegedi.org/female-entrepreneurship-index-2015-report/>
- GEDI. (2017). Global Entrepreneur Index. Obtenido de <https://thegedi.org/global-entrepreneurship-and-development-index/>
- GEM. (2015). Informe GEM 2015-2016 América latina y el Caribe. Obtenido de <http://www.ieem.edu.uy/pdf/noticias/154/resultados-del-global-entrepreneurship-monitor-2015-2016.pdf>
- GEM. (2016a). Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Global Entrepreneurship Research Association.
- GEM. (2016b). Informe GEM España. Obtenido de <http://www.gem-spain.com/>
- OIT. (2015). Base de datos de indicadores clave del mercado de trabajo (KILM). Organización Internacional del Trabajo. Obtenido de http://www.ilo.org/empelm/what/WCMS_114240/lang--en/index.htm
- ONU Mujeres. (2017). El progreso de las mujeres en el mundo: Transformar las economías para realizar los derechos. Obtenido de <http://progress.unwomen.org>
- Ruiz, M. (2012). Emprendedores con expectativas de alto crecimiento. Una perspectiva de género a nivel mundial. Tesis doctoral, Universidad de Granada.
- Urbano, C. Á. (2015). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España. Estudio, Universidad Autónoma de Barcelona. Obtenido de www.minetad.gob.es/publicaciones/publicacionesperiodicas/.../claudia%20alvarez.pdf
- World Economic Forum. (2017). Global Gender Gap Report. Obtenido de http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2017.pdf
- World Economic Forum. (2017). The Global Human Capital Report. Obtenido de <https://weforum.ent.box.com/s/dari4dktg4jt2g9xo2o5pksjpatvawdb>

BIOGRAFÍAS

David Carnicer Sospedra es Doctor en Filosofía, MBA, Máster en Dirección de Comercio Internacional, Máster en International e-business, Máster en Project Management y Consultoría de Empresas y Diplomado en Dirección de Proyectos Internacionales de I+d+i. Ha sido Research Scholar en las universidades de Birmingham (GB) y Harvard (EE. UU.).

Es profesor del MBA de la Universidad Internacional de Valencia (VIU) y profesor de postgrado en otras prestigiosas escuelas de negocio y universidades en materia de internacionalización y alianzas estratégicas.

Profesionalmente es socio director de CONSORTIA CONSULTORES. Consultor homologado por entidades promotoras de la internacionalización como ICEX, IVACE, IPEX, EXTENDA, Cámaras de Comercio, etc.

Dolores Vidal Conesa es Licenciada en Filosofía y Ciencias de la

Educación, Máster en Género y Políticas de Igualdad, Máster en Dirección y Gestión de la Calidad y Medioambiente, Máster en Desarrollo Profesional y Personal.

Es consultora y formadora en Igualdad y Aplicación de Políticas de Género. Ha elaborado e implantado planes de igualdad tanto en el ámbito privado como público. Ha diseñado e impartido planes formativos coeducativos para profesionales (EVES, IVAP, CEFIRE, Cámara de Comercio de Valencia, ADEIT) y para alumnado de todos los ciclos formativos en la prevención de violencia de género. Forma parte de proyectos de investigación en el ámbito de la salud en los que aporta perspectiva de género.

Pertenece a las entidades: Asociación ALIA, CEDAW Sombra, IOCOVA (Asociación Profesional de Agentes de Igualdad de Oportunidades de la Comunidad Valenciana). Es socia fundadora de Transformació Col·lectiu d'Estudis de Gènere de la Universitat de València.

viu | **Universidad**
Internacional
de Valencia

Síguenos en:



www.viu.es