



WOMEN'S WORLD BANKING
Banco Mundial de la Mujer

EL IMPACTO DE LOS

MICROCRÉDITOS

EN LA VIDA DE LAS EMPRESARIAS
ESPAÑOLAS



EL IMPACTO DE LOS MICROCRÉDITOS

EN LA VIDA DE LAS EMPRESARIAS ESPAÑOLAS

Este estudio se ha realizado entre las emprendedoras y empresarias que han obtenido un microcrédito a través de distintas entidades españolas que los tramitan. No pretende generalizar sobre el impacto de los microcréditos, sino ofrecer una visión de cómo han afectado los mismos a esta muestra.

El propósito de este estudio cualitativo es conocer cómo el microcrédito ha influido en la vida de estas personas y cómo se puede adaptar para incrementar su eficacia.

Queremos agradecer el tiempo que las empresarias nos han dedicado, así como la ayuda de las entidades sociales y financieras que han colaborado con nosotras en este trabajo. Sin ellas, no hubiera sido posible la realización de este informe.

Inger Berggren
Presidenta

Diciembre de 2007



Informe final

Este informe es propiedad de la Fundación Laboral WWB en España (Banco Mundial de la Mujer). Está prohibida su divulgación, reproducción total o parcial así como su utilización sin consentimiento expreso de WWB.



WOMEN'S WORLD BANKING
Banco Mundial de la Mujer



ÍNDICE

FACILITAR EL ACCESO DE LAS MUJERES AL CRÉDITO: LA EXPERIENCIA DEL BANCO MUNDIAL DE LA MUJER.....	5
FOMENTAR LA IGUALDAD DE GÉNERO: RESPONDER AL RETO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL Y DE LAS MICROFINANZAS...9	
DE LA NECESIDAD DE MEDIR EL IMPACTO A LA DEFINICIÓN DE UNA METODOLOGÍA	11
IMPACTO DEL MICROCRÉDITO EN LA VIDA DE LAS EMPRESARIAS CON NEGOCIO ABIERTO.....	15
Perfil de las microempresarias.....	15
Nacionalidad de las entrevistadas.....	15
Rango de edades de las microempresarias.....	16
Estado civil de las microempresarias.....	16
Nivel de estudios.....	17
Actividad anterior.....	18
El microcrédito.....	19
Conocimiento del programa de microcréditos.....	19
Destino del microcrédito.....	19
Características de los microcréditos.....	20
Descripción de los negocios.....	21
Antigüedad de los negocios.....	21
Legalización del negocio.....	21
Sector de actividad.....	22
Ubicación del negocio.....	22
Condiciones laborales.....	23
Estado de los negocios.....	24
Calidad de vida.....	25
Mejora a nivel material.....	25
Mejora a nivel psicológico.....	26
Mejora más importante.....	27
Renuncias.....	27
Impacto en la familia.....	28
Nivel de ingresos de los hogares y renta mínima esperada.....	28
Ahorros mensuales del hogar.....	30
Reembolso del microcrédito y sus dificultades.....	31
Capacidad de compaginar trabajo y familia.....	32



ÍNDICE

Impacto en la vida social y laboral.....	33
Empoderamiento en el hogar.....	33
Vida social.....	34
Relaciones con bancos y proveedores.....	34
Conclusiones de las microempresarias.....	36
Valoración del programa de microcréditos.....	36
Confianza en el futuro.....	37
Futura mejora en la calidad de vida.....	37
Conformidad con la decisión inicial.....	38
DATOS DE MICROEMPRESARIAS CON NEGOCIO CERRADO.....	39
Perfil de las empresarias con negocio cerrado.....	39
Nacionalidad.....	39
Edad.....	39
Estado civil.....	39
Nivel de estudios.....	40
Características de los negocios que han cerrado.....	40
Sector de actividad.....	40
Ubicación del negocio.....	41
Características del microcrédito.....	41
Cierre del negocio.....	42
Tiempo sin problemas.....	42
Fecha del cierre.....	42
Razón del cierre.....	42
Actitud frente al cierre.....	43
Apoyo.....	44
Situación laboral actual.....	44
Ocupación actual.....	44
Fecha de comienzo del nuevo trabajo.....	45
Satisfacción con el trabajo actual.....	45
Situación financiera actual.....	45
Endeudamiento.....	45

Estado psicológico.....	46
Estado de animo.....	46
Visión del futuro.....	47
Conclusiones de las empresarias con negocio cerrado.....	47
Valoración del programa de microcréditos.....	47
Conclusiones sobre la experiencia.....	48

MUJERES RURALES, CREACIÓN DE EMPRESA Y MICROCRÉDITOS

Análisis del microcrédito como instrumento financiero para el colectivo de emprendedoras y empresarias rurales.....	49
Estudios anteriores sobre mujeres rurales y microcréditos.....	52
Impacto de los microcréditos en la vida de las mujeres rurales en España.....	53
Metodología.....	53
Perfil de las empresarias rurales.....	54
El microcrédito.....	55
El negocio.....	55
Calidad de vida.....	58
Impacto en la familia.....	59
Impacto en la vida social y laboral.....	62
Conclusiones de las empresarias y opinión sobre el microcrédito.....	63
Conclusión sobre el impacto.....	65
Otras estadísticas del Banco Mundial de la Mujer.....	66
¿Cómo facilitar el acceso a microcréditos a las mujeres rurales?.....	67
Para profundizar: otros colectivos en el contexto rural.....	67
Emprendedoras y microcrédito.....	67
Empresarias y financiación de la empresa.....	69
Problemas detectados.....	72
El contexto rural y sus consecuencias sobre la creación de empresa y la financiación.....	72
¿El microcrédito: una herramienta adecuada para todas las emprendedoras rurales?.....	73
Conclusiones y recomendaciones.....	77

CONCLUSIONES.....	79
ENTIDADES COLABORADORAS.....	86

FACILITAR EL ACCESO DE LAS MUJERES AL CRÉDITO: LA EXPERIENCIA DEL BANCO MUNDIAL DE LA MUJER

Los 19 años que llevamos atendiendo a mujeres con intención de poner en marcha pequeñas empresas que les permitan la integración en el mundo laboral y profesional nos han brindado la posibilidad de constatar que el principal obstáculo con el que se encuentran es el acceso a la financiación, sufriendo, por parte de las entidades bancarias, una discriminación real que les impide acceder igualmente a los recursos económicos

Discriminación real de las mujeres

Las condiciones que se ofrecen a las mujeres que solicitan financiación para la creación de sus empresas son considerablemente peores que las ofrecidas a los hombres. Para combatir esta desigualdad es necesario adoptar medidas legales e institucionales que permitan el acceso de las mujeres a la economía.

En el área de la economía y el empleo, es evidente la discriminación de las mujeres en la Unión Europea, siendo sus tasas de actividad y desempleo muy desfavorables comparadas con las de los hombres. Obtienen menos salario a igualdad de

trabajo, tienen menos oportunidades de promoción laboral y en caso de recesión económica, son los puestos de trabajo de las mujeres los primeros que se eliminan. Así, en España, las cifras de mujeres paradas duplican a las de los hombres.

Las mujeres son:



1/2 población



2/3 horas trabajadas



1/10 suma salarial



1/100 riqueza

No se puede hablar de la lucha contra la pobreza sin reconocer que las mujeres constituyen la mayoría de los pobres del mundo, estando excluidas sistemáticamente de la toma de decisiones en todos los ámbitos de la sociedad. Todavía hoy, las mujeres de la Unión Europea corren un riesgo mucho mayor que los hombres de caer bajo la línea de la pobreza

Un cambio a nivel internacional

La internacionalización económica está produciendo nuevas alternativas en el campo financiero. Están surgiendo iniciativas cuyo objetivo es ofrecer respuestas diferentes sobre los efectos producidos por los propios ahorros y las entidades financieras se están dando cuenta de que la preocupación de los ciudadanos por la solidaridad debe verse reflejada en la actividad bancaria, transmitiendo a los consumidores nuevos mensajes y ofreciendo nuevos productos y modelos alternativos para la gestión de sus ahorros.

El Banco Mundial de la Mujer en España lleva 19 años luchando por el concepto de la microfinanciación, trabajando para ayudar a las mujeres que están fuera del mercado financiero formal, por lo que es para nosotras una gran satisfacción, ver, como después de todos estos años de relativa soledad, se está produciendo una sensibilización en todos los interlocutores sociales para poner en marcha programas que garanticen el acceso financiero a las personas social y económicamente vulnerables.



El microcrédito

Una de las vías de acceso a créditos de las mujeres está viniendo del desarrollo de nuevos sistemas de garantías alternativas a través de programas de microcréditos para proyectos de autoempleo o de microempresas para mujeres, que al carecer de avales y garantías o por su propia situación social, están excluidas de la financiación convencional.

El microcrédito es uno de los mecanismos que los países han creado para luchar contra la pobreza. Su origen se debe al economista Muhammad Yunus (galardonado entre otros con el Premio Príncipe de Asturias de la Concordia en el año 1998 y con el Premio Nobel de la Paz en 2006) que creó este instrumento de ayuda al desarrollo en Bangladesh.

Los países ricos han importado este sistema de financiación alternativa para combatir la exclusión financiera de los más desfavorecidos. La primera cumbre del Microcrédito se celebró en Washington en el año 1997. Naciones Unidas proclamó el año 2005 como el Año

Internacional del Microcrédito, considerando que esto ayudaría a alcanzar el objetivo de llegar a 100 millones de familias en el mundo y según datos de ese mismo año, más de 80 millones de familias habían recibido un microcrédito.

España ha adoptado este sistema de financiación alternativa, siendo S.M. la Reina de España, su principal embajadora en las reuniones internacionales de microcréditos, calificándolo como una excelente herramienta para la integración social. No obstante, la historia del microcrédito en España es muy reciente. Aparte de algunas experiencias, empiezan a concederse en el año 2001-2002, y como esta herramienta se tiene que adaptar a la realidad económica, en cuanto a cuantías, plazos de devolución, etc, en España, podemos hablar de microcrédito como aquel que no supera los 15.000 euros de cuantía. Hablamos de unos intereses de 5-6% y plazos de devolución entre 1 y 5 años, con la posibilidad de carencia en los primeros meses. Y sobretodo, sin avales y sin garantías. El aval es el proyecto y la persona.

El destino de los microcréditos refleja las situaciones de desigualdad que se viven. El 58% va destinado a mujeres. Pertenecen a escalas sociales diferentes. No comparten la misma educación, ni la misma cultura, ni el mismo país de origen. Todas tienen un denominador común: suelen ser madres trabajadoras, arriesgadas y emprendedoras que buscan en el autoempleo una salida digna al mundo laboral.

La transformación de la realidad española en los últimos años ha influido lógicamente en el destino de los microcréditos, que se orientan cada vez más hacia el colectivo de inmigrantes.

Con respecto a las actividades, el sector terciario es el que más destaca: comercio principalmente, pero también servicios, formación, guarderías, etc.

Actividades desarrolladas en la lucha por la igualdad económica

La financiación alternativa, y unas prácticas bancarias más flexibles en cuanto a garantías, son imprescindibles

para la inserción de las personas excluidas de los circuitos financieros tradicionales.

El BANCO MUNDIAL DE LA MUJER, ha sido, en España, la organización pionera en luchar por el acceso de las mujeres a los préstamos, habiendo sido la primera entidad en España que en el año 1989 firmó un Convenio Bancario con la entidad Caja Madrid. El objeto era crear herramientas de financiación específicas para la creación de empresas de mujeres. Estos convenios han mejorado las condiciones en términos de tipos de interés, carencia, plazos de amortización, etc. Sin embargo, al tramitar los préstamos con aval, podíamos ver que había muchas mujeres que se quedaban en el camino, porque no tenían avales ni nadie que les pudiera avalar. Por lo que, en ese mismo año, el Banco Mundial de la Mujer en España puso en marcha, con la financiación de la Organización Internacional del WWB, el primer programa de préstamos para mujeres sin avales.

Desde el año 1989 hasta el año 2007, el WWB está realizando una serie de programas innovadores, encaminados a

conseguir una efectiva igualdad en el ámbito financiero:

- **Año 1989:**
Convenio Bancario con Caja de Madrid. Específico para mujeres con proyectos empresariales.
- **Año 1989:**
Convenio Bancario para mujeres con proyectos empresariales y sin avales bancarios.
- **Años 1990-1995:**
Convenios bancarios con Banco Popular, Banco Herrero, Caja de Castilla la Mancha, La Caixa. Específicos para mujeres.
- **Años 1997- 2000:**
Programa "Créditos Solidarios"
Modelo de financiación basado en la solidaridad entre mujeres empresarias carentes de avales.
- **Años 1998 - 1999:**
Programa "Dale Crédito"
Realización de acciones tendentes a conseguir un cambio de mentalidad en las Entidades Bancarias respecto a las mujeres. Elaboración de un Manual de Técnicas de Negociación Bancaria.
- **Años 2001 - 2003:**
Programa "Fondos de garantía" con la Fundación la Caixa
Para mujeres inmigrantes, que carecen de avales para la creación de sus negocios.

- **Año 2001:**
Estudio sobre Fondos de Garantía para mujeres en España,
Financiado por la Unión Europea.
- **Año 2002 - 2004:**
La Fundación fue nombrada Institución de Asistencia Social para la gestión del programa de microcréditos del Instituto De Crédito Oficial (ICO).
Beneficiarios: colectivos desfavorecidos: inmigrantes, mujeres, mayores de 45 años. Para la realización de este programa se firmaron convenios con: Caixa de Catalunya, BBVA, SCH.
- **Año 2002 - 2007:**
Convenio con la Fundación Un Sol Mon (Caixa Catalunya).
Programa de Microcréditos para proyectos de autoempleo.
- **Año 2004 - 2006:**
Convenio con el Instituto de la Mujer y la Fundación la Caixa.
Programa de microcréditos sin avales para mujeres.
- **La Fundación WWB,**
forma parte de la red "European Microfinance Network".



FACILITAR EL ACCESO DE LAS MUJERES AL CRÉDITO: LA EXPERIENCIA DEL BANCO MUNDIAL DE LA MUJER

• Año 2005:

Programa "Dale Crédito a la Mujer Inmigrante"
 Edición ampliada y dirigida a mujeres inmigrantes
 (ver años 1998 y 1999).

• Año 2005 - 2007:

Tramitación de microcréditos para mujeres dentro
 de los programas de :

- Fundación Un Sol Mon (Caixa Catalunya)
- Instituto de la Mujer (La Caixa),
- Caja San Fernando (CajaSol),
- Aval Madrid.

Desde la creación del Banco Mundial de la
 Mujer, hemos tramitado 960 préstamos bancarios,
 por un importe de 23,9 millones de euros. Se
 ha gestionado la creación de 3.120 empresas
 de mujeres, lo que ha supuesto la creación de
 5.440 puestos de trabajo. En cuanto a
 microcréditos, hemos tramitado 230 microcréditos,
 que suponen 2,5 millones de euros.

*Participación del WWB España como
 expertas en sistemas alternativos
 de financiación para mujeres en
 distintas conferencias y foros
 internacionales*

• Años 1989-2001:

Encuentros anuales sobre microcréditos y Banca
 Alternativa para mujeres.
 En Perú, Honduras, Méjico, Estados Unidos,

India, Holanda, Polonia, Hungría, Italia. Hemos
 participado junto con las entidades más
 significativas en el ámbito mundial relacionadas
 con estos temas: Grameen Bank, Sewa Bank,
 Triodos Bank, Banco Interamericano de
 Desarrollo, Banco Mundial.

• Años 1999- 2000:

"Tercera Mesa Redonda de Banqueros y Pymes".
 Encuentros mensuales en Bruselas en la Comisión
 de expertos en Finanzas, Organizados por la
 DG XXIII de la Unión Europea.

Durante dos años, el Banco Mundial de la Mujer
 ha asistido como invitada a estas reuniones, en
 la que participaron entidades bancarias de
 todos los países de la Unión Europea, siendo
 la única organización invitada como experta
 en sistemas de financiación para mujeres.

• Año 1999:

Jornadas sobre "Sistemas Alternativos de
 Financiación" (Bosnia)
 Organizadas por la entidad belga "Banca
 Alternativa".

• Año 1999:

Jornadas sobre "Finanzas Alternativas"
 (Hamburgo). Organizadas por la DG XXIII de
 la Unión Europea.

• Año 2000:

Jornadas sobre "Banca Ética" (Birmingham)
 Organizadas por la DG XXIII de la Unión
 Europea.

• Año 2000:

Jornadas "Mujer y Finanzas" (Gotenburgo)
 Organizadas por el Gobierno Sueco.

• Año 2001:

Jornadas sobre "Vías Alternativas de
 Financiación" (Ginebra)
 Acudimos invitadas por Naciones Unidas, como
 únicas expertas en sistemas alternativos para
 mujeres.

• Año 2002:

I Jornada "Igualdad y Economía".
 Organizada por la el Banco Mundial de la
 Mujer.

• Año 2003:

II Jornada Internacional "Igualdad y Economía"
 Tema: Banca Ética y Mujer.
 Organizada por el Banco Mundial de la Mujer.

• Año 2005:

Foro Internacional "Mujer y Microcrédito".
 Organizada por el Banco Mundial de la Mujer.

• Año 2005:

III Jornada "Igualdad y Economía".
 Organizada por el Banco Mundial de la Mujer.

• Año 2006: IV Jornada "Igualdad y
 Economía". Organizada por el Banco Mundial
 de la Mujer.

• Año 2007: V Jornada "Igualdad y
 Economía". Organizada por el Banco Mundial
 de la Mujer.

FOMENTAR LA IGUALDAD DE GÉNERO: RESPONDER AL RETO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL Y DE LAS MICROFINANZAS

El Banco Mundial de la Mujer es miembro desde el año 2003 de la Red Europea de Microfinanzas, European Microfinance Network (EMN).

Esta red fue creada para agrupar a los actores del sector de las microfinanzas así como todas aquellas personas y organismos interesados en las actividades del sector en Europa, con el fin de promover las microfinanzas, el autoempleo, la microempresa, de difundir las buenas prácticas y de participar en la mejora del marco laboral tanto a nivel de la Unión Europea como de cada uno de los estados miembros.

A fecha de hoy, cuenta con 57 miembros en 21 países europeos.

En diciembre de 2006, la Red Europea de Microfinanzas, junto con 9 de sus miembros ha puesto en marcha un programa de 15 meses financiado por la Comisión Europea y llamado: "Fostering Gender Equality: Meeting the Entrepreneurship and Microfinance Challenge".

Este proyecto nace de una realidad: sólo el 30% de las empresas europeas están dirigidas por mujeres (Middlesex University, 2000). El número de mujeres que trabajan por cuenta propia es inferior al de los hombres, lo que limita su posible contribución a la economía local y al desarrollo social.

Las microfinanzas han demostrado ser una herramienta particularmente eficaz para el empleo y la asistencia a las mujeres. Sin embargo, en Europa, los organismos microfinancieros no han conseguido alcanzar la clientela femenina en la misma proporción que la masculina, como es el caso en otras regiones. El 45% de la clientela de los programas de microcrédito de la Unión Europea son mujeres, cifra que pasa al 59% en norte América y a más del 80% en los países en vía de desarrollo.

Para fomentar la igualdad de género en la creación de empresa y las microfinanzas en Europa, los socios del proyecto han unido sus esfuerzos, con un objetivo:

"...Que más mujeres microempresarias o mujeres trabajando por cuenta propia en la Unión Europea tengan acceso al microcrédito así como a las formaciones y a los servicios de apoyo, con el fin de seguir desarrollando o crear su propia empresa a nivel local, todo ello gracias a una red reforzada de organismos de microcrédito más y mejor preparados para trabajar con ellas..."

Concretamente, el proyecto se compone de tres partes:

- Realización de un análisis en cada país para tener una mejor comprensión del contexto externo que incide en la actividad empresarial de las mujeres así como de la problemática específica en relación con la igualdad de género en la actividad empresarial y con las iniciativas en los ocho países que participan en el proyecto.

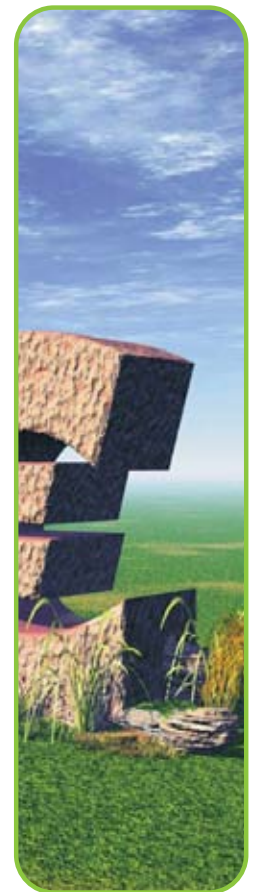
- **Organización de visitas de intercambio y puesta en marcha de proyectos pilotos** desarrollados por los miembros del proyecto, con el objetivo de desarrollar e intercambiar buenas prácticas y experiencias entorno a acciones concretas específicamente desarrolladas para tener un impacto positivo sobre las mujeres emprendedoras y las mujeres que trabajan por cuenta propia, así como analizar el impacto de dichas acciones.

- **Elaboración de publicaciones y eventos para diseminar la información**, los estudios de investigación realizados, las buenas prácticas y los resultados de los proyectos pilotos, para desarrollar la capacidad de los organismos microfinancieros europeos de promover la igualdad de género. Así, se presentarán los resultados del proyecto en una Conferencia Transnacional que tendrá lugar el 13 de diciembre de 2007 en Madrid: publicaciones, vídeo sobre casos concretos de microempresarias y programas que fomentan la igualdad de género.

Los organismos asociados en el proyecto son los siguientes:

- Red Europea de Microfinanzas (Francia).
- Banco Mundial de la Mujer (España).
- Women's Employment, Enterprise & Training Unit – WEETU (Reino Unido).
- Hungarian Microfinance Network (Hungria).
- The Enterprise Fund (Reino Unido).
- The Integra Foundation (Eslovaquia).
- Fonds de Participation (Bélgica).
- EVERS&JUNG (Alemania).
- Réseau Financement Alternatif (Bélgica).
- Network Credit Norway (Noruega).

El proyecto está financiado por la D.G. Empleo, Asuntos Sociales e Igualdad de Oportunidades , dentro del Marco de la Estrategia Europea para la Igualdad de Oportunidades.



DE LA NECESIDAD DE MEDIR EL IMPACTO A LA DEFINICIÓN DE UNA METODOLOGÍA

Desde que ha comenzado sus actividades en 1989, el Banco Mundial de la Mujer en España (WWB) ha vinculado sus actividades financieras a las principales Cajas de Ahorros españolas, con la negociación de acuerdos para ayudar a las mujeres en sus acceso a préstamos sin aval, con un plan de empresa y con un menor tipo de interés y un mayor plazo de devolución.

A pesar de su larga experiencia en la gestión de microcréditos, el Banco Mundial de la Mujer (WWB) sigue consciente de la necesidad de evaluar la calidad y efectividad de sus programas, para determinar que mejoras se pueden aportar en el futuro.

Para responder a esta doble necesidad -verificar si el microcrédito tiene un impacto real en la vida de las beneficiarias e intentar mejorar los programas existentes- en 2005, WWB empezó a pensar en la posibilidad de realizar un estudio sobre este tema. Este primer informe se preparó internamente, con el objetivo de recoger información útil para el trabajo diario y datos que citar en conferencias sobre el microcrédito.

El año siguiente, un segundo estudio se elaboró, esta vez a fin de difundir los resultados obtenidos a nivel nacional, pero también basándose en la experiencia de las emprendedoras de WWB. La muestra se limitaba a 84 empresarias, y el estudio se presentó a un colectivo de profesionales del sector en Noviembre de 2006, en el marco de la Jornada "Igualdad y Economía" organizada anualmente por WWB.

No obstante, al ver aparecer, en el estudio y en reuniones de trabajo con los otros actores del sector del microcrédito, situaciones y dificultades similares, nos ha parecido interesante profundizar el estudio del impacto de los microcréditos, pero esta vez con una muestra más importante de emprendedoras procedentes de otras organizaciones de toda España. Al contrario de algunos de sus colaboradores, WWB trabaja exclusivamente con un colectivo femenino, y presenta un interés particular para el tema de la igualdad de género en la creación de empresa. El proyecto europeo "Fostering Gender Equality: Meeting the Entrepreneurship and Microfinance Challenge" ha sido el marco perfecto

para la puesta en marcha de esta iniciativa, que seguramente no habría podido ser llevada a cabo sin la financiación necesaria, y para pedir a las diferentes organizaciones españolas de microfinanzas que colaboren en esta temática.

Medir el impacto social del microcrédito

El sector del microcrédito en Europa agrupa un conjunto heterogéneo de prácticas y actores, que trabajan en conseguir el equilibrio entre rentabilidad económica y enfoque social.

España presenta un perfil específico por la variedad de organismos que interactúan. Algunos, como las Cajas de Ahorros, se encargan de la parte financiera. Disponen de los recursos financieros, autorizan los créditos y en general, aseguran el seguimiento financiero. Por otra parte están las entidades sociales, quienes se ocupan de la selección de beneficiarios, de la elaboración de diagnósticos de viabilidad y del asesoramiento de los proyectos de empresa. Al contrario de las Instituciones de Microfinanzas clásicas, que se ocupan



de las relaciones con sus clientes de forma integral, los papeles de los diferentes actores españoles están muy bien definidos. Por una parte, el aspecto financiero, y por la otra, el social.

Esta particularidad se refleja en los objetivos del estudio del Banco Mundial de la Mujer. En lugar de combinar enfoque financiero y social para una evaluación integral del impacto, el presente estudio se centra más específicamente en el impacto social de los microcréditos. Desde el principio, las entidades financieras han establecido una serie de indicadores financieros para medir los resultados de sus programas. En cambio, faltan datos sobre su impacto social. Por lo tanto, no pretendemos analizar financieramente el bienestar de las microempresarias, sino ver la opinión de ellas mismas en cuanto a su calidad de vida desde diferentes ámbitos.

Objetivos del estudio

El Banco Mundial de la Mujer ha establecido una serie de objetivos, para la realización del presente estudio:

- **Evaluar**

el efecto del microcrédito en la vida de las emprendedoras, determinar si existe un impacto y la naturaleza de dicho impacto, teniendo en cuenta las variables tanto materiales como psicológicas. El estudio trata de la vertiente social del microcrédito, porque se basa en la percepción de las beneficiarias de la evolución de su calidad de vida después de haber obtenido el crédito y abierto su empresa.

- **Proponer**

mejoras en los programas existentes, a través de recomendaciones concretas, teniendo en cuenta la opinión de las microempresarias sobre estos programas, los problemas o carencias existentes y las mejoras posibles.

- **Analizar**

el acceso de las mujeres rurales a la creación de empresa y a los microcréditos. El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha observado la escasa participación de las mujeres rurales en las estadísticas de autoempleo y desea entender esta situación. Por lo tanto, se trata de identificar los problemas

específicos a los que se enfrenta este colectivo rural, así como determinar si el microcrédito puede ser, tal como existe o tras unas modificaciones, una opción válida para las mujeres rurales.

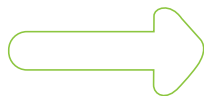
Este estudio no se limita a analizar los negocios que no tienen problemas. Las empresas creadas a través de un microcrédito no escapan a las estadísticas nacionales y muchas de ellas no sobreviven más de unos meses. Para aportar una ayuda real a estas mujeres emprendedoras, es imprescindible entender de dónde surgen sus dificultades y encontrar soluciones para un mejor asesoramiento y para evitar este tipo de situación, que suele volverse dramática (problemas de partida + deudas + sentimiento de fracaso).

Metodología

La metodología descrita aquí es la que se usó para el estudio de los negocios abiertos y cerrados. En el caso de las mujeres rurales, el método empleado se describe en el capítulo "Mujeres rurales, creación de empresa y microcréditos".

Los cuestionarios se han diseñado en base a una serie de hipótesis. Por una parte, se esperaba demostrar un impacto positivo del microcrédito, en concepto de mejoras a distintos niveles: en la vida de la empresaria, en la de su familia o de su hogar, en su relación con su comunidad y su empresa.

El siguiente cuadro muestra las principales hipótesis que han llevado al diseño del cuestionario dirigido a negocios abiertos:



En el caso de los negocios cerrados y de las mujeres rurales, las hipótesis han sido más reducidas, debido a que se trataba más bien de un estudio exploratorio.

Para obtener una visión más representativa del impacto del microcrédito en España, hemos pretendido en un primer tiempo basarnos en cifras de reparto del mercado entre los distintos actores, para poder elaborar una muestra en relación con este reparto. No obstante, no existen datos consolidados fiables en España, por lo que esta intención se ha revelado imposible de poner en práctica.

IMPACTO EN LA FAMILIA / HOGAR

- Aumento de la renta familiar
- Aumento de los activos de la familia
- Mejora del bienestar material
- Mejora de la capacidad a enfrentarse a imprevistos

IMPACTO EN LA EMPRESARIA COMO INDIVIDUO

- Mejora de la capacidad de negociación con el entorno (clientes, proveedores, clientes, familia)
- Participación más activa en la toma de decisiones en la familia
- Mejor control de los recursos económicos
- Aumento de los ahorros
- Mejora de la confianza y de la seguridad en sí misma, del estado psicológico
- Mayor dificultad en conciliar vida social y familiar
- Menos tiempo disponible para las necesidades personales

IMPACTO EN LA COMUNIDAD

- Mayor participación en la vida de la comunidad

IMPACTO EN LA EMPRESA

- Mejora de la capacidad de acceso a la financiación clásica
- Mejora de los ingresos de la empresa
- Problemas de tesorería al principio

Por lo tanto, hemos tenido que trabajar con las herramientas disponibles, asumiendo el problema de la pérdida de rigor científico. Hemos contactado con las entidades financieras y sociales que trabajan en el sector del microcrédito en el país para solicitar su colaboración en la realización de entrevistas a sus emprendedoras:

→ Las Cajas de Ahorros con las cuales suele trabajar el Banco Mundial de la Mujer: Microbank la Caixa, Fundación Un Sol Mon, Caja Granada, CajaSol, Aval Madrid,

→ El Instituto de la Mujer, quien ha firmado un convenio con La Caixa para proponer microcréditos dirigidos exclusivamente a mujeres emprendedoras, a través de una serie de organizaciones sociales,

→ Las entidades sociales de apoyo: UATAE, Omega, Femenp, Fidem, Federación de Mujeres Progresistas, Secot, MITA...

Cada entidad colaboradora ha recibido distintos documentos: una carta para explicar el proyecto a las emprendedoras y dos cuestionarios, uno para las que siguen con el negocio abierto y el otro

DE LA NECESIDAD DE MEDIR EL IMPACTO A LA DEFINICIÓN DE UNA METODOLOGÍA

para las que lo han cerrado.

Las entidades han decidido su grado de colaboración e implicación en el proyecto, por lo que la participación de cada una ha tomado distintas formas, según sus posibilidades: envío de cuestionarios por e-mail o correo, cumplimentación de los cuestionarios mediante entrevistas, etc.

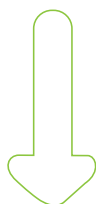
En total, se han realizado 200 entrevistas: 162 a empresarias con negocio abierto, y 38 a las que han cerrado su empresa. Con el objetivo de llegar a las beneficiarias de microcrédito, se han multiplicado las formas de contacto.

de este estudio.

El primer capítulo recoge las conclusiones sobre el impacto de los microcréditos en la vida de las beneficiarias con negocio abierto, mientras que el segundo se centra en la experiencia de las empresarias que han tenido que cerrarlo.

El tercer capítulo está dedicado al análisis del acceso a los microcréditos de las mujeres de zonas rurales.

Entidades financieras y sociales que trabajan en el sector del microcrédito han realizado entrevistas a sus emprendedoras.



Tipo de entrevista realizada	Negocio abierto		Negocio cerrado		Total	
Por teléfono	87	54%	19	50%	106	53%
Por correo	21	12%	6	16%	27	13%
Entrevista en persona	48	30%	13	34%	61	31%
Por e-mail	6	4%	-	-	6	3%
	162	100%	38	100%	200	100%

A continuación se presentan los resultados

IMPACTO DEL MICROCRÉDITO EN LA VIDA DE LAS EMPRESARIAS CON NEGOCIO ABIERTO

En España, los programas de microcréditos se han multiplicado durante los últimos años. Están dirigidos a colectivos vulnerables, como pueden ser las mujeres.

Creemos que es necesario valorar la calidad y efectividad de estos programas, con el fin de encontrar posibles mejoras que se puedan aportar de cara al futuro. Por ello, este capítulo se centra en la opinión de las microempresarias sobre la evolución de su calidad de vida desde la obtención del microcrédito y la puesta en marcha de su negocio.

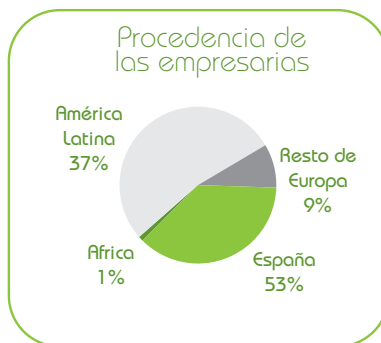
PERFIL DE LAS MICROEMPRESARIAS

Nacionalidad de las entrevistadas

Las microempresarias con negocio abierto provienen en su mayoría de Europa y América Latina, que representan respectivamente el 62% y el 37% de las entrevistadas.

La nacionalidad española es la que concentra más microempresarias (53%), pero las argentinas (10%), colombianas (9%), venezolanas (4%) e italianas (4%) son también muy numerosas.

El 10% de las entrevistadas posee doble nacionalidad: de un país comunitario y de América Latina.



La importante proporción de emprendedoras no españolas refleja el peso creciente de la inmigración en España. Según el censo INE 2007, el 9,93% de las personas residentes en España es de nacionalidad extranjera, cuando esta cifra era sólo del 2,28% en el 2000 y del 0,52% en 1981. Las

mujeres forman una parte importante de este colectivo: el 46,60% del total de inmigrantes (Censo INE 2005) e incluso el 59,42% de los procedentes de Sudamérica.

La alta tasa de paro de la población inmigrante (11,78%) en comparación con la de los españoles (7,4%) explica su peso en las estadísticas de emprendedoras y beneficiarias de microcréditos.

El hecho de ser española o inmigrante tiene un efecto importante en la creación de empresa. El primer factor es el cultural: resulta más complejo montar una empresa con un conocimiento limitado del sistema del país (registro, Seguridad Social, entorno...). Ser español, y por lo tanto tener permiso de trabajo, facilita la realización de los trámites necesarios para crear una empresa y el trato con la administración. También acelera el proceso de creación de empresa, porque los inmigrantes tienen que esperar a la segunda renovación de su permiso de trabajo para poder solicitar el cambio de cuenta ajena a cuenta propia. Además, las personas inmigrantes suelen tener menos familiares y amigos para



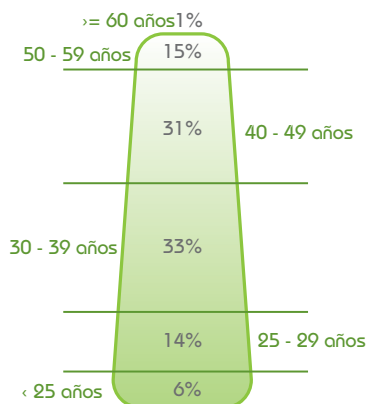
acompañarlas en su proyecto y apoyarlas en caso de problemas.

Por todas estas razones, las mujeres inmigrantes se suelen enfrentar a dificultades mayores que las españolas en su proceso de creación de empresa.

Rango de edades de las microempresarias

Las microempresarias tenían una edad media de 38,83 años en el momento de la solicitud del microcrédito.

El gráfico adjunto muestra el reparto de las empresarias por rango de edades: se puede ver que el 64% de las microempresarias tenía entre 30 y 49 años cuando solicitaron el préstamo.



Comparando la nacionalidad con la edad de las microempresarias, nos damos cuenta que las europeas son más jóvenes que las latinoamericanas al solicitar el microcrédito: 37,59 años para las primeras frente a 39,78 para las segundas.

Edad media según la nacionalidad	
África	36,00
América Latina	39,78
Europa	37,59
Doble nacionalidad	42,88

Estado civil de las microempresarias

El 48% de las mujeres vive en pareja (casadas o unión de hecho). En total, el 32% de las mujeres son solteras. Las europeas son solteras en mayor proporción (el 40%) que las empresarias de otras nacionalidades (sudamericanas: 20%). Este hecho se

puede explicar por el componente cultural de optar o no por el matrimonio y en menor medida, por la menor edad de las emprendedoras europeas.

Estado civil de las microempresarias	
Soltera	32%
Casada / Unión de hecho	48%
Divorciada / Separada	17%
Viuda	3%

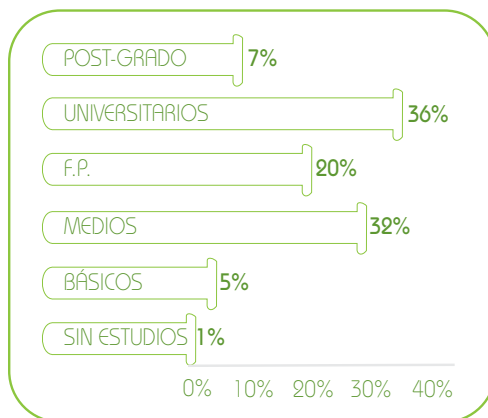
La alta proporción de emprendedoras que viven solas (solteras, viudas y divorciadas / separadas) se debe de tener en cuenta porque añade una dificultad más a la hora de gestionar la empresa.

Nivel de estudios

Pocas son las microempresarias con un nivel de estudios bajo. La gran mayoría de ellas ha estudiado en la universidad (43%) o en programas profesionales (20%).

Este alto nivel de estudios puede sorprender, ya que en la población española, sólo el 21,5% de las mujeres alcanza niveles de educación universitaria frente al doble en el caso de las emprendedoras estudiadas aquí. Eso demuestra que a pesar de la componente social de los microcréditos, las emprendedoras que se benefician de tales programas no son analfabetas ni mujeres que sólo hayan cursado educación primaria.

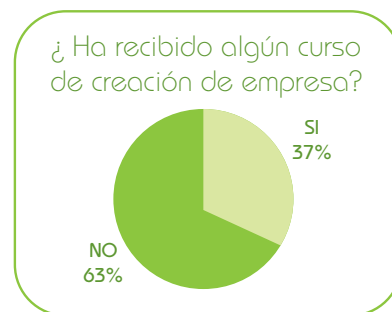
El alto nivel educativo de las empresarias inmigrantes también tiene que ver con su dificultad a convalidar sus diplomas en España y por lo tanto a obtener un reconocimiento de su formación en la búsqueda de un empleo por cuenta ajena.



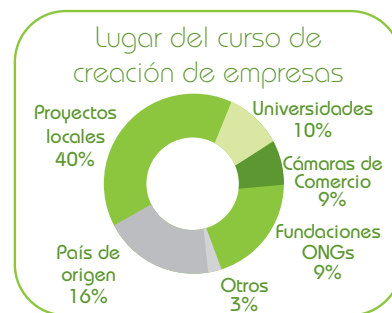
El nivel de estudios varía según la edad de la microempresaria. Las personas mayores son las que menor nivel tienen, mientras las más jóvenes son las que poseen un título de post-grado.

Edad media y estudios	
Sin estudios	48 años
Básicos	42,88 años
Medios	42,16 años
Profesionales	37,25 años
Universitarios	37,28 años
Post-grado	35,36 años

En cuanto a formación empresarial, el 63% de las mujeres entrevistadas no ha participado en ningún curso sobre creación de empresas.



Las que si han recibido cursos de este tipo mencionan haberlo hecho en los siguientes sitios:



Destacan los programas que dependen de proyectos locales, gestionados por los Ayuntamientos y las Comunidades Autónomas: representan el 40% de los cursos recibidos por las microempresarias.



IMPACTO DEL MICROCRÉDITO EN LA VIDA DE LAS EMPRESARIAS CON NEGOCIO ABIERTO

Actividad anterior

Casi los 2/3 de las mujeres entrevistadas tenían un trabajo antes de solicitar el microcrédito.

Además, para el 55%, la actividad del negocio es la misma que la de su trabajo anterior. La mayor diferencia para estas mujeres entre su situación pasada y actual es su cambio de estatus: de trabajadora asalariada a autónoma.



El 34% restante se encontraba en situación de desempleo. Esta cifra es muy elevada, en comparación con las estadísticas nacionales: en 2006, la tasa de paro de las mujeres españolas era del 11,6% (8,5% para la media nacional, según datos de Eurostat).

Esta situación duraba desde un tiempo bastante largo: el 65% de las entrevistadas dice haber estado buscando trabajo durante más de un año. El 2% no buscaba trabajo, por temas personales como maternidad.

Periodo de paro	
< 1 año	33%
Entre 1 y 2 años	50%
Entre 2 y 3 años	11%
> 3 años	4%
No buscaba	2%

La comparación de estos datos con la edad de las entrevistadas refleja la situación global del mercado laboral. El 80% de las menores de 25 años trabajaba antes de solicitar el microcrédito. Para las mujeres de entre 40 y 49 años, esta cifra era sólo del 56%.

Las de mayor edad son las más afectadas por el paro, por lo que su primera motivación al elegir el autoempleo es

volver a trabajar. Su elección depende más de su necesidad de volver a trabajar que de la detección de una verdadera oportunidad en un mercado.

Se puede decir que no existe un perfil único de beneficiaria de microcrédito: la nacionalidad, el nivel de estudios o la situación laboral anterior varían mucho según las personas entrevistadas. Sin embargo es posible identificar unas características que lo definen:

Procedencia España: 53%
 Inmigrantes: 47%

Edad al solicitar el microcrédito Promedio: 38,83 años
 64% entre 30 y 49 años

Estado civil Casada/unión de hecho: 48%
 Soltera: 32%

Estudios 43% alcanza educación universitaria
 37% ha seguido un curso de creación de empresas

Actividad anterior 34% estaba en paro

EL MICROCRÉDITO

Conocimiento del programa de microcréditos

De acuerdo con las respuestas, existen cuatro fuentes principales de información sobre los programas. Los medios de comunicación constituyen el 34% de los resultados.



Podemos destacar que Internet (11% del total) y las ONGs y Fundaciones (10%) son los medios más utilizados. Estos datos muestran la creciente importancia de las nuevas tecnologías en la comunicación, así como la del trabajo de networking y de prescripción.

En las siguientes tablas, se desglosan los resultados:

OTRAS ENTIDADES	
ONGs / Fundaciones	36%
Bancos	22%
Cursos para empresarios	18%
Cámaras de Comercio	9%
Sindicatos	4%
Otros	11%
	100%

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	
Nacional	38%
CCAA	38%
Ayuntamientos	25%
	100%

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
Internet	55%
Prensa	24%
TV	21%
	100%

Destino del microcrédito

El destino de los microcréditos está poco diferenciado.

En efecto, el 82% de las mujeres lo solicitó para montar su empresa, lo que se debe en gran medida a uno de los requisitos de obtención de un microcrédito: la empresa tiene que llevar menos de un año de funcionamiento. No obstante, el 12% de las entrevistadas afirma que le gustaría tener la posibilidad de ampliar su microcrédito o de solicitar uno nuevo para poder mejorar la actividad creada.





IMPACTO DEL MICROCRÉDITO EN LA VIDA DE LAS EMPRESARIAS CON NEGOCIO ABIERTO

Características de los microcréditos

Se cuenta con información de 162 microcréditos otorgados, de los cuales el 41% ha sido por 15.000 euros. El promedio de los importes es de 14.330 euros, fluctuando entre los 900 y los 60.000 euros.

La definición del microcrédito acordada en Europa conlleva un límite en el importe del préstamo concedido, fijado en 25.000 euros. A pesar de ello, hemos elegido de forma consciente incluir los datos de algunas emprendedoras que se han beneficiado de un crédito a través de Aval Madrid S.G.R. El importe de estos préstamos, que se conceden únicamente en la Comunidad de Madrid, puede llegar hasta 60.000 euros, bajo ciertos requisitos, pero las razones por las cuales los hemos incluido en la muestra, es que el tipo de interés aplicado es del 0% y que no es necesario presentar un aval para acceder a ellos. Estas características lo convierten en una opción interesante para el colectivo al que se dirigen los microcréditos, aunque el requisito de aportar el 20% de la inversión

limita el acceso a las mujeres que tienen una cantidad mínima de dinero ahorrado.

IMPORTE DEL MICROCRÉDITO	
< 5.000 €	4%
5.000-9.999 €	19%
10.000 -14.999 €	25%
15.000 €	41%
> 15.000 €	11%

El importe del microcrédito varía según el uso que se prevé hacer del mismo. Es más elevado cuando se trata de empezar una nueva actividad (14.751 euros de promedio) que cuando sólo se busca mejorar una actividad existente (10.932 euros).

En menor medida depende del sector de actividad elegido: la Confección exige la menor inversión (9.155 euros) y Educación la mayor (20.938 euros).

En cuanto a las cuotas a pagar para devolver el microcrédito, el promedio es de 304 euros al mes. El 55% de las empresarias paga entre 200 y 299 euros de cuota mensual para su microcrédito.

CUOTA MENSUAL	
< 100 €	7%
100-199 €	17%
200-299 €	55%
>= 300 €	21%

El importe de la cuota depende de la duración del microcrédito: en el 62% de los casos es de 5 años.

Los microcréditos se han otorgado en fechas recientes: el 86% en los tres últimos años, lo que coincide con el historial de los programas de microcréditos en España, que se han realmente desarrollado a partir del año 2001, y han crecido de forma exponencial en los últimos años.

< 1 año 40%	1-3 años 46%	> 3 años 14%
----------------	-----------------	-----------------

Según la Memoria 2006 de la Confederación Española de Cajas de Ahorros, se concedieron desde el año 2001, 9.033 microcréditos sociales por un importe superior a 97,2 millones de

euros. En el año 2006, se concedieron más microcréditos que en la suma de los cinco anteriores.

Según los resultados del presente estudio, estos microcréditos presentan las siguientes características:

Importe	Promedio: 14.330 euros Más habitual: 15.000 euros
Cuota mensual	Promedio: 304 euros
Periodo de devolución	5 años (62% de las entrevistadas)
Fecha de concesión	86% en los 3 últimos años
Uso del microcrédito	82% para crear una empresa nueva 12% para mejorar una actividad existente

DESCRIPCIÓN DE LOS NEGOCIOS

Antigüedad de los negocios



El 86% de los negocios estudiados a través de este estudio lleva menos de 3 años abiertos.

8 de cada 10 negocios abren en un periodo de 6 meses alrededor de la fecha de concesión del microcrédito. Esto significa que las emprendedoras dependen del acceso a este capital para poder empezar con su actividad. La rapidez del trámite del microcrédito es un factor clave para una salida rápida al mercado laboral.

COMPARACIÓN FECHA DE APERTURA Y FECHA DEL MICROCRÉDITO

Antes	28%
> 2 años	3%
Entre 1 y 2 años	3%
Entre 6 meses y 1 año	3%
<= 6 meses	19%
Mismo mes	19%
Después	53%
<= 6 meses	43%
Entre 6 meses y 1 año	7%
Entre 1 y 2 años	1%
> 2 años	2%

Legalización del negocio

El 11% de los negocios sigue sin haber sido legalizado, por dificultades en los trámites con Seguridad Social o con Hacienda.

Lo que destaca de las explicaciones de las entrevistadas es que esta situación debería cambiar rápidamente:



IMPACTO DEL MICROCRÉDITO EN LA VIDA DE LAS EMPRESARIAS CON NEGOCIO ABIERTO

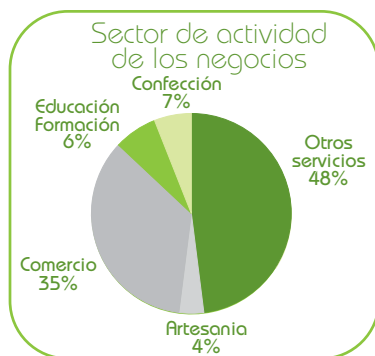
- Están realizando los trámites necesarios (18%).
- No han abierto todavía el negocio (18%).
- Están esperando su permiso de trabajo por cuenta propia (24%).
- Esperan realizar sus primeras ventas (12%).
- Se enfrentan a otros problemas temporales (18%).

Sólo el 10% de las entrevistadas dice no haber legalizado su negocio por un problema de acceso a las oficinas correspondientes: incompatibilidad de horarios, lejanía, etc.

Sector de actividad

A partir de las respuestas de las microempresarias, identificamos 5 sectores de actividad.

Los dos principales son los Servicios en general (48%) y el Comercio (35%).



Dentro del sector Comercio, el comercio de Alimentación (37%) y Ropa y complementos (35%) son los más importantes.

En el de Otros servicios, Hostelería (16%) y Peluquería (9%) son subsectores tradicionales en temas de microcréditos.

Cabe destacar la importancia de nuevos tipos de actividades, verdadero reflejo del paso de nuestra sociedad a una cultura de servicios. Primero, los Servicios a empresas, que representan el 18% del sector Otros Servicios. Se entiende por esta expresión servicios de traducciones, gestión, publicidad y comunicación, etc. Por otra parte, el sector de Educación y Formación (6% del total), que se compone sobretodo de escuelas infantiles y ludotecas. Otros subsectores están creciendo, como el de Cultura y Arte (9% de otros servicios) o el de Salud y Estética (13% de otros servicios).

La orientación de las empresarias hacia un sector de actividad u otro también varía según su edad. Las más jóvenes prefieren Educación (31,89 años) o Artesanía (35,83 años), mientras su edad es mayor en sectores como Otros servicios

(37,13 años), Comercio (41,11 años) y Confección (46,55 años).

Ubicación del negocio

Los negocios con los que hemos contactado están ubicados en todo el territorio nacional, pero sobretodo de Madrid (52%), Cataluña (27%) y Andalucía (10%), zonas donde existen numerosos programas de microcréditos y donde están ubicadas las sedes de nuestros colaboradores en este estudio. Sólo el 8% de los negocios está situado en zonas rurales: el 5% en ciudades de entre 2.000 y 10.000 habitantes, y el 3% en poblaciones de menos de 2.000 habitantes.

Ubicación por CCAA

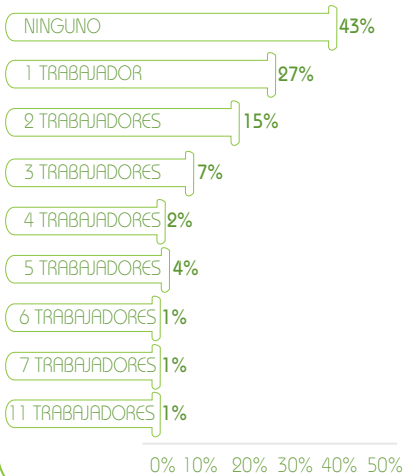
Andalucía	10%
Aragón	1%
Asturias	1%
Baleares	1%
Canarias	1%
Castilla la Mancha	1%
Castilla y León	3%
Cataluña	27%
Extremadura	1%
Galicia	1%
Madrid	52%
Navarra	1%
Valencia	2%
	100%

Condiciones laborales

Las entrevistadas llevan una actividad independiente, pero sólo el 43% trabajan solas. Las otras tienen contratadas entre 1 y 11 personas.

Las 162 entrevistadas que siguen con el negocio abierto han contribuido a crear 199 puestos de trabajo además de los suyos. Es decir que en total, los microcréditos otorgados a estas mujeres han servido a la creación de 361 puestos de trabajo, más de 2 puestos por microcrédito concedido (2,15).

Número de trabajadores (Además de la empresaria)



El 32% de los trabajadores son socios de la empresaria, con lo que tienen también la condición de autónomos. Del 68% restante, un 18% no tiene ningún contrato. Hemos podido ver antes que pocos negocios no han sido legalizados. Sin embargo, el número de trabajadores ilegales es mucho mayor.

Con respecto a la jornada laboral, el tiempo completo es el más habitual (53%). Pero para otro 47%, es necesario trabajar con más flexibilidad: a tiempo parcial, media jornada o por horas. Este último colectivo (los que trabajan por horas) explica en gran medida la ausencia de contrato. Se trata en su mayor parte de familiares que acuden para ayudar durante su tiempo libre.

Los familiares representan el 24% de los trabajadores. El 76% restante son amigos o gente contratada sin conocimiento previo.

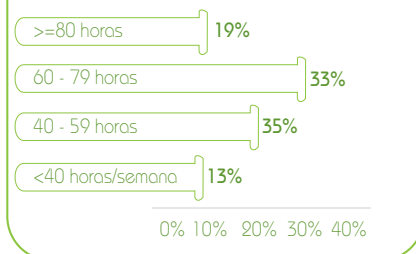
La jornada laboral de las microempresarias es muy distinta a la de sus empleados. El promedio de las horas trabajadas es de 61,2 horas a la semana, que se puede comparar con las 40 horas semanales del régimen general de

trabajadores. El 78% trabaja 6 días a la semana o más, y el 34% trabaja todos los días (fines de semana incluidos), con un promedio diario de casi 10 horas.

Este volumen horario varía en función del sector de actividad del negocio. El sector en el que menos se trabaja es Educación (50,44 horas semanales). Los otros sectores (Confección, Artesanía, Comercio y Otros servicios) están entorno a 63 horas semanales.

Dentro de un mismo sector, las disparidades también son grandes. Se trabaja mucho en subsectores como Quioscos de prensa (63,67 horas), Estética (63,17 horas), Hostelería (59,15 horas), Ropa y complementos (58,16 horas) y Alimentación (57,77 horas).

Tiempo que destinan las empresarias a su negocio





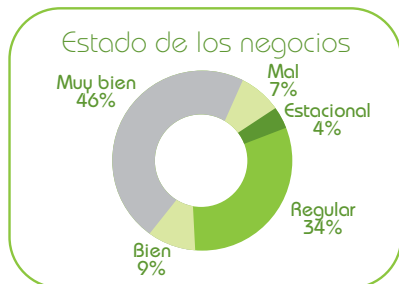
IMPACTO DEL MICROCRÉDITO EN LA VIDA DE LAS EMPRESARIAS CON NEGOCIO ABIERTO

Uno de los comentarios que se ha escuchado a menudo durante las entrevistas es que, a pesar de desear contratar a más trabajadores o para más horas, la escasez de los ingresos generados por la actividad no lo permite. La falta de flexibilidad de un contrato, el coste de la seguridad social para los trabajadores, así como la obligación de respetar horarios semanales y periodos de vacaciones hacen que las empresarias prefieran hacer ellas más horas para terminar el trabajo, y eso sin remuneración añadida.

Estado de los negocios

La situación de los negocios que siguen abiertos es la siguiente: el 22% está arrancando mientras el resto ya está en marcha.

El 55% funciona bien o muy bien y sólo un 7% de las empresarias describe el estado de su actividad como malo.



A pesar de ello, los negocios generan muchos gastos y pocos ingresos al principio: el 71% de las entrevistadas ha vivido algún momento en el que no tenía bastante dinero para gestionar la empresa.

No existe un perfil único de negocio creado a través de un microcrédito, sino que sus características dependen mucho de la emprendedora y de su experiencia anterior.

Antigüedad del negocio
86% lleva menos de 3 años abiertos

Legalidad de los negocios
11% de los negocios sin legalizar
18% de trabajadores sin contrato

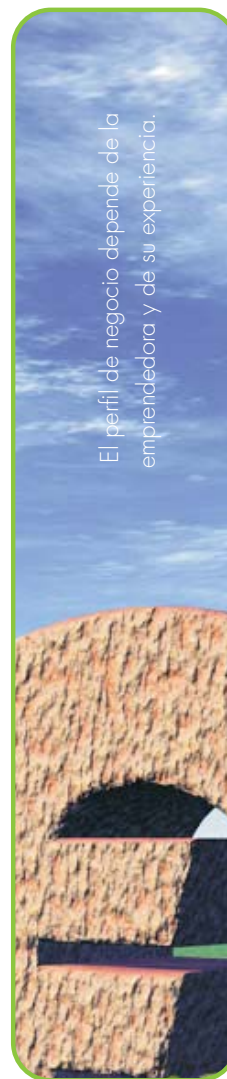
Sector de actividad
48% en Servicios
35% en Comercio

Puestos de trabajo creados
2,15 por microcrédito concedido
(incluyendo el puesto de la emprendedora)

Trabajadores
32% son socios
24% son familiares

Horas trabajadas
Emprendedoras: 61,2 horas semanales
Empleados: 53% a tiempo completo

Estado del negocio
55% está bien o muy bien
7% está mal



CALIDAD DE VIDA

La evolución de la calidad de vida es un punto que resulta positivo: el 57% de las mujeres opina que su calidad de vida y la de su familia han mejorado.



Para entender mejor esta cifra, preguntamos a las microempresarias cuales eran sus expectativas al solicitar el microcrédito y que ha mejorado en la realidad, diferenciando elementos materiales y psicológicos.

Observamos una diferencia importante entre las expectativas de las empresarias y la evolución real de su calidad de vida. En el caso de las expectativas, los elementos materiales y psicológicos están equilibrados: las empresarias esperaban

mejorar los dos elementos en una medida similar.

Pero en la realidad, la mayor mejora se observa a nivel psicológico: este elemento aumenta mucho más de lo esperado.

Dado este desequilibrio entre expectativas y realidad, se podría suponer que las empresarias no están contentas con la evolución de su calidad de vida. No obstante, el 57% de las entrevistadas considera que su calidad de vida global ha mejorado, lo que significa que su satisfacción se debe sobretudo a la mejora psicológica, que por lo tanto, está percibida como más importante que una variación en el ámbito material.

Mejora de la Calidad de Vida: expectativas y realidad



Es importante advertir a las emprendedoras de esta variación entre las expectativas al poner en marcha el negocio, y la evolución real. Muchas empresarias solicitan el microcrédito con una fe absoluta en su proyecto y en las mejoras materiales que van a suponer los ingresos generados por la actividad. Pero en la realidad, pocas veces se observa una mejora inmediata en el nivel económico de las familias y es imprescindible explicar este hecho a las emprendedoras, para no crearles falsas expectativas y para ayudarlas a planificar mejor la gestión inicial de su empresa y las necesidades básicas de su familia. Los objetivos planteados se alcanzan a medio o largo plazo, pero no de forma inmediata. Por eso, al emprender, se debe prever como pasar la fase intermedia hasta la consecución de dichos objetivos.

Mejora material

En los siguientes gráficos se pueden observar mayores detalles sobre la evolución de los elementos materiales.

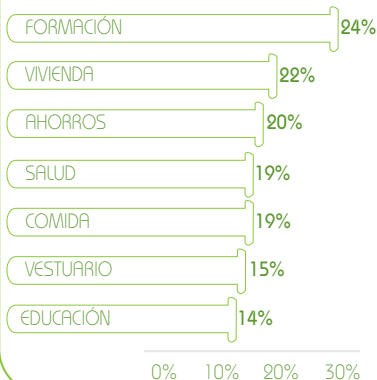
La formación y la vivienda son los que más han mejorado: el 24% de las



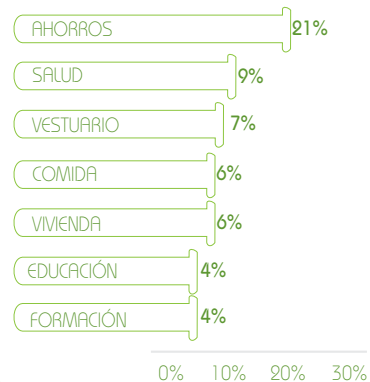
IMPACTO DEL MICROCRÉDITO EN LA VIDA DE LAS EMPRESARIAS CON NEGOCIO ABIERTO

entrevistadas considera que su nivel formativo ha evolucionado positivamente desde que ha conseguido el microcrédito y abierto su empresa y el 22% que su vivienda ha mejorado.

Elementos materiales que han mejorado



Elementos materiales que más han empeorado



En cambio, los elementos que más han empeorado son los ahorros, la salud, y el vestuario: el 21% de las emprendedoras ha visto una disminución en su nivel de ahorros.

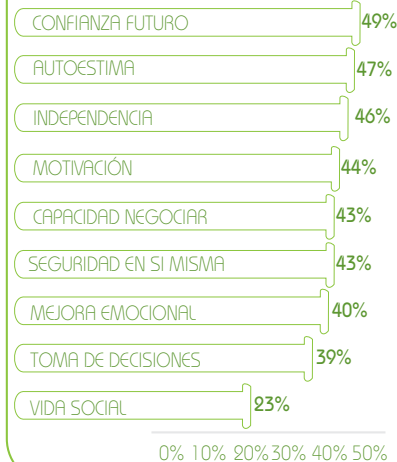
Para el 30% de las entrevistadas, las expectativas no van enfocadas a la mejora de un elemento en especial, sino que buscan una mejora general de sus condiciones de vida.

Mejora psicológica

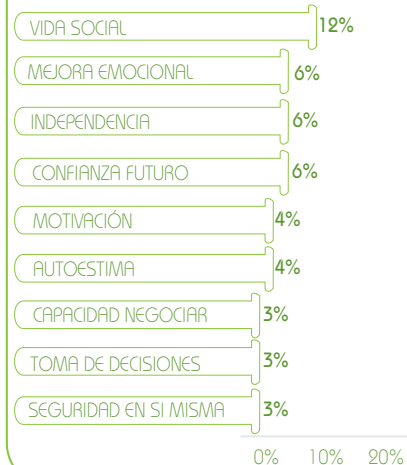
Al nivel psicológico, la confianza en el futuro y la autoestima son los elementos que más han mejorado. El 49% de las entrevistadas cree que es más optimista que antes de conseguir el crédito y el 47% que su autoestima es más importante que antes. Estos elementos muestran la fuerza psicológica de las mujeres, que se vuelven más optimistas al realizar sus aspiraciones empresariales.

Para el 12% de las entrevistadas, el elemento que más ha empeorado es la vida social. En efecto, como lo hemos visto antes las emprendedoras dedican una media de 61,2 horas semanales a su empresa, por lo que les queda poco tiempo para otras actividades.

Elementos psicológicos que más han mejorado



Elementos psicológicos que más han empeorado



Mejora más importante

A la hora de determinar qué mejora en su calidad de vida les parece más importante, las microempresarias valoran ante todo la parte psicológica, lo que confirma la hipótesis anterior, de que su satisfacción proviene de este elemento.



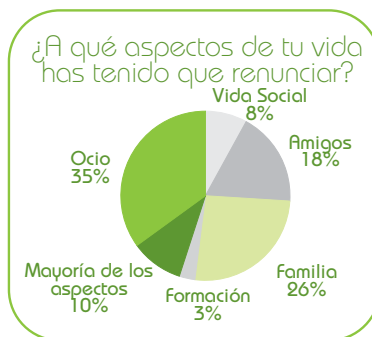
Renuncias

Hemos visto que el 57% de las entrevistadas ha visto una mejora en su calidad de vida desde la obtención del microcrédito y la puesta en marcha del negocio.

Sin embargo no todos los efectos son positivos, y es importante observar los cambios tanto positivos como negativos. En el caso de las personas entrevistadas,

el estrés y el agobio son dos factores que afectan mucho a su estabilidad psicológica, mientras que la reinversión de los ahorros familiares en el negocio es un freno para mantener una estabilidad económica.

El 85% de las entrevistadas se ha visto obligado a renunciar a algún aspecto de su vida y el 10% afirma incluso haber renunciado a la mayoría de ellos. Podemos identificar dos elementos principales a los que han tenido que renunciar: las relaciones personales (52%) y el ocio (36%).



De forma global, la calidad de vida de las emprendedoras ha mejorado, aunque los elementos psicológicos lo han hecho en mayor medida que los materiales:

Evolución de la calidad de vida

57% ha visto una mejora

Importancia

Mejora psicológica > mejora material
 Y más importante

Elementos materiales

Mejora: formación y vivienda
 Empeora: ahorros y salud

Elementos psicológicos

Mejora: confianza en el futuro y autoestima
 Empeora: vida social

Renuncias

85% a algún aspecto de su vida
 10% a la mayoría





IMPACTO DEL MICROCRÉDITO EN LA VIDA DE LAS EMPRESARIAS CON NEGOCIO ABIERTO

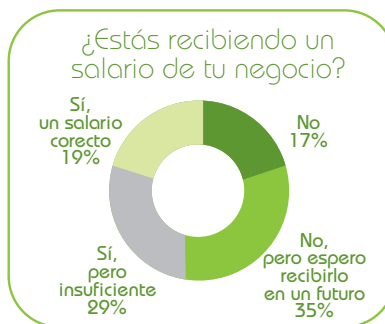
IMPACTO EN LA FAMILIA

Nivel de ingresos de los hogares y renta mínima esperada

Según la muestra estudiada, el hogar de las empresarias se compone de entre 2 y 3 personas: el 74% son adultos, y el 26% restante son menores de 18 años.

Entre 1 y 2 personas de la familia aportan ingresos, pero no todas reciben un sueldo fijo, por lo que la estabilidad de la economía familiar depende a menudo de una sola persona.

Menos de la mitad de las entrevistadas recibe un salario por su actividad empresarial: el 52% todavía espera a que su empresa genere ingresos suficientes como para asumir este gasto. Este dato demuestra la dificultad de alcanzar un equilibrio financiero: el negocio genera pocos ingresos en los primeros meses de su funcionamiento, por lo que este dinero va dedicado primero al pago de los distintos gastos, de la deuda y en reinversión en la actividad. Es sólo una vez que estos gastos están cubiertos cuando las empresarias pueden empezar a cobrar un sueldo.

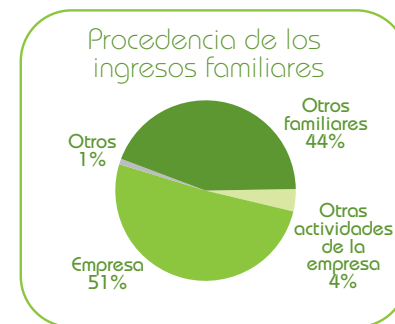


En un principio, la actividad empresarial, creada en general con el objetivo de generar ingresos, resulta ser sobretodo una fuente de gastos. En estos momentos, la familia mantiene el negocio más que vive de él.

Esta situación puede llegar a limitar la independencia de las empresarias en su familia, dado que estas dependen del dinero ganado por otro miembro para sostener su empresa.

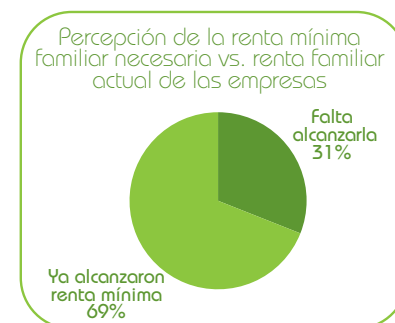
Sólo una parte de los ingresos proviene de la empresa. De promedio, la empresaria contribuye al 55% de la renta del hogar. El resto lo aportan otros familiares (44%) u otras actividades (alquiler de habitaciones...).

El nivel de ingresos familiares cubre las necesidades básicas. El 69% de las entrevistadas afirma que la renta familiar alcanza el nivel mínimo necesario para



sostener al hogar en condiciones aceptables: el 26% cubre justo sus necesidades y el 43% gana más de lo necesario.

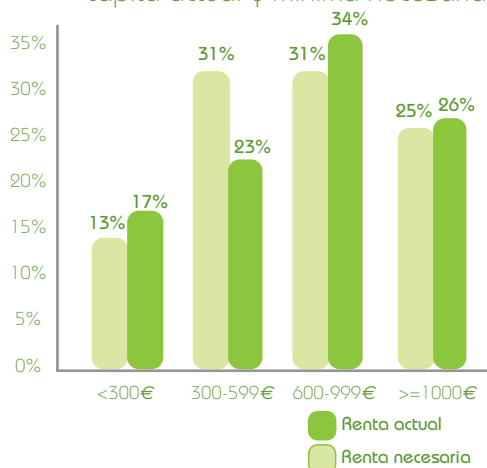
Cabe aclarar que esta información es subjetiva y depende del concepto de cada mujer entrevistada, su composición de hogar y sus necesidades personales.



De promedio, la renta real per cápita en el hogar es de 782 euros al mes, y la renta

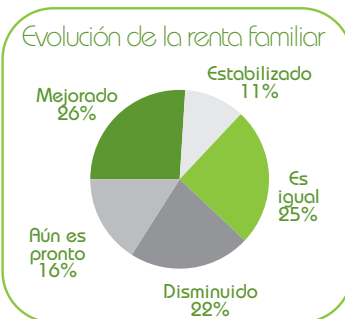
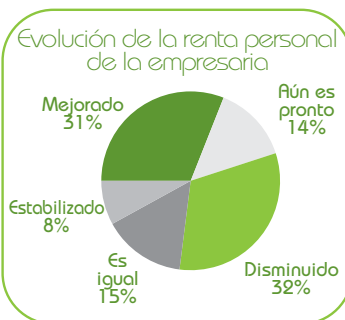
mínima estimada necesaria de 778 euros. En el siguiente gráfico, se expresa en rango de ingresos la renta actual y la esperada per cápita comparadas. Los resultados reflejan que actualmente el 17% de los hogares vive con menos de 300 euros por miembro para su sostenimiento, con un total de 40% de familias viviendo con menos de 600 euros por persona. El 86% de las expectativas mínimas de renta per cápita se concentra entre los 300 euros y los 1000 euros.

Comparativa de renta per cápita actual y mínima necesaria



La puesta en marcha de los negocios estudiados es demasiado reciente para atreverse a sacar conclusiones sobre la

evolución global y continua de su renta. Así, el 16% de las entrevistadas afirma que aún es pronto para que puedan evaluar este aspecto de su vida. Las que sí han contestado a esa pregunta muestran unos resultados mitigados: la proporción de empresarias que han visto su renta (personal y familiar) aumentar (respectivamente 31% y 26%) es parecida a la que ha observado una disminución (32% y 22%).



En caso de aumento de la renta familiar, éste se debe en primer lugar a los ingresos generados por la nueva actividad (89% de las respuestas), al desarrollo de la actividad y al aumento de las ventas, y en menor medida (11%) al nuevo empleo de otro miembro del hogar.

De la misma forma, la primera explicación en caso de disminución de la renta familiar proviene del negocio, de unos niveles de ingresos insuficientes de la empresa (71%), pero también de problemas de salud, ya sean de la emprendedora o de sus familiares (6%) o de la pérdida de empleo por parte de un familiar (6%).

La siguiente tabla se elaboró en base a la diferencia entre la renta mínima necesaria por hogar y la renta actual. Por medio de ésta, se pretende suponer el ingreso extra que debería tener cada negocio para llegar al nivel mínimo considerado por cada una.

Así, el 41% de los hogares podría considerar cubiertas sus necesidades mínimas en el momento que el negocio genere ingresos mensuales adicionales de hasta 500 euros.



IMPACTO DEL MICROCRÉDITO EN LA VIDA DE LAS EMPRESARIAS CON NEGOCIO ABIERTO

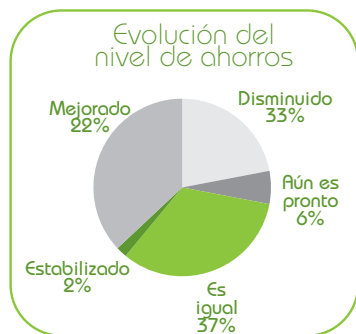
¿Cuánto más debe ganar cada negocio?

<500 €	41%
500-999 €	37%
<= 1000 €	22%

Cabe recordar que los negocios observados aquí son bastante nuevos, por lo que se puede esperar que estas necesidades se puedan cubrir en un futuro cercano.

Ahorros mensuales del hogar

A la hora de discriminar entre los ahorros del negocio y los de la familia en general, las entrevistadas no tenían claro cuanto ahorran con el negocio periódicamente, por lo que los datos recogidos en el gráfico contemplan los ahorros totales del hogar.



Desde que ha creado su empresa con el microcrédito, el 22% de las mujeres entrevistadas ha mejorado su nivel de ahorros, pero el 33% tiene menos ahorros que antes, por haberlos invertido en la empresa.

De todos modos, la ausencia de reservas de dinero no significa siempre que la familia no tenga la capacidad de ahorrar, ya que el ahorro también es un comportamiento cultural.

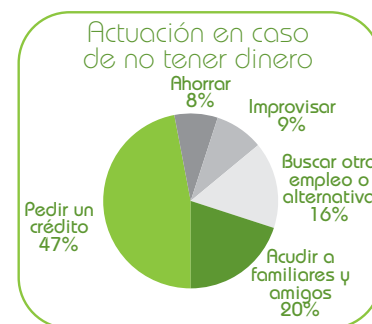
Como se observa en la siguiente tabla, es muy diverso el uso que dan las microempresarias a sus ahorros. Los conceptos más relevantes en los que los gastan son la reinversión en la empresa, el reembolso de la deuda y los imprevistos. Sumados, estos tres elementos representan el 64% del total y muestran que el dinero ahorrado no se utiliza para mejorar las condiciones de vida de la familia, sino que va destinado sobretudo a solucionar lo urgente y a cumplir con las obligaciones.

Ítems como comida o vestuario no se asumen realmente como motivo de ahorro sino como gasto periódico dentro del presupuesto familiar.

Uso de los ahorros

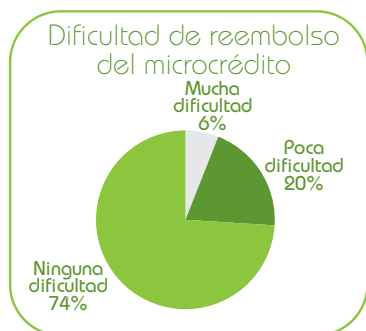
Reinversión en la empresa	29%
Reembolso de la deuda	20%
Imprevistos	15%
Vivienda	11%
Ocio	6%
Educación / formación	4%
Comida	3%
Vestuario	2%
Remesas a país de origen	2%
Salud	1%
Otros	7%

El 69% de las entrevistadas afirma no disponer de dinero ahorrado para imprevistos o para una compra o inversión grande y sólo la mitad se ha parado a pensar en como se organizaría en tal caso. Su primera reacción puede llevarles hacia una espiral de endeudamiento, ya que pedirían un crédito al banco (47% de ellas), antes incluso de acudir a amigos o familiares (20%).



Reembolso del microcrédito y sus dificultades

Como se ha visto en la tabla anterior, uno de los principales destinos de los ahorros es el reembolso de la deuda. Durante las entrevistas, se preguntó a las microempresarias si habían tenido dificultad en devolver el microcrédito.



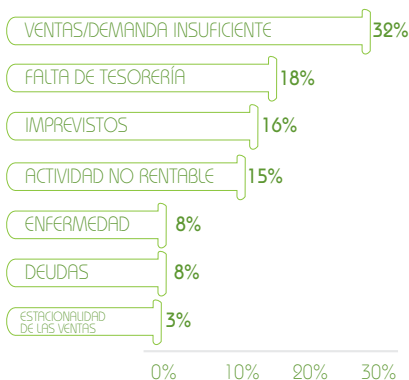
Es importante señalar que el 16% de las personas cuyo microcrédito está todavía en periodo de carencia está incluido en el grupo de las que no han tenido dificultad para devolverlo. Hasta ahora, sólo pagan los intereses, por lo que puede que tengan dificultades más tarde, cuando empiecen con las cuotas de intereses y capital.

En total, el 26% de las entrevistadas ha tenido dificultad, ya sean retrasos cortos o verdadera morosidad.

Además, vemos que estos problemas han empezado muy temprano. El 46% de las que han tenido dificultad alguna vez conoce esta situación desde que se le ha concedido el microcrédito o desde el final de su periodo de carencia, y otro 18% desde el primer año de puesta en marcha del negocio.

La principal razón destacada para explicar esta dificultad es el fallo de la actividad, por la escasez de las ventas (32%), por su estacionalidad (3%), porque la actividad no es rentable (15%) o que se han acumulado deudas. Muchas veces, estos problemas podrían ser evitados con un mejor estudio del proyecto y acompañamiento, así como con la formulación de recomendaciones para solucionar las dificultades observadas, con el supuesto de que la empresaria aplique dichas recomendaciones. Los problemas personales como enfermedad o situación familiar también tienen efecto en la buena marcha del negocio y por lo tanto en la capacidad

Causas de dificultad en el pago de las cuotas



de hacer frente a las deudas.

La falta de tesorería (18%) es otro problema recurrente. El importe del microcrédito está calculado de forma que se ajuste al máximo a los gastos, con el fin de evitar que la devolución de las cuotas mensuales se convierta en un problema, pero la consecuencia de eso es que los negocios empiezan con un nivel de tesorería muy bajo. Por lo tanto, puede resultar difícil hacer frente a todos los pagos. Llegar a un equilibrio entre el importe de la cuota y el nivel de tesorería es un reto importante.

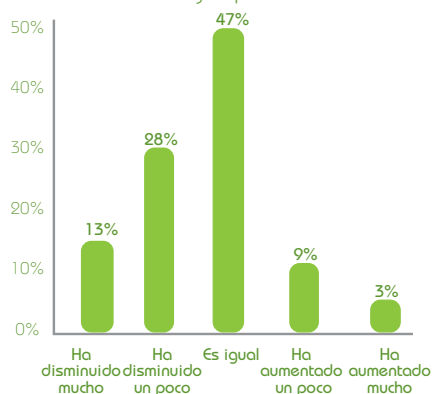


IMPACTO DEL MICROCRÉDITO EN LA VIDA DE LAS EMPRESARIAS CON NEGOCIO ABIERTO

Capacidad de compaginar trabajo y familia

Otro punto muy importante en cuanto al impacto del microcrédito y de la vida laboral en el hogar es la capacidad de la mujer de compaginar trabajo y familia.

Capacidad de compaginar trabajo y familia



Este tema ha sido uno de los más difíciles de los que hablar con las microempresarias. Un 41% de ellas afirma que su capacidad de compaginar el trabajo con la familia ha disminuido, pero intentando justificar esta situación, como si se sintieran culpables de no poder dedicar más tiempo a su familia. En la sociedad española, sigue existiendo la idea de que las mujeres deben hacerse cargo de los niños. Un 47% sigue diciendo que no ha cambiado nada y

que siguen viendo a sus hijos tanto como antes, incluso cuando hemos comprobado que las empresarias trabajan un promedio de 61,2 horas semanales.

Una de las realidades del autoempleo, es que durante los primeros años de vida de la empresa, la actividad requiere mucha dedicación, por lo que suele resultar difícil la conciliación.

La situación económica de las empresarias suele ser inestable en los primeros tiempos después de abrir el negocio, puesto que la mayoría del dinero ganado sirve como reinversión en la empresa y para devolver el crédito. Aún así, los ingresos generados permiten alcanzar la renta mínima necesaria para el hogar.

Salario

Sólo el 48% de las empresarias recibe uno

Procedencia de los ingresos del hogar

55% proviene de la empresaria

Renta del hogar

69% alcanza la renta mínima necesaria

Renta per cápita necesaria: 778€/mes

Renta per cápita real: 782€ / mes

Evolución de la renta familiar

Ha mejorado: 26%

Se ha estabilizado: 11%

Ha disminuido: 22%

Nivel de ahorros

22% ha aumentado

33% ha disminuido

Uso de los ahorros

29%: reinversión en la empresa

20%: reembolso de la deuda

15%: imprevistos

Dinero para imprevistos

69% no dispone de reserva de dinero

Dificultad en devolver el crédito

74% no ha tenido dificultad

Capacidad de compaginar vida laboral y familiar

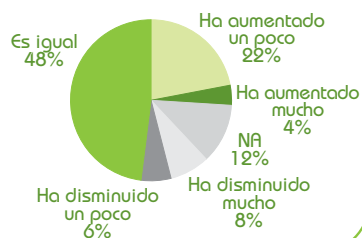
41% tiene más dificultad de conciliación

IMPACTO EN LA VIDA SOCIAL Y LABORAL

Empoderamiento en el hogar

El análisis del papel social de la mujer en términos de empoderamiento en el hogar es importante, para saber si ha evolucionado después de iniciar el negocio. Para ello, hemos observado la evolución de la capacidad de hacer compras sin pedir permiso o dinero, y la participación en las decisiones que se toman en la familia.

Evolución de la capacidad de hacer compras sin pedir permiso o dinero



En ambos casos, una proporción importante no es medible porque se trata de mujeres que viven solas o con independencia económica, por lo que no tienen que pedir permiso a nadie para

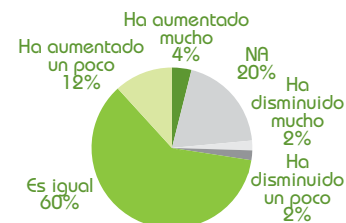
comprar y toman sus decisiones de inversión solas.

Con respecto a la capacidad de compra, un 14% de las empresarias considera que ha disminuido. Estas mujeres suelen tener el negocio abierto desde poco tiempo por lo que todavía no consiguen sacarle el dinero suficiente para sostenerse y siguen dependiendo de amigos o familiares. Pero para un 26%, esta capacidad ha aumentado.

Este aspecto destaca dentro de la población latinoamericana: el 50% de las que dicen haber aumentado mucho su capacidad de comprar sin permiso o dinero son latinoamericanas, mientras sólo representan el 31% del total de las entrevistadas.

En cuanto a la participación en las decisiones de invertir que se toman en la familia, es de destacar que muy pocas afirmaron notar una disminución en este aspecto, e incluso un 16% piensa que ha aumentado su poder de decisión dentro del hogar. El 60% restante considera que sigue igual en este aspecto.

Evolución de la participación en las decisiones de inversión familiares



Aquí también se nota una diferencia según la procedencia de las entrevistadas. De las que han contestado que no ha disminuido su participación, el 75% son europeas (que representan el 57% del total de las entrevistadas), mientras que de las que han contestado que ha aumentado, el 45% son latinoamericanas (que representan el 31% de las entrevistadas).

Los casos de disminución en la capacidad de hacer compras sin pedir permiso o dinero y en la participación en las decisiones de inversión familiares son importantes, porque muestran que en los comienzos de la empresa, se puede observar en algunos casos una cierta dependencia de su entorno por parte de la empresaria, porque los ingresos generados por la empresa no le permiten



IMPACTO DEL MICROCRÉDITO EN LA VIDA DE LAS EMPRESARIAS CON NEGOCIO ABIERTO

vivir por su cuenta. Conviene advertir de este riesgo a las emprendedoras que afirman tener como objetivo principal ser independiente.

Vida social

El 63% de las microempresarias sostiene que el tiempo que destina a sus necesidades personales ha disminuido desde que su negocio ha abierto, y el 37% afirma mantener o haber incluso aumentado el tiempo para ellas mismas.

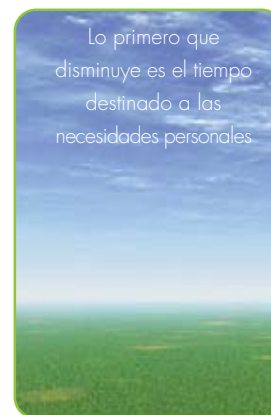


Al iniciar su negocio, las empresarias tienen más ingresos, mejoran su estado psicológico y sus condiciones materiales de vida. Pero los extensos horarios hacen que disminuya mucho el tiempo que pueden destinarse a sí mismas o a su vida social.

Así, el 45% mantiene igual su dedicación en su comunidad, en muchos casos porque antes tampoco participaban en nada relevante que demandara su tiempo.



Es interesante observar como lo primero que disminuye es el tiempo destinado a las necesidades personales. Cuando se reduce su tiempo libre, las empresarias preservan en primer lugar su dedicación a su familia, y también a la vida de su comunidad, y por lo tanto sacrifican el tiempo para sí mismas.



Lo primero que disminuye es el tiempo destinado a las necesidades personales

Relaciones con bancos y proveedores

La siguiente tabla recoge datos sobre la evolución de la relación de las empresarias con los bancos, ya sea en términos de acceso a financiación convencional, de conocimiento del sistema financiero o de negociación de las condiciones.

	Capacidad de acceso a financiación	Conocimiento del sistema financiero	Capacidad de negociar con bancos
Ha aumentado	43%	38%	58%
Es igual	46%	18%	32%
Ha disminuido	6%	-	2%
NA	5%	44%	8%
	100%	100%	100%

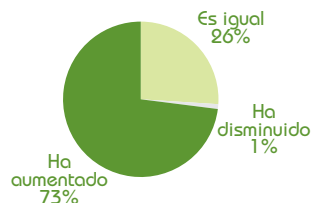
Es muy positivo comprobar que la mayor concentración de la muestra afirma que ha mejorado su capacidad de acceder a financiación y negociar con bancos (43%, 38% y 58% respectivamente). Se sienten más cómodas a la hora de hacer frente a una negociación bancaria, por tener más conocimiento del tema. Menos del 6% considera que ha disminuido su capacidad en estos ámbitos.

El alto nivel de personas que no ha contestado a estas preguntas corresponde a mujeres que todavía no han intentado tener más relaciones con bancos o servicios financieros.

Preguntándoles posteriormente por su capacidad de negociación con proveedores, el 73% de ellas afirmó haber mejorado después de acceder al microcrédito y el 26% dice continuar igual con ellos. El resto de mujeres no cuenta con proveedores porque su negocio no lo requiere.

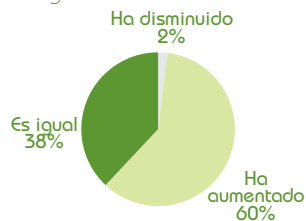
El 60% de las entrevistadas también se siente más cómoda a la hora de negociar con clientes. De forma general, se puede decir que las cualidades empresariales

Evolución de la capacidad de negociación con proveedores



de las entrevistadas han sido reforzadas gracias a su experiencia y al desarrollo de su actividad económica.

Evolución de la capacidad de negociación con clientes



La vida social de las empresarias ha empeorado desde que han puesto en marcha su empresa, en el sentido de que tienen menos tiempo para sus necesidades personales y para involucrarse en su comunidad. Pero al mismo tiempo, sus aptitudes han mejorado en el plan laboral, porque la experiencia empresarial les ha

permitido mejorar sus relaciones y su capacidad de negociación con sus distintos interlocutores (bancos, proveedores y clientes).

Empoderamiento en el hogar

26% de mejora en la capacidad de hacer compras sin pedir permiso o dinero
 16% de mejora en la toma de decisiones de inversión familiares

Vida social

63% tiene menos tiempo para necesidades personales
 43% se involucra menos en la vida de su comunidad

Relaciones con bancos

Mejora en:

- el acceso a financiación clásica
- el conocimiento del sistema financiero
- la negociación con bancos

Relaciones con proveedores y clientes

73% de mejora en negociación con proveedores
 60% de mejora en negociación con clientes



IMPACTO DEL MICROCRÉDITO EN LA VIDA DE LAS EMPRESARIAS CON NEGOCIO ABIERTO

CONCLUSIONES DE LAS MICROEMPRESARIAS

Valoración del programa de microcréditos

Después de hablar del microcrédito, del negocio y de su impacto, preguntamos a las mujeres su opinión sobre el programa de microcréditos en el que han participado.

Observamos que su valoración es muy positiva, ya que el 96% de las entrevistadas considera que le ha aportado una ayuda.



Según ellas, los aspectos positivos del microcrédito son las condiciones del

préstamo (40%), que suponen una ayuda para crear una empresa (23%) y una oportunidad para poner en funcionamiento algo propio (13%). También es positivo el hecho de que ayude a colectivos desfavorecidos (14%).

Las quejas también provienen en mayor medida de las condiciones del préstamo (46%), aunque el 39% de las entrevistadas no ve ningún aspecto negativo en el microcrédito.

Es importante subrayar que para el 4% de las empresarias, el hecho de tener una deuda es negativo.

También les hemos pedido que valoren una serie de afirmaciones sobre el programa y la organización que lo gestiona entre 1 (totalmente de acuerdo) y 5 (en absoluto), con el objetivo de valorar los servicios prestados. Los resultados son buenos ya que van todos incluidos entre 1 y 3:

- Los aspectos mejor valorados tienen que ver con la organización que tramita el microcrédito: la facilidad de contacto con la organización (1,65),

la alta competencia y cualificación de los asesores (2,05) y el entendimiento por parte de los asesores de las necesidades de las empresarias (2,05).

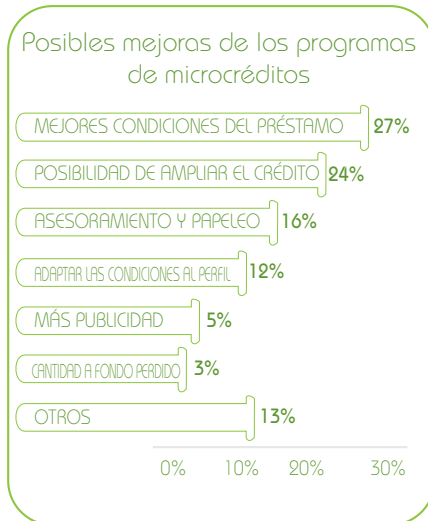
- La adecuación de los servicios ofrecidos con las necesidades de la empresaria (2,23), las buenas condiciones de los préstamos (2,27) y la facilidad para obtener un microcrédito (2,45) reciben una nota media.

- Los elementos que peor se han valorado son la distancia del lugar de trabajo o residencia de la empresaria con la organización (2,60) y el nivel de publicidad sobre microcréditos (2,88).

Son la información sobre los programas existentes y la accesibilidad a esos programas los dos problemas principales identificados por las empresarias entrevistadas.

En cuanto a posibles mejoras, proponen distintas opciones. En general, piensan que se pueden mejorar las condiciones del préstamo, sobretodo alargando el

período de carencia, pero también bajando el tipo de interés y aumentando el plazo de devolución. La adaptabilidad de las condiciones al perfil de la empresaria y a las necesidades específicas de su empresa parece ser un elemento clave para que la herramienta financiera que es el microcrédito actúe de forma óptima. Así, el 24% de las entrevistadas pide que se le ofrezca la posibilidad de ampliar el importe del crédito o de obtener un segundo préstamo para la ampliación del negocio.



Confianza en el futuro

También les hemos preguntado acerca de su futuro: si confían más en él, cómo se lo imaginan, cuáles son sus expectativas.

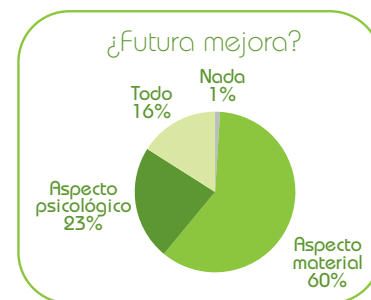


Los resultados son muy positivos y quedan relacionados en gran parte con los elementos psicológicos ya evocados (sobre todo el hecho de tener un negocio propio). En total, el 79% de las entrevistadas dice confiar más en el futuro y sólo un 4% es más pesimista que antes.

De forma general, el microcrédito y la creación de su negocio han dado más seguridad en sí mismas a las empresarias, por lo que se sienten capaces de enfrentarse al futuro. Por supuesto, el

estado del negocio tiene una influencia en la respuesta a esta pregunta: un negocio que va bien proporciona más optimismo que uno que va regular.

Futura mejora en la calidad de vida



En cuanto a mejoras deseadas, los elementos materiales son los más valorados. Esto se explica en parte porque los elementos que más han mejorado en su vida hasta ahora son psicológicos, como vimos antes. Así que después de ganar a este nivel, queda por mejorar el aspecto material.

Aquí se presenta un desglose de los elementos materiales, por orden de importancia:



IMPACTO DEL MICROCRÉDITO EN LA VIDA DE LAS EMPRESARIAS CON NEGOCIO ABIERTO

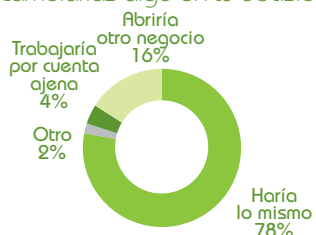
Elementos materiales por mejorar

Estabilidad financiera	63%
Vivienda	21%
Negocio	8%
Formación	4%
Salud	4%

Conformidad con la decisión inicial

Por fin, les preguntamos si, pudiendo volver atrás, tomarían la misma decisión de crear su negocio o si harían otra cosa.

¿Cambiarías algo en tu decisión?



Es interesante notar que el 94% de las microempresarias no cuestionan su decisión de optar por el autoempleo. Sólo un 4% volvería hacia el trabajo por cuenta ajena, por la seguridad del puesto

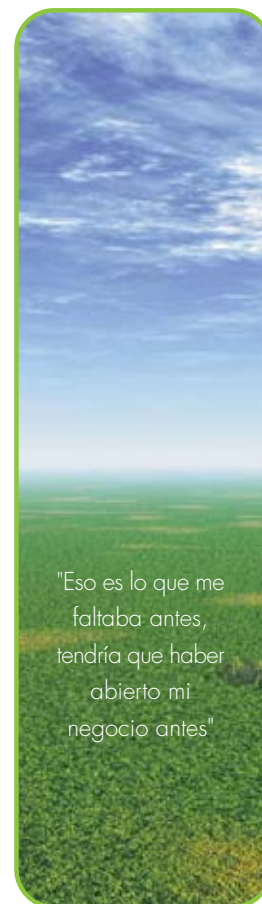
de trabajo y las condiciones laborales (horarios y vacaciones), ventajas difíciles de obtener con un estatus de autónoma, o porque su propio negocio no les va muy bien.

La única duda que surge es la del tipo de negocio. Muchas piensan haberse equivocado de sector, porque la actividad que han elegido no les va muy bien, o porque les atrae más otro.

En cualquier caso, todas han aprendido mucho con sus errores y ahora que tienen más sabiduría, afirman que tendrían más cuidado al empezar de nuevo, que harían ciertas cosas mejor o sencillamente que se lo pensarían más. Las más satisfechas recomiendan a sus amigas montar su propia empresa.

A pesar del estrés, de la ansiedad, de las preocupaciones, del cansancio por los extensos horarios y de la responsabilidad que supone gestionar un negocio, el microcrédito ha abierto a las mujeres nuevas puertas. Les ha dado aspiraciones y ha ayudado a algunas a salir de una depresión. Todas están más motivadas, miran hacia el futuro con más

tranquilidad. Una de las entrevistadas incluso llegó a decir: "Eso es lo que me faltaba antes, tendría que haber abierto mi negocio antes".



"Eso es lo que me faltaba antes, tendría que haber abierto mi negocio antes"

DATOS DE MICROEMPRESARIAS CON NEGOCIO CERRADO

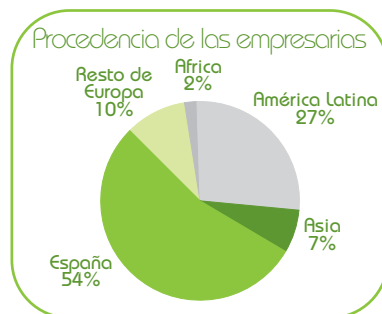
La creación de empresa es una actividad compleja y arriesgada. En España, la tasa de salida de las empresas en 2006 es de 8,7%. Significa que casi 9 de cada 10 empresas han cerrado ese año. Las microempresarias están expuestas a este riesgo, por lo que nos ha parecido interesante estudiar sus características y las de su negocio, así como las razones que han conducido al cierre de la empresa, de forma a poder prevenir esta situación de forma más eficaz.

PERFIL DE LAS EMPRESARIAS CON NEGOCIO CERRADO

Nacionalidad

Si comparamos los datos obtenidos aquí con los de los negocios abiertos, observamos que las europeas también representan la mayor parte de las entrevistadas (64%) y que las latinoamericanas siguen siendo muy numerosas (27%).

La población inmigrante representa el 46% de la muestra.



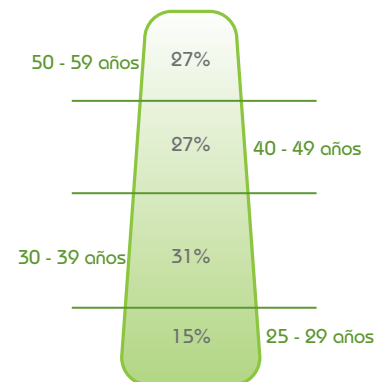
Edad

Las microempresarias cuyo negocio ha cerrado eran mayores al abrir su empresa que las que siguen con el negocio: 42

años en lugar de 38,83.

El reparto por rango de edades muestra una representación más importante en las mayores de 50 años: el 27% de las entrevistadas con negocio cerrado entra en esta categoría, contra el 16% para los negocios abiertos.

Rango de edades al abrir el negocio



Estado civil

La proporción de mujeres que viven solas es mayor que en el caso de los negocios abiertos, lo que supone una dificultad más importante para conseguir apoyo en caso de problemas con la empresa o enfermedad: el 69% de las entrevistadas con negocio cerrado son solteras, divorciadas o viudas.



En el caso de los negocios abiertos, representaban el 52%.

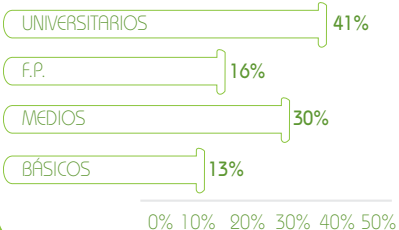
Estado civil de las microempresarias

Soltera	29%
Casada / Unión de hecho	32%
Divorciada / Separada	37%
Viuda	3%

Nivel de estudios

El nivel de estudios de las microempresarias es similar al que se ha observado antes para las categorías medianas, de formación profesional y universitaria. El 41% de las entrevistadas con negocio cerrado ha estudiado en la universidad, frente al 43% en la muestra global (contando los post-gradados). En cambio, la proporción de mujeres con estudios básicos es superior: un 13% frente al 5%.

Nivel de estudios de las microempresarias

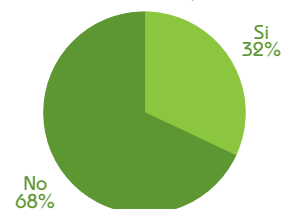


Sólo el 32% de las mujeres ha recibido un curso de creación de empresas: eran un 37% en la muestra de empresarias con negocio abierto.

Las personas mayores son las que más participan en estos cursos (edad media: 45,44 años).

Los sitios donde se imparten la formación son los mismos: centros de desarrollo local, fundaciones y ONG, Cámaras de Comercio, países de origen.

¿Ha recibido algún curso de creación de empresa?



CARACTERÍSTICAS DE LOS NEGOCIOS QUE HAN CERRADO

Sector de actividad

Como en la primera muestra, los dos principales sectores de actividad de los negocios cerrados son Comercio (52%) y Otros Servicios (32%), pero esta vez con un mayor peso del Comercio.

Los subsectores que destacan son el de Otros Comercios, de Ropa y Complementos, (respectivamente el 40% y el 30% del sector Comercio), y Hostelería (67% del sector Otros Servicios).

Sector de actividad de los negocios



Los subsectores contemplados aquí son más tradicionales que los estudiados antes: Hostelería, Alimentación, Peluquería. Los Servicios a Empresa o de Cultura y Arte están ausentes de la lista de actividades de negocios cerrados. Estos resultados no son sorprendentes: un estudio del Consejo Superior de Cámaras de Comercio "La Empresa en España 2006", muestra que las actividades económicas que más han cesado en el país en 2005 son Textil, Confección, Cuero y Calzado y Hostelería.

Ubicación del negocio

Los negocios estudiados están situados en distintas partes del territorio nacional:

Ubicación por Comunidad Autónoma

Andalucía	19%
Baleares	3%
Cataluña	24%
Madrid	54%
	100%

La mayoría está ubicada en zonas urbanas: el 89% en ciudades de más de 10.000 habitantes, y sólo el 11% en poblaciones de entre 2.000 y 10.000 habitantes.

Características del microcrédito

El importe medio de los microcréditos es de 12.740 euros, con un 84% de los préstamos incluidos entre 5.000 y 15.000 euros.

El 27% de los microcréditos tramitados tiene un importe de 15.000 euros.

Importe del microcrédito

< 5.000 €	3%
5.000 - 9.999 €	27%
10.000 - 14.999 €	30%
15.000 €	27%
> 15.000 €	13%

El plazo de devolución varía entre 3 y 5 años, siendo este último lo más habitual (el 80% de las respuestas).

En cuanto a cuota mensual, son numerosos los importes altos: el 70% de las entrevistadas devuelve más de 200 euros al mes.

Importe de la cuota mensual

< 100 €	3%
Entre 100 y 199 €	27%
Entre 200 y 299 €	47%
>= 300 €	23%

El 70% de las entrevistadas devuelve más de 200 € al mes



DATOS DE MICROEMPRESARIAS CON NEGOCIO CERRADO

CIERRE DEL NEGOCIO

Tiempo sin problemas

Para profundizar en las razones del cierre, hemos empezado preguntando cuanto tiempo el negocio había estado sin problemas, después de su apertura.

Observamos que las dificultades suelen aparecer desde el inicio de la actividad: el 66% empieza a tener problemas durante el primer año.

El 29% de los negocios no ha cerrado porque tuviera dificultades, sino por razones personales de la microempresaria. En unos casos, el negocio sigue abierto pero la empresaria ya no trabaja en él.

¿Cuánto tiempo ha estado tu negocio sin problemas?



Fecha del cierre

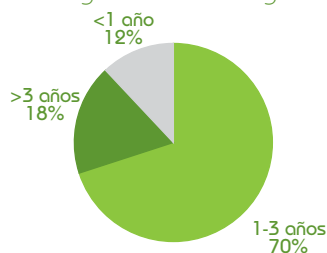
Los negocios han cerrado a partir del 2004, la mayor parte de ellos habiéndolo hecho en el año 2005. Este dato es sólo indicativo: depende de la fecha en la que los negocios estudiados se han montado, y no de una posible coyuntura económica.

Fecha del cierre

2004	12%
2005	47%
2006	38%
2007	3%

El 82% de los negocios ahora cerrados se mantuvieron abiertos durante menos de 3 años.

Antigüedad del negocio



El estudio mencionado antes, "La Empresa en España 2006" muestra que la supervivencia empresarial está directamente relacionada con la edad de la empresa. Según las estadísticas nacionales, el primer año, cierran entre el 15% y el 20% de las empresas.

Tasa de supervivencia de las empresas

A 1 año	83,86%
A 3 años	65,01%
A 5 años	51,48%
A 9 años	30,80%

Fuente: "La Empresa en España", Consejo Superior de Cámaras de Comercio, 2006

Razón del cierre

Para casi la mitad de las entrevistadas (45%), varios factores explican el cierre de su negocio. Argumentan que a sus problemas personales se han añadido otros del negocio, que han hecho que la situación se vuelva insostenible.

A continuación se muestran las tres principales razones evocadas:

- La falta de viabilidad del proyecto, que esté directamente vinculada con la gestión de la empresaria o que depende de factores externos,
- La situación personal de la emprendedora: salud propia o de familiares, traslado, separación,
- Los problemas administrativos: Obtención de licencias, inscribirse como autónoma.

En realidad, las entrevistadas han citado numerosas causas:

Causa cierre	
Rentabilidad insuficiente del negocio	32%
Causas ajenas (problemas administrativos...)	10%
Presión financiera	10%
Situación familiar (mudanza, enfermedad, fallecimiento de un familiar...)	10%
Falta de maduración del proyecto empresarial	8%
Enfermedad personal y/o embarazo	7%
Falta de formación empresarial	3%
Carga excesiva del negocio	2%
Falta de apoyo familiar	2%
Problemas de gestión administrativa y contable	2%
Gestión Comercial	2%
Otro	12%
	100%

El cierre del negocio ha sido a veces una elección: para separarse de socios o para volver a una situación de trabajador asalariado, con todas las ventajas que supone.

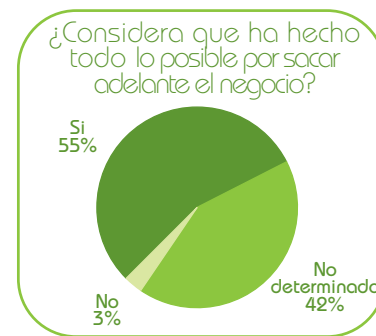
Las empresarias parecen conscientes de los errores cometidos, y en caso de poder corregirlos, el 26% cambiaría la ubicación del negocio, el 23% prepararía mejor el proyecto, a través de investigación de mercado y formación empresarial, y otro 17% cambiaría la actividad del negocio. Sólo el 11% empezaría renegociando las condiciones del préstamo.

Actitud frente al cierre

Por su experiencia en el asesoramiento y seguimiento de empresas creadas gracias a un microcrédito, las economistas del Banco Mundial de la Mujer se han dado cuenta de que muchas empresarias no saben cómo actuar frente al cierre de su empresa, por lo que se han añadido unas preguntas sobre este tema en las entrevistas.

El 55% de las empresarias con negocio cerrado piensa haber hecho lo máximo para evitar este cierre. El 42% no ha

contestado a la pregunta; en unos casos, porque la empresaria ha tomado la decisión de forma libre, sin haberse visto obligada a cerrar. También es cierto que otras reconocen no haber seguido las recomendaciones de las entidades que las asesoraban.



Tras el cierre, las empresarias han actuado de varias formas. El 21% admite no haber hecho nada. La mayoría ha vendido los activos del negocio, para rentabilizar ese dinero invertido.





DATOS DE MICROEMPRESARIAS CON NEGOCIO CERRADO

Apojo

En estos momentos difíciles, el 60% de las que lo necesitaban han recibido algún tipo de ayuda.



Los familiares y amigos han sido los que más han ayudado. Representan el 73% del total de ayudantes. Las Asociaciones también han aportado un apoyo importante.

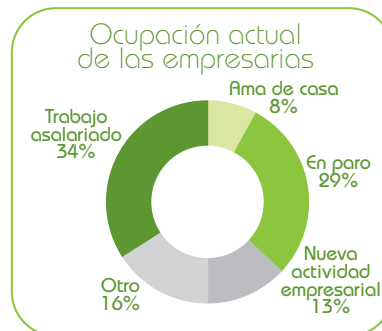
Ayudantes



SITUACIÓN LABORAL ACTUAL

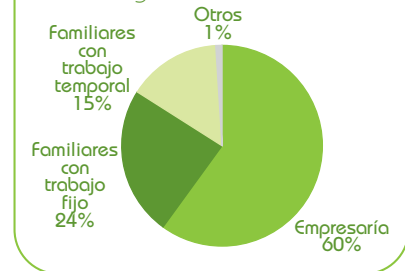
Ocupación actual

Después del cierre de su negocio, el 47% de las entrevistadas ha encontrado otro trabajo, ya sea por cuenta ajena o propia, a tiempo completo o sólo puntualmente. El 8% se dedica ahora a cuidar de sus hijos, mientras un 29% está buscando trabajo.



Esta tasa de paro es bastante preocupante si consideramos la procedencia de los ingresos familiares. El 60% de la renta familiar viene de los ingresos de la empresaria y el cierre de su empresa supone una pérdida de estabilidad en la economía familiar.

Procedencia de los ingresos familiares



En el 35% de los casos, el nuevo trabajo está relacionado con la actividad del negocio que ha cerrado: la experiencia y los conocimientos adquiridos siguen siendo útiles.

Relación entre trabajo actual y actividad del negocio



Fecha de comienzo del nuevo trabajo

Si comparamos la fecha de cierre del negocio con la de comienzo del nuevo trabajo, nos damos cuenta que el 28% de las mujeres ya trabajaba en otro sitio, a la vez que dirigía su negocio. La razón de este doble empleo: los ingresos generados por el negocio no eran suficientes para sostener a la familia.

¿Cuándo empezó con el nuevo trabajo?
 Comparación con la fecha de cierre

Antes	28%
Mismo tiempo	17%
Después	56%

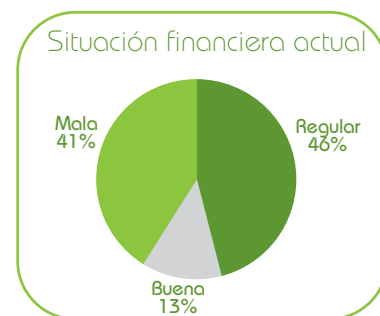
Satisfacción con el trabajo actual

Las mujeres que han empezado con un nuevo trabajo se confiesan bastante satisfechas: el 61% afirma que le va bien y el 17% que le va muy bien. Sólo un 22% describe su satisfacción como regular.

SITUACIÓN FINANCIERA ACTUAL

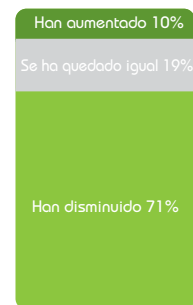
La situación financiera actual de las empresarias se ha visto muy afectada por el cierre de su negocio. El 59% la describe como regular o buena, pero le va mal a un 41%.

Con la pérdida de dinero debida al cierre de la empresa, la vida y el reembolso de la deuda se vuelven complicados. En algunas familias, el sueldo del marido permite vivir, mientras el de la empresaria sirve para pagar las deudas. Otras viven sin ingresos o dependen de familiares.



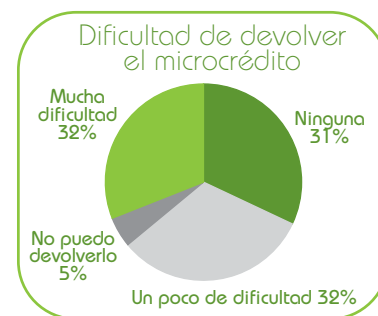
El 71% de las entrevistadas afirma que los ingresos de su hogar han disminuido desde que la empresa ha cerrado. Sólo el 10% ha visto su situación mejorar.

Evolución de los ingresos familiares



Endeudamiento

El microcrédito es la primera deuda a la que tienen que enfrentarse las emprendedoras.



El 69% ha tenido dificultad en devolverlo, en general por las reducidas ventas y la ausencia de rentabilidad del negocio (52% de las respuestas), pero también



DATOS DE MICROEMPRESARIAS CON NEGOCIO CERRADO

por falta de tesorería (10%), problemas de salud de la empresaria o de un familiar, que le ha impedido dedicarse a la empresa (10%) o porque los ingresos generados para el negocio sólo permitían cubrir las necesidades básicas de la familia (10%).

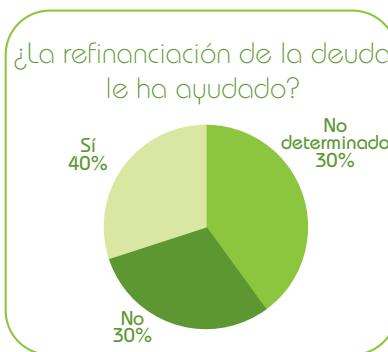
El 29% de las entrevistadas apunta varias razones para explicar su dificultad de cumplir con las obligaciones del préstamo.

En el cuadro siguiente, vemos que aproximadamente un tercio de las empresarias tiene dificultades desde el inicio de su negocio (concesión del microcrédito o fin de la carencia). El alto grado de dificultad en los últimos meses antes del cierre (38%) también muestra el efecto de la presión financiera.

Desde cuando hay problemas

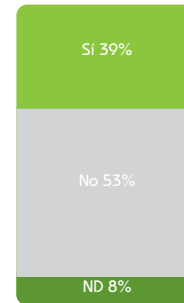
Principio	21%
Fin de la carencia	12%
En los últimos meses del negocio	38%
Cierre del negocio	8%
No determinado	21%

La refinanciación de la deuda es una opción que se ofrece cada vez más a las personas que tienen problemas para rembolsar un microcrédito. Un 48% de las empresarias con dificultades han recibido una oferta de refinanciación por parte de su entidad financiera. Algunas todavía están tramitando la refinanciación, y las otras han acordado pagar la deuda en un período de entre 3 y 10 años. En cuanto a la utilidad de esta opción, las respuestas varían pero son en su mayoría positivas:



Además del microcrédito, el 39% tiene otro crédito pendiente, en general una hipoteca para la vivienda o para un préstamo para el coche.

Otros créditos

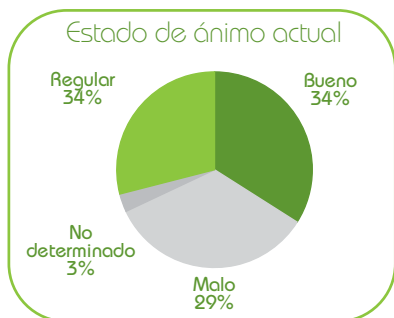


ESTADO PSICOLÓGICO

Estado de ánimo

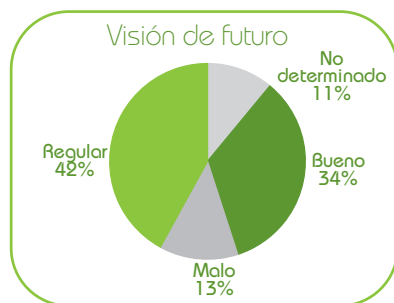
También hemos querido saber como están las empresarias a nivel psicológico, porque el hecho de cerrar un negocio y las dificultades que lo siguen puede llevar a una sensación de fracaso.

El 68% dice que está regular o bien pero un 29% está mal. El 25% ha afirmado encontrarse en estado de depresión y seguir un tratamiento para ello. Otras están contentas, gracias a un nuevo trabajo o porque se están arreglando unos de los problemas que las llevaron a cerrar el negocio.



Visión del futuro

Nos ha parecido interesante ver cual es su visión del futuro, si siguen optimistas y con ganas de seguir adelante, o si esta experiencia les ha desanimado.



El 13% de las entrevistadas se queda bastante pesimista. En general, son mujeres depresivas o enfermas, que no pueden volver al mercado laboral antes

de un tiempo y van a tener que enfrentarse a mayores problemas todavía durante este período.

Otro 42% mantiene reservas en cuanto a su futuro. Tienen a la vez ganas y miedo de montar otro negocio, les falta seguridad. Otras prefieren buscar un empleo por cuenta ajena, incluso con el riesgo del desempleo.

Por último, un 34% está convencida que le va a ir bien: algunas se conforman con su nuevo trabajo, otras tienen el proyecto de montar otro negocio.

CONCLUSIONES DE LAS EMPRESARIAS CON NEGOCIO CERRADO

Valoración del programa de microcréditos

La opinión sobre la ayuda que ha representado el microcrédito para estas empresarias varía: el 50% piensa que este préstamo le ha añadido dificultades, mientras que otro 50% cree que al contrario, le ha ayudado, en distintos grados.



Los aspectos positivos del microcrédito más destacados son que da la oportunidad de montar un negocio propio (29% de las respuestas) y que ayuda a colectivos desfavorecidos (19%).

Los negativos están vinculados con las características y condiciones de los programas: importe inadecuado del préstamo (28%), seguimiento insuficiente (28%), complejidad de los trámites (28%).

Como en el caso de las empresarias cuyo negocio sigue abierto, hemos pedido a las entrevistadas que han cesado su actividad que valoren una serie de afirmaciones entre 1 (totalmente de acuerdo) y 5 (en absoluto).

Los resultados no son tan positivos como en el primer caso: están incluidos entre 2 y 4:

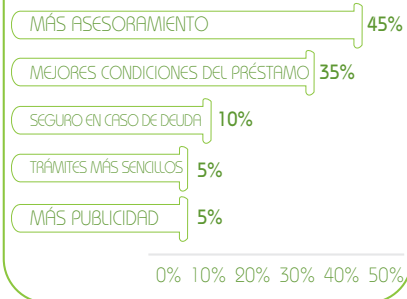


DATOS DE MICROEMPRESARIAS CON NEGOCIO CERRADO

- Los aspectos que reciben la mejor valoración son la facilidad de contactar con la organización que ha tramitado el préstamo (2,10), la alta competencia y cualificación de los asesores (2,46) y la facilidad de obtener un microcrédito (2,46).
- En segundo lugar vienen el nivel de publicidad sobre microcréditos (2,70) y la adecuación de los servicios anunciados con las necesidades de la empresaria (2,82).
- La comprensión por parte de los asesores de las necesidades de la empresaria (3,00), la cercanía de las oficinas del lugar de residencia o trabajo de la empresaria (3,10) y las condiciones del préstamo (3,36) reciben la peor puntuación.

Las propuestas de mejora de los programas de microcréditos van enfocadas principalmente hacia un mayor seguimiento y asesoramiento durante toda la vida de la empresa, y hacia una mejora de las condiciones del préstamo, en forma de mayor flexibilidad y adaptabilidad a la situación específica de cada negocio. También es interesante la idea de crear un seguro para evitar el endeudamiento en caso de fracaso de la actividad.

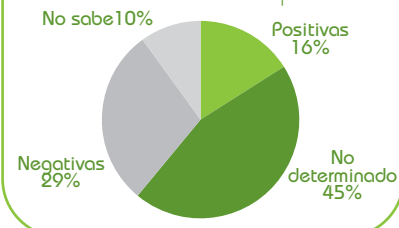
Posibles mejoras de los programas de microcréditos



Conclusiones sobre la experiencia

¿Qué piensan las mujeres que han tenido que cerrar su negocio de su experiencia como empresaria? Si bien es cierto que casi la mitad de las entrevistadas no ha contestado a esta pregunta, vemos de forma clara que esta experiencia de autoempleo está percibida como un fracaso:

Conclusión sobre la experiencia de creación de empresa



A través de su vivencia, varias mujeres se han dado cuenta de que el autoempleo no es una opción adecuada para ellas, porque no tienen la motivación suficiente, porque no están bastante preparadas para gestionar un negocio, o sencillamente porque no quieren renunciar a su tiempo libre y vacaciones para dedicarse a un negocio. Este hecho podría ser positivo (consiguen saber lo que quieren realmente), si no fuera porque piensan primero en la pérdida de tiempo y de dinero invertidos en esta actividad.

Por otra parte, están las que después del cierre, han tenido que volver a un trabajo por cuenta ajena o se han quedado sin empleo. En este caso, además de la pérdida del dinero invertido, también tienen la sensación de haber perdido estatus social.

Falta una visión de los beneficios de la experiencia de creación de empresa y autoempleo y un reconocimiento de las cualidades adquiridas durante este tiempo: autonomía, capacidad de gestión, iniciativa... Sigue siendo necesario trabajar en cambiar la percepción del "fracaso" empresarial, para empezar a capitalizar esta experiencia y transformarla en una etapa positiva de la carrera profesional.

MUJERES RURALES, CREACIÓN DE EMPRESA Y MICROCRÉDITOS

En España, se observa una escasa participación de las mujeres rurales en las estadísticas de autoempleo. El objetivo de este capítulo es entender esta situación y encontrar soluciones, identificar los problemas específicos a los que se enfrenta este colectivo rural, así como determinar de si el microcrédito puede ser una opción válida para las mujeres rurales en su proceso de creación de empresa.

ANÁLISIS DEL MICROCRÉDITO COMO INSTRUMENTO FINANCIERO PARA EL COLECTIVO DE EMPREENDEDORAS Y EMPRESARIAS RURALES

Dentro de este estudio sobre las emprendedoras españolas, nos parece imprescindible analizar con más detalle la situación de las mujeres que viven en zonas rurales. En efecto, es necesario tener en cuenta las particularidades de este colectivo numeroso, dado que el medio rural condiciona en gran parte su vida, en particular en el ámbito laboral.

¿Qué entendemos por “zonas rurales”? No existe una definición consensual del mundo rural. Según los estudios y las estadísticas, se considera rural una población de menos de 2.000 habitantes, relacionando la noción de rural a la dependencia de la agricultura / ganadería y a la baja densidad de población, o incluso de menos de 20.000, cuando se elige incluir las cabeceras de comarca alrededor de las cuales se organiza la vida de una zona. Para realizar este estudio, hemos elegido un término medio. Nos hemos basado en la definición de “mujeres rurales” como el colectivo de mujeres que viven y/o trabajan en poblaciones de menos de 10.000 habitantes, siguiendo la definición del “Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural”.

Según el Padrón Municipal 2006, en España, el 21,27% de las mujeres vive en poblaciones de menos de 10.000 habitantes, y el 6,11% en poblaciones de menos de 2.000 habitantes.

Población por tamaño del municipio y sexo

	Ambos sexos	Varones	Mujeres
Total población	44.708.964	22.100.466	22.608.498
Menos de 101 hab.	57.513	31.737	25.776
De 101 a 500 hab.	708.581	372.903	335.678
De 501 a 1.000 hab.	756.468	390.838	365.630
De 1.001 a 2.000 hab.	1.338.088	683.524	654.564
De 2.001 a 5.000 hab.	3.147.445	1.592.502	1.554.943
De 5.001 a 10.000 hab.	3.772.119	1.900.366	1.871.753

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Padrón Municipal 2006

También se observa una mayor proporción de hombres en esas zonas, sobretudo en poblaciones de menor tamaño. Las mujeres representan el 49,16% de la población de los municipios de menos de 10.000 habitantes, y sólo el 48,30% en los de menos de 2.000 habitantes.

El Censo de Población también facilita información sobre la actividad de las mujeres, incluso si mide mal el trabajo estacional y a tiempo parcial, y por lo tanto la situación de las numerosas “ayudantes familiares” del medio rural. En España, la tasa de actividad femenina es muy baja: sólo el 39,08% de las mujeres eran activas en 2001, 27 puntos por debajo de la tasa de actividad

masculina. Las zonas rurales son las más afectadas por la baja tasa de actividad: se encuentran cifras superiores en las Comunidades más urbanas y/o turísticas. La tasa de paro también varía según el sexo: es de un 19,76% para las mujeres, es decir casi el doble de las de los hombres (10,54%).

Ciertas Comunidades Autónomas, en particular las que tienen muchas zonas rurales y poca actividad turística, combinan bajas tasas de actividad y altas tasas de paro, como Extremadura, Castilla y León, Castilla la Mancha, Cantabria y Asturias.

Estos datos reflejan la difícil situación laboral de las mujeres rurales. Podemos identificar tres dificultades principales a las que se enfrentan estas mujeres, como consecuencia del entorno rural en el que viven:

- Las características del mercado laboral en zonas rurales:
 Las mujeres que viven en estas zonas suelen tener un nivel de formación más bien bajo y encuentran trabajo poco

cualificado, en unas actividades a menudo estacionales y muy específicas debido a la poca diversidad en la oferta: agricultura y agroalimentario, artesanía... Esta limitación en las actividades también afecta a las mujeres más jóvenes con niveles de formación altos o medios, porque encuentran pocas oportunidades de empleo adecuadas.

- Los problemas relacionados con la escasez de infraestructuras y servicios que facilitan el empleo:

Las zonas rurales disponen de menos infraestructuras, ya sean físicas o sociales, por lo que la movilidad está más limitada, los servicios de cuidado de niños y personas dependientes son muy inferiores a los que se pueden encontrar en zonas urbanas, y las posibilidades de ocio y de establecer relaciones sociales son muy escasas. Se puede decir que por todas estas razones, las mujeres rurales tienen más dificultades para conciliar vida laboral y familiar, y tienen que

renunciar de forma más frecuente al empleo.

- El entorno social y las características de la sociedad rural:

El medio rural es un mundo familiar y masculino. El apoyo familiar es necesario para emprender cualquier proyecto, y la masculinización es un freno para el desarrollo de actividades emprendedoras, ya que se confía poco en los proyectos de mujeres y que no se les deja invertir el patrimonio familiar en una actividad que parece arriesgada.

En un mundo donde tienen que conciliar la vida laboral con la obligación social de cuidar de los familiares y donde encuentran pocas oportunidades de empleo, con dificultades añadidas para emprender debidas a la falta de infraestructuras, servicios y acceso a la información, las mujeres tienen muy difícil su inserción profesional. Les es complicado innovar en la explotación familiar así como emprender su propio negocio, por la poca confianza que les dan los hombres, y por su propio miedo al fracaso.

Muchas de ellas sólo ocupan un papel secundario en las explotaciones, donde trabajan como “ayudantes familiares”, sin cotillaridad ni acceso a la seguridad social. Otras ocupan empleos asalariados poco cualificados. En todos los casos, falta un reconocimiento profesional y social de su trabajo.

Este contexto explica porque son las madres quienes incitan a sus hijas a irse hacia ciudades más grandes, para recibir formación y encontrar un trabajo con reconocimiento. Se basan en su propia experiencia para ayudar a sus hijas a conseguir un futuro mejor, y les llevan a rechazar el trabajo agrario.

En general, frente a todos los problemas descritos arriba, las mujeres rurales se enfrentan a dos opciones:

- **Abandonar el sector y el medio rural.** Al no encontrar oportunidades de empleo satisfactorias, se ven obligadas a un éxodo rural. El problema es que esta actitud refuerza los problemas de masculinización y envejecimiento de la población rural, conduciendo a un desequilibrio demográfico que lleva muchas veces

al abandono progresivo de los pueblos.

- **Encontrar otro trabajo en el medio rural o montar su propio negocio, en sectores como comercio, artesanía, turismo rural.** Esta segunda opción permite diversificar las actividades del mundo rural. Además, algunas personas de profesiones intermedias no dependen de la ubicación para el desarrollo de su actividad profesional (arquitectos, por ejemplo).

Nuestro objetivo con este estudio es, a partir de este contexto, determinar en qué puede el microcrédito, a través de la creación de empresa, ayudar a las mujeres rurales a encontrar unas oportunidades de empleo y valorar si se puede convertir en una herramienta para el desarrollo rural y para fijar la población femenina, luchando contra la situación de abandono de las zonas rurales.

Dentro del estudio que elaboramos para la Red Europea de Microfinanzas en el proyecto “Fostering Gender Equality: Meeting the Entrepreneurship and Microfinance Challenge”, hemos decidido

estudiar la situación de las empresarias y emprendedoras rurales y su acceso a financiación. Observamos en nuestra experiencia de asesoramiento a mujeres, que muchas emprendedoras rurales nos solicitan información sobre microcréditos, pero al final, pocas emprenden los trámites necesarios y obtienen un préstamo a través de nuestros Convenios.

Dado este problema, pretendemos:

1. Determinar si las mujeres rurales que obtienen el préstamo tienen un perfil distinto al de las otras empresarias, es decir si existe un perfil determinado de las empresarias rurales con microcréditos, así como de los microcréditos que solicitan (importe, uso, periodo de devolución).
2. Analizar por qué las emprendedoras de zonas rurales que contactan con nosotras sólo lo hacen para solicitar la primera información. No sabemos si la causa reside en la atención recibida por parte de nuestras técnicas, si las condiciones de los microcréditos no se adecuan a sus necesidades o si han cambiado



MUJERES RURALES, CREACIÓN DE EMPRESA Y MICROCRÉDITOS

de idea y no van a montar ningún negocio.

3. Por fin, determinar cómo las empresarias de zonas rurales han conseguido financiar la creación de su empresa y si han utilizado los microcréditos para ello.

De forma global, se puede decir que queremos verificar si el microcrédito puede ser una opción válida para el colectivo de emprendedoras y empresarias rurales, y en ese caso, proceder a realizar los cambios necesarios, tanto a nivel de los servicios ofrecidos como de la información facilitada, para corregir el desequilibrio observado entre el número de solicitudes de información recibidas y el número de microcréditos concedidos.

Hemos diseñado varios cuestionarios para contactar con los grupos definidos más arriba (beneficiarias de microcréditos, emprendedoras, empresarias), y también nos hemos reunido con asociaciones de mujeres rurales, para conocer su experiencia en este ámbito.

ESTUDIOS ANTERIORES SOBRE MUJERES RURALES Y MICROCRÉDITOS

Según datos de Oxfam (La Trampa de la Pobreza Rural. Junio 2004), "entorno al 96% de los agricultores del mundo – aproximadamente 1.300 millones de personas – viven en los países en desarrollo. En las áreas rurales del mundo en desarrollo, cerca de 900 millones de personas viven con menos de un dólar al día."

Estos datos son la base de la preocupación que existe a nivel mundial sobre la puesta en marcha de programas de microfinanzas en zonas rurales. Los microcréditos, desde su comienzo, van dirigidos a los colectivos más pobres, en los países en desarrollo, o excluidos en los países industrializados.

A nivel mundial, se ha empezado una reflexión sobre este tema, y numerosos estudios han sido realizados.

Así, la primera página web de información sobre microfinanzas "The Microfinance Gateway" publica un dossier temático sobre Finanza rural y agrícola,

realizado por expertos internacionales en este ámbito y que pretende presentar las características especiales del mercado de las microfinanzas en medio rural y aportar respuestas específicas para la puesta en marcha de programas en estas zonas.

También se han realizado estudios más locales, a nivel regional o de un país, para resolver dudas concretas. Así, la Asociación Francesa Adie, el organismo que más microcréditos concede en Europa Occidental, ha llevado a cabo el estudio sobre "Territorios rurales y sector agrícola: balance y estrategia de intervención de Adie", con el objetivo de entender mejor las dificultades específicas de los emprendedores de estas zonas y rectificar la estrategia de sus programas de microcréditos para adaptarla a las necesidades detectadas.

Todos estos estudios reconocen la necesidad de ofrecer servicios de microfinanzas en el mundo rural. También reafirman su complejidad, la dificultad de trabajar en zonas rurales y la importancia para las organizaciones que gestionan programas de microcréditos de su adaptación a las características de

estas zonas y de sus habitantes. Según estos estudios, no cabe duda de que el microcrédito es una herramienta útil para ayudar al desarrollo de las zonas rurales en las partes más pobres del mundo.

Pero hay que tener en cuenta las necesidades y realidades que tiene cada país, lo que hace necesario analizar más específicamente la situación española, para ver en qué medida se puede usar esta misma herramienta, el microcrédito, para ayudar a la población rural femenina del país.

IMPACTO DE LOS MICROCRÉDITOS EN LA VIDA DE LAS MUJERES RURALES EN ESPAÑA

Es importante estudiar la situación de las mujeres rurales en España, con el fin de determinar si el microcrédito puede ser una opción válida para este colectivo. La opinión que tienen las beneficiarias de microcréditos sobre estos programas es fundamental, para saber si conseguir el préstamo y montar su empresa ha tenido un efecto en su vida y como valoran esta experiencia.

Metodología

A partir de la muestra global del estudio, hemos realizado una selección, para conservar únicamente los datos de las mujeres rurales, siguiendo la definición que ya hemos mencionado: “el colectivo de mujeres que viven y/o trabajan en poblaciones de menos de 10.000 habitantes”.

En total, la muestra se compone de 16 mujeres rurales, lo que corresponde al 10% de la muestra total de empresarias (162 entrevistas realizadas).

Tamaño de las poblaciones	Viven		Trabajan	
< 2.000 hab.	5	31%	5	31%
2.000 - 10.000 hab.	9	56%	8	56%
> 10.000 hab.	2	13%	3	13%
Total	16	100%	16	100%

NB: los datos sobre poblaciones de más de 10.000 habitantes corresponden a mujeres que viven y/o trabajan en zonas rurales. Por ejemplo, el 13% de mujeres que viven en poblaciones de más de 10.000 habitantes trabajan en realidad en poblaciones de menos de 10.000 habitantes.

Se han usado distintos medios para entrar en contacto con estas mujeres y obtener sus respuestas: teléfono, correo, visita en persona y contacto por e-mail.



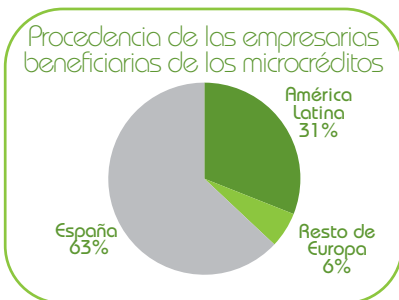
El cuestionario utilizado ha sido el mismo que para la muestra global, es decir que las empresarias urbanas y rurales han contestado a las mismas preguntas, si bien es cierto que este cuestionario había sido adaptado para conseguir datos específicos sobre la situación de las rurales, para así poder comparar sus respuestas con las del resto de la muestra.



MUJERES RURALES, CREACIÓN DE EMPRESA Y MICROCRÉDITOS

Perfil de las empresarias rurales con microcréditos

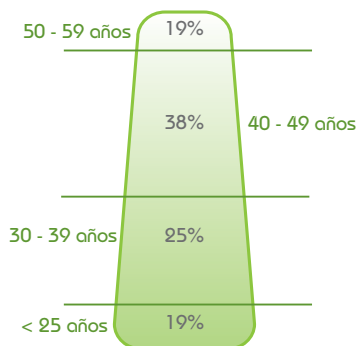
Las empresarias rurales son en general españolas, representando un 63%, a diferencia con la muestra general, que representa un 53%.



En cuanto a la edad, observamos dos extremos.

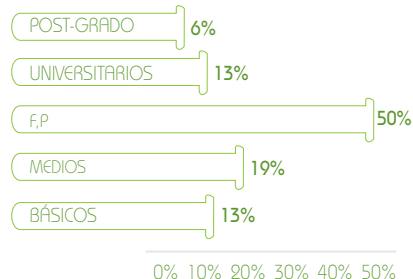
La edad media de las rurales al crear su empresa es ligeramente inferior a la de la muestra (38,5 años, contra 38,83 para el conjunto), pero esta media esconde dos realidades: un grupo importante de empresarias jóvenes (el 19% tenía menos de 25 años al crear la empresa, contra el 6% en la muestra global) y otro de mayores de 40 años (57%, contra el 47% en la muestra).

Rango de edades al solicitar el microcrédito



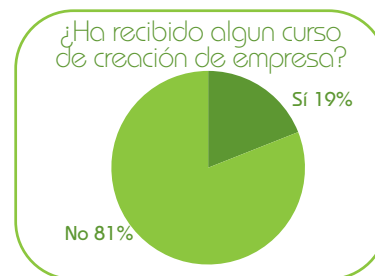
El nivel de estudios también es distinto. Las mujeres rurales tienen una formación más profesional (el 50% han estudiado F.P., el 20% en la muestra global). Las mujeres con estudios básicos también son más numerosas que la media: un 13% en lugar de un 5%.

Nivel de estudios de las microempresarias



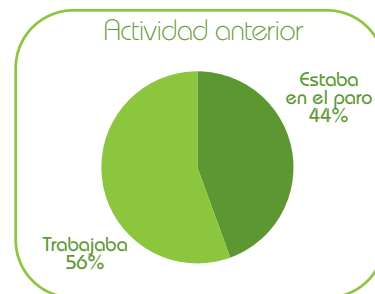
Del mismo modo, su participación en cursos de creación de empresa es escasa: el 81% de las entrevistadas nunca ha asistido a una formación de este tipo, mientras que en la muestra global, sólo era el 63%.

¿Ha recibido algún curso de creación de empresa?



Comparando su situación anterior a la creación de empresa con la de la muestra, constatamos que la tasa de paro era más alta entre las rurales: el 44% estaba en paro antes de conseguir el microcrédito y de montar la empresa. Sólo un 34% lo estaba en la muestra global.

Actividad anterior



En cambio, otros elementos no varían de la muestra: el estado civil, por ejemplo. Aproximadamente el 50% de las entrevistadas están casadas, aunque son menos las solteras (32% en la muestra global).

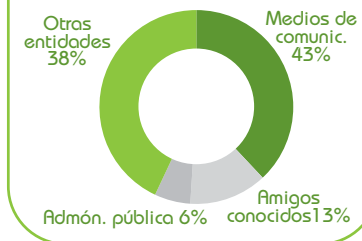
Estado civil de las microempresarias

Soltera	25%
Casada / Unión de hecho	50%
Divorciada / Separada	19%
Viuda	6%

El microcrédito

Las entrevistadas han conocido los microcréditos a través de dos canales principales: los medios de comunicación (43% de ellas), y distintas entidades (otro 44%, el 41% en la muestra global). Estas entidades pueden ser autoridades locales, bancos, asociaciones o sindicatos.

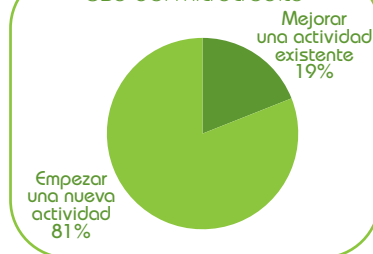
Conocimiento del programa de microcréditos



Las mujeres rurales han utilizado el microcrédito obtenido: bien para la creación de una empresa nueva (81%) o para la mejora de una actividad existente (19%).

Estos datos son similares a los obtenidos a partir de la muestra global.

Uso del microcrédito



La cuantía media del microcrédito obtenido es superior a la media: 14.646 euros, contra 14.330 euros para la muestra total, debida en gran medida a la mayor inversión necesaria para poner en marcha el tipo de negocios que encontramos en zonas rurales (turismo rural, explotaciones agrícolas, etc.). El 57% de los microcréditos concedidos a mujeres rurales tenía una cuantía de 15.000 euros o más (en la muestra global, el 52%).

Importe del microcrédito

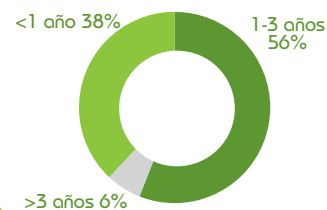
5.000 - 9.999€	12%
10.000 - 14.999€	19%
15.000€	44%
> 15.000€	13%
ND	12%

En cambio, el plazo es similar, 5 años para el 50% de las entrevistadas.

El negocio

La antigüedad de los negocios de las mujeres rurales entrevistadas es menor que en la muestra general: sólo el 6% lleva más de 3 años abierto mientras que para el conjunto de las empresarias era el 14%.

Antigüedad del negocio



La fecha de apertura del negocio está vinculada con la fecha de obtención del microcrédito, en una medida muy similar



MUJERES RURALES, CREACIÓN DE EMPRESA Y MICROCRÉDITOS

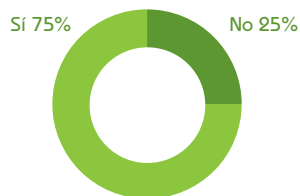
a la observada en la muestra general. En efecto, el 69% de las rurales abre su negocio en un intervalo de 1 año alrededor del cobro del importe del microcrédito (entre 6 meses antes y 6 meses después), contra el 81% en la muestra global.

Comparación fecha de apertura y fecha del microcrédito

Antes	31%
> 2 años	8%
Entre 1 y 2 años	15%
<= 6 meses	8%
Mismo mes	23%
Después	46%
<= 6 meses	38%
Entre 1 y 2 años	8%

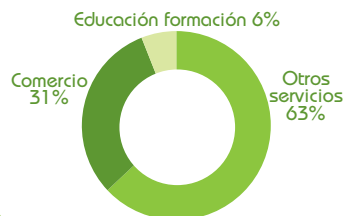
La proporción de negocios que no cumplen los requisitos legales (inscripción a la Seguridad Social, Hacienda, etc.) es el doble de la observada en la muestra global: el 25% en lugar del 11%. De las que sí lo han legalizado, el 67% lo ha hecho el mismo mes en el que abrió su negocio.

¿Has legalizado tu negocio?



La actividad de los negocios de mujeres rurales financiados a través de microcréditos está muy orientada hacia el sector servicios.

Sector de actividad de los negocios



El 63% de las empresas trabaja en este ámbito (sólo el 48% en la muestra global), predominando hotelería y turismo.

En la muestra global, el 52% de los negocios estaba ubicado en la Comunidad de Madrid. Como se podía suponer, este reparto ha cambiado al estudiar las mujeres en zonas rurales. Sólo el 19% de los negocios está ubicado en la Comunidad de Madrid. Las otras Comunidades Autónomas más representadas son Cataluña, Andalucía y Castilla y León.

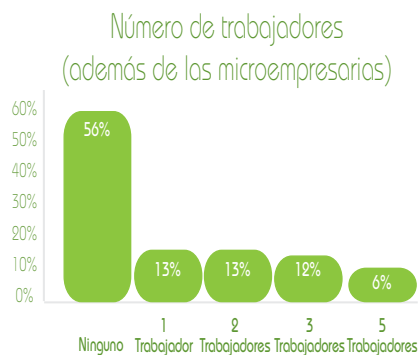
Ubicación de los negocios

Cataluña	31%
Madrid	19%
Andalucía	19%
Castilla y León	13%
Extremadura	6%
Galicia	6%
Navarra	6%

En cuanto a las condiciones laborales, el 56% de las empresarias rurales trabaja sola en el negocio (un 43% en la muestra

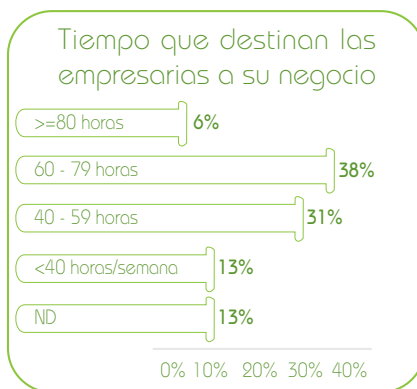
total). El resto ha podido contratar como asalariadas a entre 1 y 5 personas. En total, las 16 entrevistadas han creado 17 puestos de trabajo además de los suyos. Es decir que en total, con los microcréditos concedidos a estas mujeres rurales, se ha podido contribuir a la creación de 33 puestos de trabajo, alrededor de 2 puestos por microcrédito concedido.

El 38% de los trabajadores son socios de la empresa y el 62% restante, empleados.



Destaca la componente familiar de los negocios: el 59% de los trabajadores son familiares mientras que sólo eran el 24% en el total de la muestra.

La jornada laboral de las empresarias rurales sigue siendo muy superior a las 40 horas semanales de los trabajadores asalariados. Dedican a su negocio una media de 56,5 horas semanales: 9,3 horas diarias, 6 días a la semana. Esta cifra es inferior a la media, que es de 61,2 horas semanales.

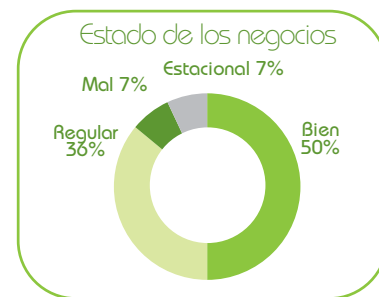


La situación de las empresas a fecha de la entrevista era la siguiente: un 44% estaba arrancando, otro 44% estaba ya en marcha, mientras que el 12% restante se preparaba a abrir el negocio en los siguientes días.

Desde que ha empezado con su actividad, el 70% de las entrevistadas ha conocido un período en el que no tenía bastante dinero para gestionar la empresa,

la mayoría justo al abrir su negocio y durante unos pocos meses.

A día de hoy, el 50% declara que la situación global de su empresa está bien y sólo un 7% describe su estado como malo.

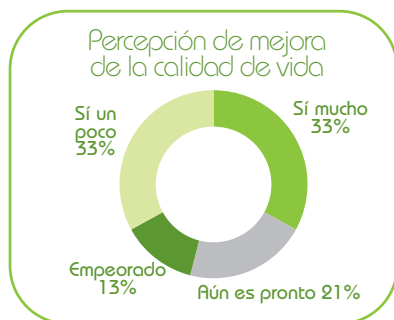




MUJERES RURALES, CREACIÓN DE EMPRESA Y MICROCRÉDITOS

Calidad de vida

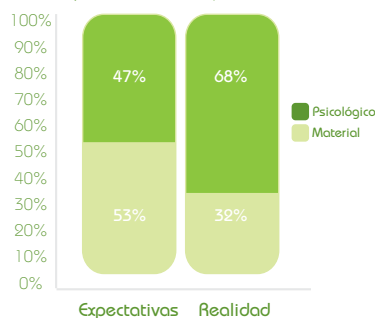
La percepción de una mejora en su calidad de vida por las entrevistadas es un aspecto muy importante, porque ayuda a determinar cuál ha sido el impacto del microcrédito y de la creación de empresa. En el caso de las empresarias rurales, los 2/3 de ellas piensan que su calidad de vida y la de su familia han mejorado desde la obtención del microcrédito.



Observamos resultados parecidos a los de la muestra global cuando miramos la diferencia entre las expectativas de las microempresarias rurales al solicitar el microcrédito y las mejoras reales que han ocurrido, separando elementos materiales y psicológicos.

Esperaban mejorar los aspectos materiales de su vida más que los psicológicos, pero en la realidad, el 68% de ellas considera que son los elementos psicológicos los que más han mejorado (63% en la muestra global).

Mejora de la Calidad de Vida: expectativas y realidad

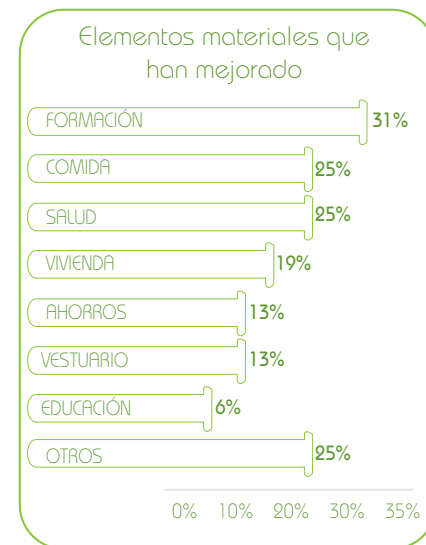


Comparando los datos de los dos últimos gráficos, podemos afirmar de nuevo que las entrevistadas valoran mucho la mejora psicológica, ya que perciben una mejora real y global de su calidad de vida, y eso incluso si no han cumplido sus expectativas en aspectos materiales.

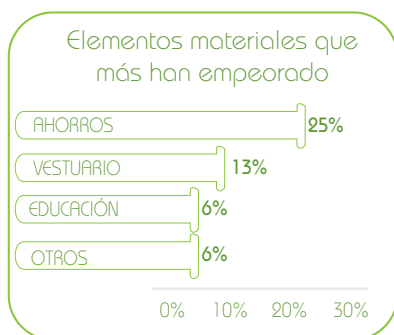
Los siguientes gráficos aportan más detalles sobre la evolución de los elementos materiales, permitiendo destacar

los que más han mejorado y empeorado. De forma general, las empresarias consideran que los elementos materiales de su vida no han empeorado: el 61% afirma que se han quedado igual, el 20% que han mejorado y sólo el 6% ha visto un empeoramiento de estos aspectos (el 13% restante no ha contestado a la pregunta).

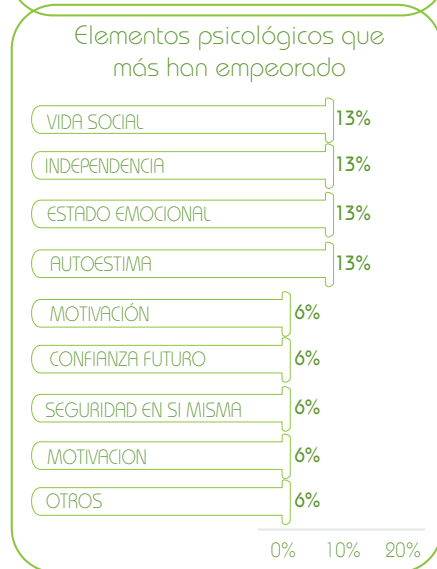
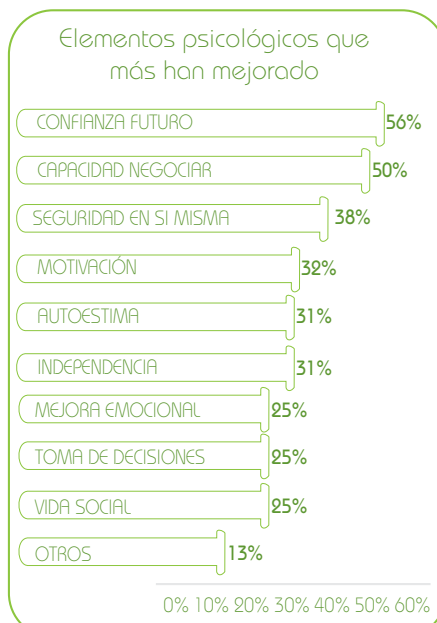
Los elementos que más han mejorado son la formación, la comida y la salud. Así, para el 31% de las entrevistadas, su nivel formativo ha mejorado desde que ha conseguido el microcrédito.



En cuanto a los que han empeorado, las empresarias rurales consideran que su nivel de ahorros es el aspecto que más ha sufrido: el 25% de ellas ha visto una disminución en este punto.



A nivel psicológico, observamos que, al igual que se ha visto en estudios similares llevados a cabo en otros países, el microcrédito da esperanza a sus beneficiarios. También ayuda a reforzar las competencias empresariales, contribuyendo a mejorar la capacidad de negociación y la autoestima de las empresarias.



Impacto en la familia

En general, entre 2 y 3 personas viven en el hogar, pero no todas aportan dinero. Sólo recibe un salario fijo 1 persona, por lo que la estabilidad financiera de la familia es bastante frágil.

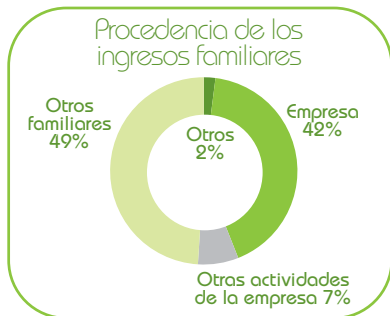
Sólo el 30% de las empresarias recibe un salario por su trabajo. Otro 39% espera recibir uno antes de poco tiempo. Esta situación ilustra la complejidad de gestionar una empresa y las dificultades financieras que se observan al inicio y durante los primeros meses / años.



Sólo una parte de los ingresos de la familia provienen de la empresa. De promedio, la empresaria contribuye al 49% a los ingresos del hogar (contando otras actividades suyas). El resto, lo aportan otros familiares o alquileres.



MUJERES RURALES, CREACIÓN DE EMPRESA Y MICROCRÉDITOS

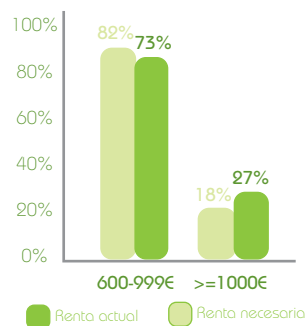


Comparando la renta familiar real, según datos de las microempresarias, con la renta mínima que ellas consideran necesaria para sostener su hogar en condiciones aceptables, vemos que el 73% de las que han contestado ha conseguido alcanzar la renta necesaria: el 27% manifiesta que lo alcanza justo y el 45% gana más de lo necesario.



Según los datos recogidos, el 18% de los hogares de las empresarias rurales dispone de más de 1.000€ por mes y por persona. El 73% de las expectativas mínimas de renta per cápita se concentran entre los 600€ y los 1.000€.

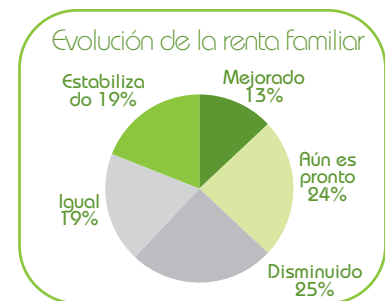
Comparativa de renta per cápita actual y mínima necesaria



De promedio, la renta real del hogar es de 2.005€ al mes y la renta mínima estimada necesaria de 2.068€ al mes. Todas las entrevistadas rurales que todavía no alcanzan el nivel de renta necesaria estiman que, con un ingreso mensual añadido de entre 600€ y 999€, podrían cubrir sus necesidades.

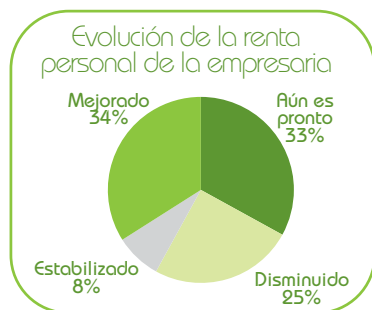
Analicemos ahora la evolución de la renta familiar y de la renta personal de las empresarias, desde que han creado su empresa.

Lo primero que observamos es que para muchas empresarias, la puesta en marcha de su negocio es demasiado reciente para atreverse a sacar conclusiones sobre la evolución global y continua de su renta. En el caso de la renta familiar, el 24% de las entrevistadas rurales afirman que aún es pronto para que puedan evaluar este aspecto de su vida, y para la renta personal, es el 33%.

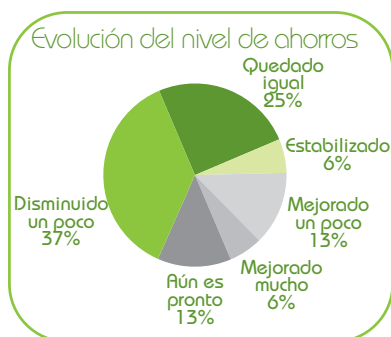


La mejora de la renta se observa a nivel personal más que familiar: la renta familiar tiende a seguir igual, pero la situación personal de las empresarias está un poco mejor. El 34% de las empresarias rurales dice que su renta personal ha mejorado

desde que ha creado su negocio, mientras que sólo llega al 13% en el caso de la renta familiar.



El nivel de ahorros de las empresarias rurales también ha evolucionado desde que han conseguido el microcrédito. Para muchas de ellas, ha bajado, porque se han utilizado los ahorros familiares como inversión para arrancar la actividad. Sin embargo, el 25% de las entrevistadas ha observado una mejora en su nivel de ahorros.



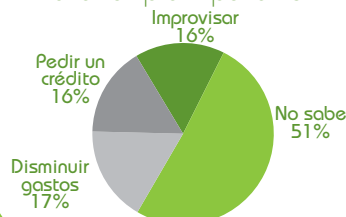
Las empresarias rurales destinan sus ahorros en primer lugar a reinvertirlos en su negocio (39% de las respuestas) y también para imprevistos que puedan presentarse (24%).

Uso de los ahorros

Reinversión en empresa	39%
Imprevistos	24%
Comida	9%
Rembolsar deuda	7%
Formación / educación	7%
Vestuario	5%
Salud	3%
Vivienda	3%
Remesas país de origen	1%
Otros	2%

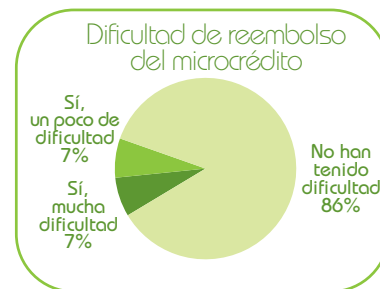
La mayoría (75%) afirma no tener ahorros suficientes para hacer frente a imprevistos o para una compra o inversión importante. En caso de que sea necesario, piensan en distintos tipos de actuaciones:

Actuación en caso de no tener dinero para un imprevisto o una compra importante



El 16% se endeudaría más para conseguir cubrir gastos, pero la mitad (51%) no tiene nada pensado.

El endeudamiento es un riesgo para cualquier empresaria que solicita un microcrédito. Pero en el caso de las rurales, observamos una menor dificultad a la hora de devolver el microcrédito. Sólo el 14% de las entrevistadas han tenido dificultades hasta ahora, contra el 26% para la muestra global. También es cierto que son más las rurales entrevistadas que siguen en período de carencia y por lo tanto devuelven cuotas de importe reducido. Representan el 33% de la muestra, el 16% en la muestra global.

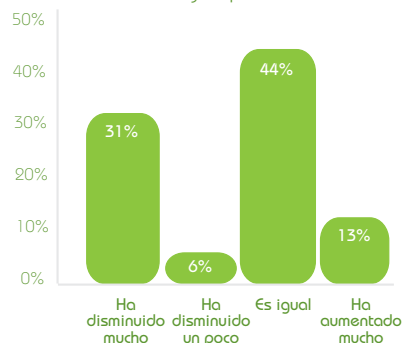


La evolución de la capacidad de compaginar vida familiar y laboral de las rurales es muy parecida a la de la muestra total: esta capacidad ha disminuido para el 37% (41% en la muestra global), y ha aumentado para el 13% (12% en la muestra global).



MUJERES RURALES, CREACIÓN DE EMPRESA Y MICROCRÉDITOS

Capacidad de compaginar
 trabajo y familia

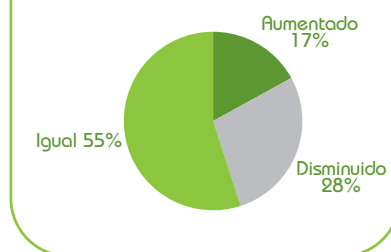


Impacto en la vida social y laboral

Se aprecia una pequeña mejora en la capacidad de hacer compras sin pedir permiso o dinero, si comparamos los resultados de las rurales con los de la muestra general.

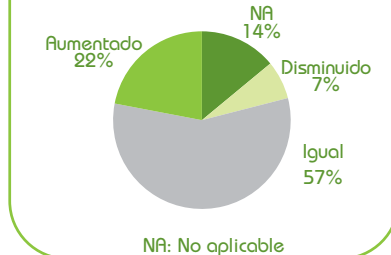
De forma global, se puede decir que no observan un cambio significativo a este nivel. En efecto, sólo el 17% considera que tiene más facilidad que antes (contra el 26% para el conjunto) y son más las que consideran que tienen mayor dificultad (28% contra 14%).

Evolución de la capacidad de hacer
 compras sin pedir permiso o dinero



La participación en las decisiones de inversión que se toman en la familia tampoco ha variado, para más de la mitad de las entrevistadas (57%). Para el 22%, ha aumentado.

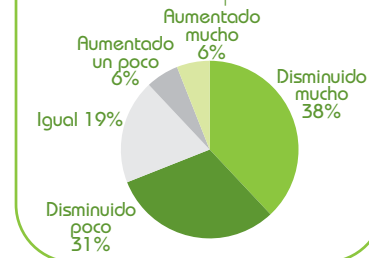
Evolución de la participación en las
 decisiones de inversión familiares



Se observa un claro descenso del tiempo libre para las necesidades personales de las empresarias, como consecuencia de la dedicación a la empresa. El 69% afirma

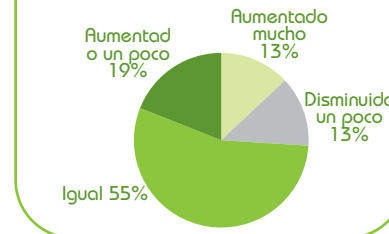
que tiene menos tiempo que antes, y esta situación sólo ha mejorado para el 12%.

Evolución del tiempo destinado
 a necesidades personales



El tiempo destinado a la participación en la comunidad varía un poco. El 55% de las empresarias rurales mantiene igual dedicación a estas actividades (45% en la muestra global). El 32% ha aumentado su grado de participación, una mejora clara en comparación con los resultados de la muestra global, donde sólo el 12% de las entrevistadas dice haber notado una mejora.

Evolución de la participación en la
 vida social de la comunidad



Analizando la capacidad de acceso a la financiación convencional de las microempresarias, observamos una diferencia importante con la muestra total. En efecto, el 63% de las rurales sigue teniendo el mismo acceso a la financiación clásica, y sólo ha mejorado para el 25%.

Este hecho se puede explicar por dos motivos principales: para algunas porque siguen excluidas por su ubicación en zonas rurales, y para otras porque ya tenían un acceso relativamente bueno a estos servicios antes de crear su negocio.

En cambio, su conocimiento del sistema financiero ha mejorado mucho. Ninguna piensa que ha empeorado, y el 38% dice haber notado una mejora.

Ha aumentado	25%
Es igual	63%
Ha disminuido	6%
NA	6%
	100%

Ha aumentado	38%
Es igual	25%
Ha disminuido	0%
NA	37%
	100%

La capacidad de negociación de las mujeres rurales también ha mejorado de forma importante, ya sea con proveedores (para el 75%), bancos (56%) o clientes (38%).

Ha aumentado	56%
Es igual	38%
Ha disminuido	0%
NA	6%
	100%

Ha aumentado	75%
Es igual	19%
Ha disminuido	6%
NA	0%
	100%

Ha aumentado	38%
Es igual	19%
Ha disminuido	0%
NA	43%
	100%

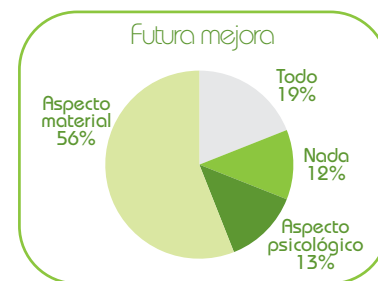
Conclusiones de las empresarias rurales y opinión sobre el microcrédito

Los resultados sobre la confianza en el futuro son aún mejores que en la muestra

global: el 94% de las rurales confía más en el futuro que antes, mientras que sólo era el 79% en la muestra global.



Vemos que, como en la muestra global, el principal elemento de su vida que las rurales quieren cambiar en el futuro es el aspecto material (56% de las respuestas), ya que los elementos psicológicos son los que más han mejorado hasta ahora. Un 12% dice no querer mejorar nada, están satisfechas con su situación actual.





MUJERES RURALES, CREACIÓN DE EMPRESA Y MICROCRÉDITOS

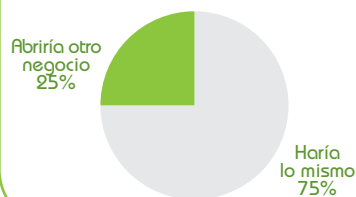
Aquí se presenta un desglose de los elementos materiales que se quieren mejorar, por orden de importancia:

Elementos materiales por mejorar

Estabilidad financiera	38%
Vivienda	31%
Negocio	15%
Formación	8%
Salud	8%

En el caso de poder volver atrás, los resultados son muy positivos: el 100% de las entrevistadas volvería a optar por el autoempleo. El 75% incluso montaría el mismo negocio, mientras que el resto preferiría empezar con una actividad distinta.

¿Cambiarías algo en tu decisión?

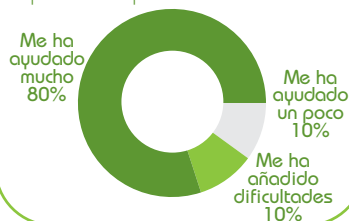


La opinión que las empresarias rurales beneficiadas de un microcrédito tienen sobre estos programas también es muy

importante, a fin de conocer los puntos fuertes y las posibles mejoras que se pueden llevar a cabo.

De forma general, se puede decir que las entrevistadas tienen una opinión favorable del microcrédito, ya que el 90% de ellas considera que esta herramienta les ha ayudado.

Opinión respecto al microcrédito



Hemos preguntado a las entrevistadas que valoren una serie de afirmaciones entre 1 (totalmente de acuerdo) y 5 (en absoluto). Los resultados muestran buenos resultados sobre microcréditos:

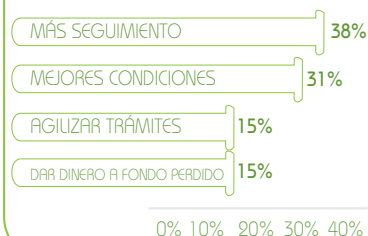
- La alta competencia y calificación de los asesores, así como la facilidad de contactar con la organización que facilitó el microcrédito son los dos elementos más valorados (1),

- Seguimiento de la adecuación de los servicios ofrecidos con las necesidades de la empresaria, de las buenas condiciones de los préstamos, del entendimiento por parte de los asesores de las necesidades, así como de la cercanía del lugar de trabajo o residencia de la empresaria con la organización (2).

- Otros puntos no tan bien valorados (3), son el nivel de publicidad sobre microcréditos (no hay suficiente publicidad) y la facilidad para obtener un microcrédito (por la complejidad de los trámites).

Las mejoras de los programas de microcréditos que sugieren son las siguientes:

Posibles mejoras de los programas de microcréditos



0% 10% 20% 30% 40%

Conclusión sobre el impacto de los microcréditos en la vida de las mujeres rurales

Las empresarias rurales que hemos entrevistado presentan una diferencia respecto a las otras entrevistadas: son españolas, tienen un nivel de formación más bajo y profesionalizado que la media, y pocas han participado en cursos de creación de empresa.

Las características de sus negocios también son un poco distintas:

- Se orientan más a servicios, sobretodo hostelería y turismo.
- Son más recientes y requieren una inversión mayor que la media, por lo que el importe de los microcréditos concedidos es más elevado.
- Encontramos una mayor proporción de negocios que no están legalmente constituidos.
- El número de puestos de trabajo creados es similar a la media, pero la componente familiar de los

negocios es mayor, ya que casi los 60% de los trabajadores son miembros de la familia.

- Las empresarias rurales trabajan menos horas semanales que la media.

En cuanto al impacto del microcrédito y de la creación de empresa en su vida:

- Las 2/3 de las empresarias rurales dicen que su vida ha mejorado desde que han recibido el microcrédito.
- Los elementos psicológicos, como la confianza en el futuro, la seguridad en sí misma, la autoestima, son los que más han mejorado,
- Los aspectos materiales no lo han hecho en la misma proporción. Por ejemplo, su nivel de ahorros ha bajado, debido a la inversión realizada, pero el 73% de las entrevistadas dice que su familia dispone de la renta mínima necesaria para sostenerse.
- Tienen dificultad para encontrar tiempo para sus necesidades

personales, porque dedican muchas horas al negocio, pero su participación en su comunidad ha aumentado. La empresa les permite relacionarse con los miembros de la comunidad y desarrollar su vida social.

- Sus capacidades empresariales han sido reforzadas gracias a su experiencia con el negocio. Conocen mejor el sistema financiero y su capacidad de negociación ha aumentado a todos los niveles (bancos, proveedores, clientes).

El 94% de las empresarias rurales confía más en el futuro que antes de recibir el microcrédito. Esta cifra es superior a la media de la muestra global.

También están conformes con su decisión de optar por el autoempleo: todas volverían a crear una empresa, el 75% montaría la misma.

El 90% de las empresarias rurales consideran que el microcrédito les ha ayudado, y las estadísticas muestran que tienen menos dificultad a la hora de devolver el préstamo.



MUJERES RURALES, CREACIÓN DE EMPRESA Y MICROCRÉDITOS

De forma general, las respuestas de las empresarias entrevistadas aquí muestran que han observado un impacto positivo en su vida desde que han conseguido el crédito, y lo valoran como una herramienta que puede ayudar a mujeres que quieran montar su propia empresa.

OTRAS ESTADÍSTICAS DEL BANCO MUNDIAL DE LA MUJER

Aparte de las conclusiones de los estudios realizados a nivel mundial y del impacto observado en la vida de las empresarias rurales que han obtenido un microcrédito en España, existe otro dato que nos demuestra que el microcrédito puede ser una opción válida para el colectivo de emprendedoras rurales.

En efecto, analizando las estadísticas de solicitudes de información que recibimos y de los microcréditos que han sido concedidos, nos damos cuenta de que las mujeres rurales que contactan con nosotras para pedir información consiguen obtener un microcrédito en mayor proporción que la media.

Este dato podría significar que sus proyectos son más viables que los de las urbanas.

El siguiente cuadro muestra las solicitudes de información sobre microcréditos que hemos recibido en el periodo enero 2006 – mayo 2007:

Datos de solicitudes de información enero 2006 - mayo 2007

	Rurales	Total	%rurales
2006	59	1.188	4,97%
2007	27	460	5,87%
	86	1.648	5,22%

Durante este período, hemos recibido 1.648 solicitudes de información sobre microcréditos, de las cuales 86 provenían de mujeres rurales, es decir que el 5,22% de las mujeres que pedían información eran rurales.

En el mismo período, se ha aprobado un total de 50 microcréditos, de los cuales 4 lo eran a mujeres rurales, lo que supone el 8% de los préstamos concedidos.

Si comparamos los datos anteriormente presentados, es decir la proporción de solicitudes de información de mujeres rurales con la proporción de microcréditos que obtienen, llegamos a los siguientes resultados:

Comparación solicitudes de información y MC concedidos

	Rurales	Total	%rurales
Nº Microcréditos concedidos	4	50	8,00%
Nº Solicitudes información	86	1.648	5,22%
	4,65%	3,03%	

Estos datos muestran que el 3,03% del total de las emprendedoras que solicitan información sobre los microcréditos consigue la aprobación del mismo. En el caso de las rurales, lo consigue el 4,65% de las que solicitan información.

Esto significa que las emprendedoras rurales obtienen microcréditos en mayor proporción que el total.

De todos modos, y a pesar de este resultado, la proporción de mujeres rurales que reciben un microcrédito en comparación con las que solicitan información sigue siendo muy reducida (un 4,65%).

Además, las rurales representan sólo el 5,22% de las mujeres que solicitan información, cuando según estadísticas

del Padrón Municipal 2006, el 21,27% de las mujeres españolas vive en zonas rurales.

Todavía queda mucho margen para alcanzar esta cifra, y si bien es cierto que no todas las mujeres rurales quieren montar un negocio, se ha demostrado en estudios anteriores que son propensas a optar por el autoempleo dado que les es más complicado encontrar un trabajo por cuenta ajena en las áreas rurales.

El microcrédito ha demostrado ser una herramienta útil en otros países para contribuir al desarrollo local, ya sea en países en vía de desarrollo o en otros países europeos.

En España, las empresarias rurales que han recibido un microcrédito también afirman haber observado un impacto positivo del microcrédito y de la creación de empresa en su vida y valoran muy bien esta tipo de crédito.

Aún así, las estadísticas muestran que sigue habiendo una cobertura insuficiente de las necesidades existentes de este colectivo. Varias preguntas aparecen entonces: ¿Cómo entender la causa de estos resultados? ¿Cómo mejorar el acceso de las mujeres rurales a los microcréditos? ¿Qué adaptaciones aportar a los programas actuales para adecuarlos mejor a las características del mundo rural y de sus emprendedoras?

¿CÓMO FACILITAR EL ACCESO A MICROCRÉDITOS A LAS MUJERES RURALES?

Para entender mejor la cifras presentadas antes, hemos decidido ir más allá de los resultados del impacto del microcrédito en la vida de sus beneficiarias y entrar directamente en contacto con otros colectivos: por una parte, las emprendedoras rurales que nos han solicitado información sobre los microcréditos, y por otra parte, empresarias que no han utilizado microcréditos para financiar la creación de su empresa.

Para profundizar: otros colectivos en el contexto rural

Emprendedoras y microcréditos

Las emprendedoras a las que hemos entrevistado para este estudio se han puesto en contacto con el Banco Mundial de la Mujer entre enero de 2006 y mayo de 2007.

El objetivo de estas entrevistas ha sido saber porqué estas mujeres no se han



MUJERES RURALES, CREACIÓN DE EMPRESA Y MICROCRÉDITOS

vuelto a poner en contacto con la organización desde que han recibido la información solicitada, para entender si han sencillamente abandonado la idea, si el problema proviene más de la atención recibida o de las condiciones de los microcréditos.

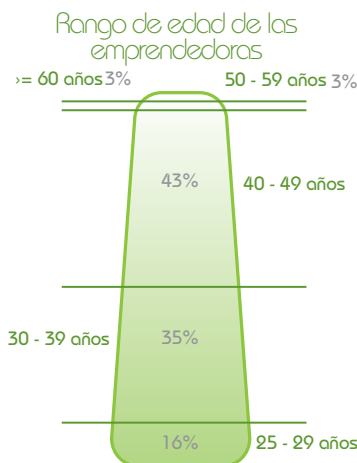
Se ha diseñado un cuestionario específico. Las entrevistas han tenido lugar durante los meses de mayo y junio de 2007 por distintos medios:

Tipo de entrevista realizada

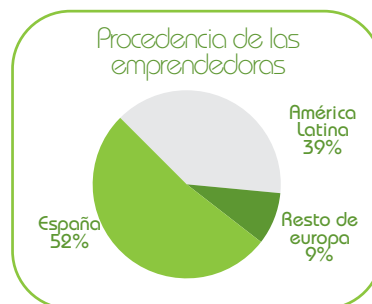
Por teléfono	22	67%
Por correo	4	12%
Por e-mail	7	21%
Total	33	100%

En total, se han realizado entrevistas con 33 mujeres rurales, el 27% de ellas vive en una población de menos de 2.000 habitantes y el 73% en una de entre 2.000 y 10.000 habitantes.

El perfil de estas emprendedoras es el de una mujer de 38,5 años (la misma edad que la de las beneficiarias de los microcréditos estudiadas antes).



La proporción de españolas es más baja que en la muestra de beneficiarias de microcréditos (52% contra 63%): casi la mitad de las emprendedoras que contactan con el Banco Mundial de la Mujer para solicitar información sobre los microcréditos son inmigrantes.



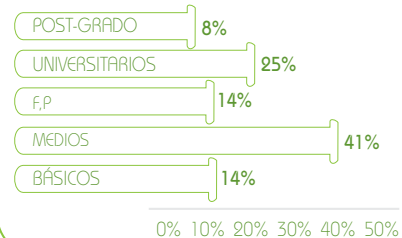
Las entrevistadas viven en la actualidad en diferentes Comunidades Autónomas, por toda España:

Emprendedoras por Comunidad Autónoma

Valencia	19%
Andalucía	15%
Castilla la Mancha	15%
Castilla y León	15%
Madrid	9%
Asturias	6%
Canarias	6%
Cantabria	3%
Cataluña	3%
Galicia	3%
Murcia	3%
País Vasco	3%

Su nivel de formación es bastante bajo: el 55% de las entrevistadas tiene estudios básicos o medios, aunque un 31% ha estudiado en la universidad.

Nivel de estudios de las emprendedoras



En cuanto a su situación familiar, casi los 3/4 de las emprendedoras vive con su marido y sus hijos.

Situación familiar

Vive con su familia (marido y/o hijos)	74%
Vive a cargo de familiares	13%
Vive con otras personas a cargo	9%
Vive sola	4%

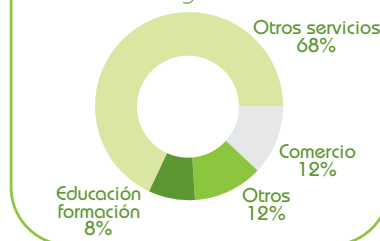
Según las respuestas obtenidas, su decisión de orientarse hacia el autoempleo ha sido motivada porque han detectado una buena oportunidad de negocio o porque querían dejar de trabajar por cuenta ajena, más que por la necesidad de salir de una situación de desempleo.

Opinión respecto al microcrédito



Cuando solicitaron información sobre los microcréditos, el 68% de las emprendedoras pensaba orientar la actividad de su negocio hacia el sector Servicios, con una mayoría orientada hacia Hostelería (32% del total de las entrevistadas).

Sector de actividad de los negocios



El importe de la inversión que consideraban necesario es superior al importe de los microcréditos que se suelen conceder: 29.636 euros. Pero las emprendedoras suelen aportar una parte de la inversión y reducir su presupuesto en función del dinero que pueden recibir, por lo que este dato sólo no permite concluir que su silencio viene de la inadecuación del importe de los microcréditos ofrecidos.

Según las respuestas obtenidas, desde

que contactaron con nosotras, la mayoría de las entrevistadas sigue trabajando en su proyecto, mientras que sólo un 15% ha conseguido montarlo y el 18% restante ha abandonado la idea.

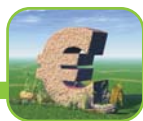
La emprendedora y su proyecto desde la solicitud de información



Empresarias y financiación de empresa

Para estudiar la situación de las empresarias que viven o trabajan en zonas rurales y montan su negocio sin utilizar microcréditos, hemos contactado con dos grupos de empresarias:

- Un grupo de 27 mujeres empresarias que participan en uno de nuestros proyectos en el Principado de Asturias. Tienen un negocio abierto en zonas rurales asturianas y participan en el proyecto Casa de Comercio Virtual, que pretende ayudarles a ampliar sus negocios y



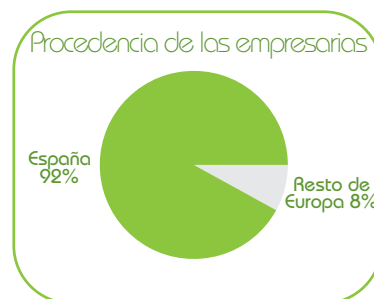
MUJERES RURALES, CREACIÓN DE EMPRESA Y MICROCRÉDITOS

a encontrar nuevos mercados, por medio de un portal virtual (www.casadecomercio.com), donde cada una posee una tienda virtual y puede vender sus productos y ofrecer sus servicios. Las entrevistas han sido realizadas por la coordinadora de este proyecto, a través de visitas directas en los negocios.

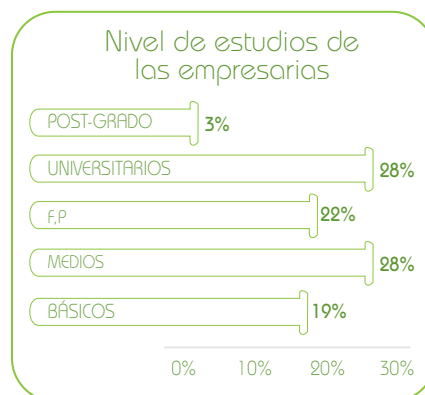
- Un grupo de 9 empresarias miembros de FADEMUR (Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales). Esta organización ha distribuido el cuestionario diseñado entre sus asociaciones afiliadas, y éstas a su vez han entrevistado a algunas de sus empresarias.

El objetivo principal de estas entrevistas ha sido determinar cómo estas mujeres han conseguido financiar la puesta en marcha de sus negocios, determinar si conocen los programas de microcréditos y si los han considerado como una opción válida para ellas en su búsqueda de financiación.

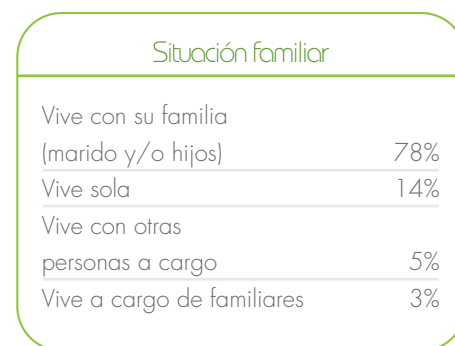
La casi totalidad de las entrevistadas son españolas, como lo muestra el siguiente gráfico.



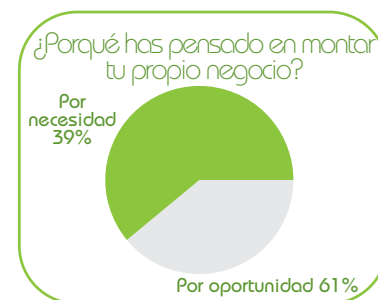
Observamos de nuevo que su nivel de estudios es más bien bajo: el 47% de las entrevistadas tiene estudios básicos o medios. En el caso de las empresarias, rurales y urbanas, que han obtenido un microcrédito, esta cifra era sólo del 32%:



Casi el 80% vive con su marido y sus hijos, pero cabe mencionar la proporción de mujeres que viven solas, siendo aproximadamente un 15%.



Su motivación por el autoempleo es bastante similar al caso de las emprendedoras, aunque se nota una menor proporción de decisiones por detección de oportunidades.



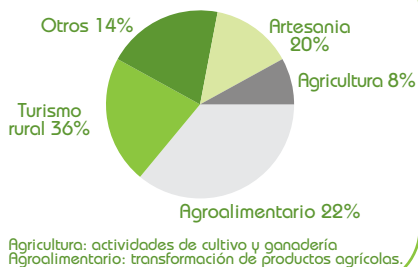
La participación de trabajadores familiares en la empresa es bastante importante: el 58% del total de las empresas son empresas familiares.

De promedio, 1,89 personas trabajan en la empresa, además de la empresaria, lo que sitúa a estos negocios por encima de la media de los negocios descritos en el estudio general (2 puestos de trabajo por microcrédito concedido).

La empresa está ubicada en general en la misma ciudad que donde vive la empresaria (78%), pero otras empresarias se orientan hacia poblaciones más pequeñas (19%) o más grandes (3%) para ubicar su negocio.

Esta alta proporción de mujeres que trabajan y viven en el mismo lugar se explica en gran parte por la actividad de los negocios estudiados aquí. En efecto, el 36% de las empresas creadas son de turismo rural.

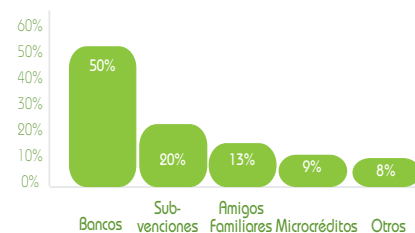
Sector de actividad de los negocios



En cuanto a la inversión realizada, el importe es muy superior a la media de las microempresarias, lo que otra vez está vinculado a la actividad de los negocios: las empresarias invierten en inmuebles y terrenos. De promedio, esta inversión es de 168.774 euros.

Las empresarias rurales han encontrado la financiación por distintos medios: sobre todo a través de los bancos (50% de la inversión), pero también por subvenciones (20%). Viendo estas cifras, tenemos que recordar que la mayoría de las empresarias entrevistadas provienen de Asturias, donde tienen a su disposición numerosas subvenciones financiadas con fondos europeos.

Fuentes de financiación para crear la empresa



Dado el alto nivel de inversión necesaria, el importe de los préstamos solicitado a los bancos es muy elevado: el 47% supera 30.000 euros, mientras que sólo el 28% corresponde al importe medio de un microcrédito (hasta 15.000 euros). Los plazos de devolución van acorde con estos importes elevados: el 79% es superior a 5 años.

El préstamo ha servido para financiar tanto el activo fijo (61%) como el circulante (39%).



La inversión en el ámbito rural es muy superior a la media de las microempresarias



MUJERES RURALES, CREACIÓN DE EMPRESA Y MICROCRÉDITOS

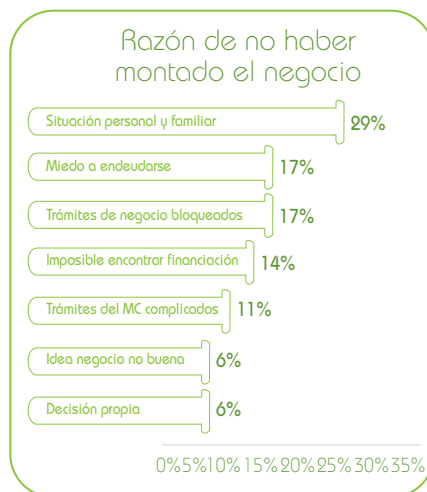
Problemas detectados

Gracias a la realización de estas entrevistas y a una reunión con Teresa López, Presidenta de FADEMUR (Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales), hemos podido destacar unos problemas que explican las dificultades específicas de las mujeres rurales para la financiación de sus proyectos empresariales y su escasa participación en programas de microcréditos.

El contexto rural y sus consecuencias sobre la creación de empresa y la financiación

El medio rural, por sus características, limita a menudo la posibilidad para las mujeres que viven allí de crear su negocio.

Hemos podido observar en las respuestas de las emprendedoras, que consideran que su situación personal y familiar es la primera razón que explica el estancamiento de su proyecto (29% de las respuestas).



La enfermedad de un familiar se convierte muchas veces en un obstáculo no superable, ya que no existe la infraestructura necesaria para hacerse cargo de las personas que necesitan cuidados. Los niños son otra dificultad para las emprendedoras, quienes no pueden desplazarse como lo requieren los diversos trámites a realizar. También les es difícil asumir el riesgo de invertir en una actividad sin saber si será rentable, porque piensan en primer lugar en el futuro de sus hijos.

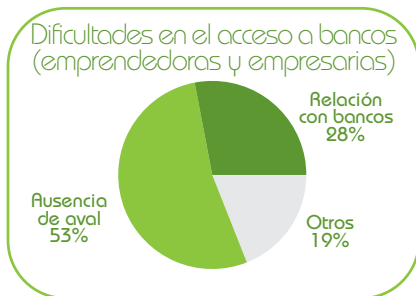
Considerando ahora la financiación, las emprendedoras rurales se orientan en primer lugar hacia la financiación pública, antes de pensar en la privada. FADEMUR ha observado este hecho desde hace mucho tiempo y tiene dificultad en hacer entender a las emprendedoras rurales que su negocio no puede basarse exclusivamente en ayudas y subvenciones, las cuales, por otra parte, tardan mucho en llegar. De hecho, han calculado que sólo se suele obtener aproximadamente el 30% de la inversión a través de la financiación pública, y eso contando los diferentes programas disponibles (Leader, Proder, Consejería de Trabajo, bonificaciones de la Seguridad Social).

Este dato es superior a los resultados que hemos encontrado entrevistando a las empresarias asturianas del proyecto Casa de Comercio Virtual y a las de FADEMUR: han conseguido el 20% de su financiación a través de subvenciones.

Su orientación inicial hacia financiación pública más que privada se explica en parte por el miedo que sienten muchas emprendedoras hacia los créditos: temen

endeudarse, y por ello no suelen asumir el riesgo de pedir un préstamo. Mirando el gráfico anterior, vemos que el miedo a endeudarse es la segunda razón citada para explicar por qué no se ha montado el negocio todavía (el 17% de las emprendedoras entrevistadas).

La relación con los bancos es otro elemento básico para las mujeres rurales, en unas zonas donde las relaciones de confianza y de proximidad son muy importantes. De hecho, la segunda dificultad a la que se enfrentan emprendedoras y empresarias (se han consolidado las respuestas de las dos muestras) es la relación con estas entidades, como lo muestra el gráfico.



En general, las personas que viven en zonas rurales se dirigen a organizaciones o personas que conocen cuando tienen

un problema o una necesidad. Por eso, van naturalmente hacia las Cajas de Ahorros o los Bancos donde tienen su dinero ingresado cuando necesitan un crédito, porque han establecido una relación de confianza con los trabajadores de dichas entidades. El problema es que este comportamiento complica la obtención de financiación para crear una empresa, cuando esta relación de confianza no existe.

Es todavía más cierto para los microcréditos: si las personas de referencia a las que se dirigen las emprendedoras no tienen conocimiento de estos programas, es muy probable que las empresarias no lleguen a conocerlos tampoco.

¿El microcrédito: una herramienta adecuada para todas las emprendedoras rurales?

En este aspecto, tenemos que hacer una distinción entre la inadecuación real y la percepción de inadecuación de los microcréditos a las necesidades de las emprendedoras en zonas rurales.

En efecto, este estudio nos ha mostrado que el microcrédito, a pesar del impacto

que hemos podido observar en la primera parte de este documento, no está adaptado a todos los negocios puestos en marcha en zonas rurales, o por lo menos no en la misma medida.

Hemos podido identificar dos tipos principales de negocios, según sus actividades y la inversión necesaria para su creación:

- Primero, las empresas de turismo rural, que se han multiplicado durante los últimos años. La inversión en inmuebles que requiere este tipo de negocio supone una necesidad de financiación muy elevada, por lo que los microcréditos no son una buena alternativa en este caso. El ejemplo de las empresarias que participan en la Casa de Comercio y las de FADEMUR ilustra este punto: el 36% de ellas (13 empresarias) ha abierto una empresa de turismo rural, con una inversión media de 302.455 euros. Mientras que analizando el conjunto de estas 27 mujeres rurales la media de inversión se cifra en 168.774 euros.



MUJERES RURALES, CREACIÓN DE EMPRESA Y MICROCRÉDITOS

- El otro grupo se compone de empresas, mayoritariamente de servicios, pequeños comercios o artesanía, que requieren una inversión mucho menor y tienen características similares a los de las beneficiarias de microcréditos en zonas urbanas. Por ejemplo, la inversión que pensaban realizar las emprendedoras rurales que han solicitado información sobre los microcréditos era de 29.636 euros. Este importe se acerca más a la oferta existente de microcréditos.

Vistas estas cifras, podemos concluir que los clientes potenciales de los programas de microcréditos tal y como existen ahora son las mujeres rurales del segundo grupo, que necesitan una inversión reducida. Los mensajes sobre programas de microcréditos en zonas rurales deberían dirigirse a este colectivo.

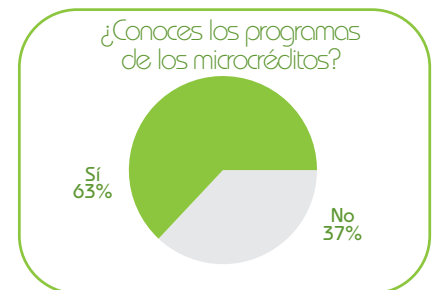
Las empresarias de turismo rural, no rechazan la idea de usar un microcrédito, pero no para crear su empresa, sino para ampliarla en un futuro. El problema es que a día de hoy, los microcréditos van dedicados exclusivamente a la creación de empresa, o para empresas cuyo periodo de existencia es inferior a un

año. Además, van dirigidos a personas excluidas de los servicios financieros convencionales, lo que no suele ser el caso de empresarias que han conseguido financiar una inversión tan grande para poner en marcha su empresa.

También hemos notado de forma muy fuerte la percepción por parte de las emprendedoras y empresarias rurales que los programas de microcréditos no se adecuan a sus necesidades, incluso cuando su perfil, las características de su negocio y de su inversión corresponden a los de las beneficiarias habituales de estos programas.

Esta percepción es la consecuencia de un verdadero desconocimiento de lo que son los microcréditos, de cómo funcionan, y de quienes pueden solicitarlos. El grupo de empresarias asturianas entrevistadas participa, como lo hemos dicho antes, en un programa del Banco Mundial de la Mujer, una organización que trabaja en el ámbito de los microcréditos en España. Pero incluso este colectivo, que debería estar sensibilizado a este tema, no ha entendido bien de que se trata, porque el 37% dice

no conocer y entender bien este tipo de programas.



Si añadimos los datos de las empresarias de FADEMUR, observamos una misma tendencia: el 36% de las empresarias rurales no conoce este tipo de programas.

De las que sí los conocen, el 43% no ha considerado los microcréditos como una opción para financiar su empresa, por distintas razones: porque ya habían encontrado la financiación necesaria (el 45% de ellas), porque no se adaptaban a sus necesidades (22%), pero también por razones que demuestran un mal conocimiento del funcionamiento de los microcréditos (el 33%).

Estas razones van vinculadas con las condiciones de obtención de un microcrédito: las empresarias creen que

no pueden solicitar uno por no cumplir el perfil requerido.

Las emprendedoras que han solicitado información sobre microcréditos y que hemos entrevistado también muestran un gran desconocimiento de los microcréditos. A la pregunta sobre la razón que les ha llevado a parar o dejar su proyecto de montar un negocio, el 75% de ellas ha demostrado en su respuesta que no entiende bien cómo funcionan, evocando por ejemplo su falta de aval, su nacionalidad y su situación familiar como obstáculos para obtener un microcrédito. Citan también la complejidad de los trámites, y la duración excesiva de estos, porque no llegan a entender bien el proceso de obtención de este tipo de préstamo.

FADEMUR ha podido comprobar este desconocimiento: "Los microcréditos son los grandes desconocidos". Las empresarias no los conocen bien y los confunden.

Suelen buscar información sobre creación de empresa y financiación en una variedad de sitios: Internet, administración local, bancos, etc. El cuadro siguiente

presenta los resultados consolidados de las fuentes de información usadas por las empresarias y las emprendedoras entrevistadas.

Fuentes de información sobre creación de empresas y financiación

Medios de comunicación (Internet)	30%
Admón local pública	15%
Centros de desarrollo empresas	15%
Programas europeos	13%
Bancos	7%
Cámaras de Comercio	6%
Amigos / conocidos	5%
Sindicatos	4%
Otros	5%

Muchas lamentan que no exista una ventanilla única donde encontrar toda la información. Es difícil que les llegue la información porque se dirigen en primer lugar a entidades que actúan en su localidad. Las organizaciones con sede en Madrid no se dan mucho a conocer en estas zonas, y les es difícil establecer las relaciones de confianza necesarias con las emprendedoras, por esta distancia geográfica.

Parece que las entidades locales tampoco tienen mucho conocimiento de los programas de microcréditos, ya que no los dan a conocer a las emprendedoras de la zona. La información no llega o no se transmite, incluso cuando podría ofrecer oportunidades interesantes a las mujeres rurales.

Las emprendedoras y empresarias entrevistadas quisieran encontrar este tipo de información sobre creación de empresa, financiación y microcréditos en los siguientes organismos:

¿Dónde les gustaría encontrar esta información?

Ayuntamientos	39%
Internet	25%
Agencias de desarrollo local	14%
Ventanilla única	11%
Bancos	6%
Otros	5%

Se nota la importancia de la presencia de las fuentes de información a nivel local.



MUJERES RURALES, CREACIÓN DE EMPRESA Y MICROCRÉDITOS

Las entrevistas realizadas con emprendedoras y empresarias en zonas rurales, así como con la Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales (FADEMUR) han permitido la identificación de dificultades a las que se enfrentan las mujeres rurales en su acceso a financiación y de los grupos de beneficiarias potenciales de los programas de microcréditos.

La falta de infraestructura, el miedo a endeudarse, la desconfianza de los bancos y otras organizaciones que no sean locales, la distancia con las estructuras de información y apoyo a emprendedores son algunos de los problemas de las mujeres rurales. La falta de información resulta ser una dificultad importante y el principal obstáculo para facilitar un acceso adecuado a una financiación sin aval y con mejores condiciones para ayuda a las emprendedoras de zonas rurales en la creación de su empresa.



La falta de información resulta ser una dificultad importante y el principal obstáculo para facilitar un acceso adecuado a una financiación sin aval y con mejores condiciones

CONCLUSIONES SOBRE LOS MICROCRÉDITOS PARA MUJERES RURALES

En el mundo entero, se están desarrollando investigaciones sobre las microfinanzas en el medio rural, para reconocer la validez y la importancia de esta herramienta de financiación alternativa en unas zonas cuyas características no facilitan su utilización.

Las emprendedoras españolas que se han beneficiado de los microcréditos están muy satisfechas con su experiencia: consideran que esta herramienta les ha ayudado. Su calidad de vida ha mejorado, sobretudo en los aspectos psicológicos, y eso a pesar del estrés y del menor tiempo que pueden dedicar a sus necesidades personales. Confían más en el futuro que antes de participar en el programa de microcréditos, y tienen la expectativa de seguir mejorando la situación de su negocio y las condiciones materiales de su familia.

Este impacto positivo demuestra que esta herramienta se puede usar para favorecer el empleo de las mujeres rurales y el

desarrollo rural contribuyendo a parar el éxodo de estas mujeres.

A pesar de eso, el microcrédito no es la solución perfecta para todos los colectivos, pero se puede realizar una segmentación y enfocar la oferta hacia las empresarias que quieren montar pequeños comercios, empresas de servicios o de artesanía que requieren poca inversión.

De todos modos, sigue siendo necesario superar las barreras reales e imaginarias que existen alrededor de los microcréditos, teniendo en cuenta las dificultades de entendimiento del funcionamiento de estos productos por parte de las emprendedoras y empresarias rurales, su miedo a endeudarse y su falta de confianza hacia organismos desconocidos o alejados de su lugar de vida y trabajo.

Sólo así será posible ayudar de forma adecuada a las mujeres rurales y darles un acceso adecuado a los programas de financiación alternativa.

Recomendaciones

Las dificultades a las que se enfrentan las mujeres rurales en el proceso de creación de su empresa son numerosas.

Algunas resultan difíciles de solucionar, como la falta de infraestructuras, que impide a las mujeres rurales poder desarrollar sus iniciativas empresariales como lo podrían hacer en zonas que cuentan con más servicios.

No obstante, es posible actuar a otros niveles para contribuir al desarrollo rural, por ejemplo fomentando los microcréditos, para que puedan acceder a este tipo de programas mujeres interesadas y que cumplan el perfil necesario.

Para ello, hace falta seguir una estrategia con varias vertientes y basada en tres premisas:

1. La adaptación de la oferta de productos a las necesidades de las mujeres rurales.
2. La realización de un amplio trabajo de información sobre estos productos.
3. La actuación a nivel local.



CONCLUSIONES SOBRE LOS MICROCRÉDITOS PARA MUJERES RURALES

1. La adaptación de la oferta de productos a las necesidades de las mujeres rurales

Es la base para cualquier actuación. Es muy importante tener en cuenta las especificidades de las emprendedoras rurales y de sus negocios, con el fin de ayudarlas mejor.

Así, una mayor flexibilidad en la gestión de los créditos es necesaria, para tener en cuenta la estacionalidad de las actividades de ciertos negocios (agrícolas, por ejemplo). También hemos visto que muchas empresarias quisieran obtener un microcrédito, no para inversión inicial en su empresa, la cual han podido llevar a cabo mediante una herencia o con ahorros personales, sino para desarrollar su empresa, hacer obras o ampliar el negocio.

Por ahora, no existe tal producto de microcrédito.

La adaptación también tiene que venir de los mismos asesores que las ayudan con la preparación de su proyecto. Las actividades que ponen en marcha son muchas veces específicas y propias al

medio rural en el que se desarrollan. Por lo tanto, es importante que el asesor sea consciente de estas diferencias y sea capaz de identificar y entender las necesidades particulares que puedan surgir. En otros países, se ha llegado a la misma conclusión, y se ha empezado a trabajar con colaboradores especializados, quienes tienen competencias profesionales relacionadas con las actividades rurales.

2. La realización de un amplio trabajo de información sobre estos productos

Se tiene que poner en marcha un verdadero trabajo de información sobre los microcréditos, para alcanzar a las mujeres rurales que se podrían beneficiar de ellos y todavía ignoran su existencia o tienen una idea equivocada de su objetivo y funcionamiento.

El objetivo de esta acción formativa es desarrollar el conocimiento de las mujeres rurales sobre lo que son los microcréditos, como las pueden ayudar y mostrarles que esta herramienta es adecuada para ellas y que otras empresarias la han usado anteriormente con éxito.

Para ello, y como hemos constatado que no entienden muy bien el material promocional actual, es necesario transformar el discurso y usar un lenguaje más sencillo y directo, para facilitar información concreta. Los folletos de publicidad, así como el material escrito que sirve para asesorar y tramitar los microcréditos tienen que ser revisados para hacer llegar el mensaje de forma más clara.

Se tiene que adaptar el discurso a la realidad de las mujeres rurales, para que se sientan identificadas, explicar quién puede solicitar un microcrédito, insistir sobre la ausencia de aval bancario, y detallar el proceso de tramitación con la explicación de los distintos organismos involucrados en dicho proceso.

El asesoramiento que se aporta, en cualquier momento del proceso de tramitación, es importante también y este punto tiene que quedar claro, para demostrar a la emprendedora que puede acceder de forma fácil y rápida (teléfono, Internet, visitas) a una ayuda útil y que a pesar de la distancia geográfica, no está sola frente a su proyecto.

3. La actuación a nivel local

También es imprescindible actuar a nivel local, para establecer una relación de confianza con las emprendedoras rurales, y trabajar en la proximidad, porque estas mujeres valoran particularmente estos dos conceptos.

La información sobre los microcréditos tiene que pasar a través de las organizaciones locales en las que buscan habitualmente información sobre creación de empresa y financiación, como son los Ayuntamientos, las Agencias de Desarrollo Local, pero también Internet y los Bancos. Unos artículos en los periódicos locales también pueden ser una forma de acercarles la información.


Además de la información directamente dirigida a los destinatarios finales (las emprendedoras y empresarias rurales), es necesario informar a los organismos que actúan como intermediarios, para que se conviertan en prescriptores de los programas de microcréditos, cuando vean que pueden ser útiles a una persona que solicita información. Para ello, se tienen que desarrollar herramientas específicas

que ayuden a informar y a apoyar a las mujeres rurales en el trámite de su microcrédito.

A parte de los organismos oficiales, se puede pensar en el desarrollo de una red de "relevos" en los pueblos. Este método ha sido utilizado por ejemplo en Francia, por la Asociación de microfinanzas ADIE. Estos relevos son personas a las que se suelen dirigir los habitantes de los pueblos cuando buscan consejos o una opinión. Pueden ser médicos, alcaldes, agentes de desarrollo local, etc. Son personas que tienen una cierta importancia en su pueblo y que son capaces de dirigir a las personas hasta la información correcta, por ejemplo, hacia las entidades que gestionan microcréditos. Aparte de la identificación de estas personas, la creación de documentos informativos dirigidos a ellos para ayudarles en su trabajo de "relevos" sería muy útil. Una posibilidad es empezar con una red ya existente, un poco como la red de "vistoras" que existe en la comarca asturiana de Ese-Entrecabos (Revista Leader, nº35, marzo 2007), y pretende dinamizar las iniciativas sociales del medio rural de esta comarca. Se podría

establecer una colaboración con esta entidad para desarrollar un proyecto piloto.

Gracias a estas medidas, se podrá extender la utilización de los microcréditos entre las mujeres rurales como herramienta para facilitar la creación de sus empresas, ayudarlas a quedarse en sus pueblos y contribuir así al desarrollo de las zonas rurales.



Es imprescindible actuar a nivel local, para establecer una relación de confianza con las emprendedoras rurales.

CONCLUSIONES

PRINCIPALES CONCLUSIONES

Este estudio nos ha permitido definir un poco mejor el perfil de la microempresaria española, así como el impacto del microcrédito en su vida laboral y familiar. Las mejoras son numerosas, por lo que el microcrédito aparece como una herramienta eficaz para ayudar a las mujeres a mejorar su vida. Al mismo tiempo, quedan dificultades y aspectos negativos, sobre los que es necesario seguir trabajando, para optimizar el impacto que puedan llegar a tener los microcréditos.

Las beneficiarias de microcréditos entrevistadas son en general españolas, o latinoamericanas. Tienen unos 38 años al solicitar el microcrédito, viven en pareja, y su hogar se compone de 3 personas. Sus estudios son superiores pero no han seguido cursos de creación de empresa. Han recibido un microcrédito para montar su negocio, de un importe de 15.000 euros, que tendrán que devolver en un plazo de 5 años.

La tendencia de la actividad de los negocios, hacia más servicios, sigue el

cambio nacional, lo que demuestra la buena inserción de las microempresas en el contexto empresarial nacional. Estos nuevos sectores de actividad (como los servicios a empresas) tienen un buen futuro pero son más complejos de manejar en cuanto a gestión. Se observa que sus promotoras tienen un nivel de estudios más alto que la media, pero no han conseguido la financiación necesaria en una entidad de crédito clásica debido a su incapacidad de presentar avales.

En lo que se refiere a la motivación para abrir un negocio, observamos dos tendencias.

- Una parte de las mujeres elige el autoempleo como modo de inserción en el mercado laboral para salir de un periodo más o menos largo de paro. Se trata en general de personas mayores y con poca formación. Dependen en gran parte de familiares para vivir y tener su propio empleo les permite ganar independencia económica. El estudio indica que cada microcrédito ha permitido la creación de 2 puestos de trabajo por lo que podemos decir que el

microcrédito es un buen método de lucha contra el desempleo.

- Otras mujeres, sobretodo las que ya trabajaban antes, han elegido el autoempleo por razones más psicológicas. El 55% trabajaba antes en el mismo sector de actividad, pero por cuenta ajena, por lo que lo que ha cambiado es su condición, se han pasado a autónomas. Hemos visto que la mejora más valorada, después de haber recibido el microcrédito, es de tener ocupación propia, de trabajar por su cuenta.

De forma global, el aspecto psicológico es el que más ha mejorado, y también es el más valorado. A pesar de no cumplir con sus expectativas materiales, el 57% de las empresarias considera que su calidad de vida ha aumentado desde la obtención del microcrédito y la puesta en marcha de su empresa.

La confianza en sí mismas y la autoestima de las empresarias han mejorado mucho, así como su empoderamiento en el hogar. Por supuesto, es difícilmente comparable

según el país observado: la igualdad de género está diferentemente desarrollada. En un país como España, donde casi el 49% de la población activa se compone de mujeres (según estadísticas de INE, 3er trimestre 2007), la posibilidad de hacer compras sin pedir permiso es mayor que en otros países donde la mujer depende de su marido para vivir. Por ello, hemos notado poca mejora a ese nivel, porque la mayoría de las entrevistadas afirmaron tomar estas decisiones ellas mismas o con su pareja. La evolución más significativa se ha notado con las latinoamericanas, principales beneficiarias a este nivel.

Otro aspecto muy interesante: las cualidades empresariales de las entrevistadas han mejorado mucho con su experiencia de autoempleo. Se sienten más cómodas a la hora de negociar con proveedores y clientes y entienden mejor el sistema financiero. La evolución en su relación con los bancos es muy positiva, por lo que el objetivo de facilitar el acceso de las mujeres a estas entidades se ha cumplido en gran medida.

Los resultados varían más en el plano material. El 69% ha alcanzado la renta mínima necesaria para cubrir las necesidades de su hogar. Un 31% todavía necesita más dinero para vivir pero como hemos visto, los negocios estudiados son jóvenes y habrá que esperar más para ver la mejora real.

El 52% todavía no recibe un salario de su negocio, porque los ingresos siguen siendo reducidos y sólo sirven para pagar los gastos de la empresa, rembolsar la deuda y para otros imprevistos. En los primeros tiempos del negocio, la familia tiene a veces que mantener el negocio en lugar de vivir de ello.

El 85% de las empresarias afirma que ha tenido que renunciar a algún aspecto de su vida desde que ha montado el negocio, en general las relaciones personales y el ocio. Trabajan un promedio de 61,2 horas semanales, por lo que les es difícil mantener una vida social, conciliar la vida laboral y familiar y participar en la vida de su comunidad. El aspecto de su vida que más se ve afectado es el tiempo que dedican a sus necesidades personales.

Las mejoras materiales tardan en aparecer, sólo se pueden contemplar a medio o largo plazo. A pesar de ello, las cifras de satisfacción son muy buenas: el 57% de las empresarias afirma que su calidad de vida ha mejorado desde que ha recibido el microcrédito y abierto su negocio. El 79% confía más en el futuro que antes porque tiene nuevas aspiraciones, y el 94% sigue convencida de que ha hecho bien al elegir el autoempleo. El 96% considera que el microcrédito le ha ayudado.

Por supuesto, todavía es pronto para sacar conclusiones definitivas. La mayoría de las empresas estudiadas lleva menos de tres años de existencia. Un seguimiento de estos negocios y empresarias a medio y largo plazo es necesario.

En cuanto a los negocios cerrados, los factores que han llevado al cierre son múltiples y complejos. La procedencia de las empresarias es más variada que la media, las emprendedoras son mayores y suelen estar más solas. Los sectores de actividad de los negocios son más tradicionales (comercio, hostelería) y las cuotas a devolver de un importe más



CONCLUSIONES

elevado que la media. El nivel de estudios de estas empresarias es más alto, pero quizás no estén actualizados. En realidad, ninguno de estos elementos explica sólo el fracaso del negocio: se trata de un conjunto.

Una situación personal complicada y un negocio en mal estado llevan al cierre, pero a veces, la decisión no tiene que ver con las dificultades, sino que es elección propia. En general, los negocios han tenido dificultades desde el principio.

RECOMENDACIONES

Las conclusiones a las que se llega con este estudio sobre el impacto actual de los microcréditos en la vida de las empresarias españolas y su opinión acerca de los programas actuales nos permite establecer una lista de recomendaciones y líneas de trabajo para el futuro.

1. Mejorar el contexto para emprender

Las respuestas de las microempresarias sobre su experiencia destacan una serie

de límites para emprender. Primero, la dificultad de cualquier mujer trabajadora, aunque más cuando es autónoma, de compaginar el trabajo con la vida familiar. El tiempo dedicado a las necesidades personales es el aspecto que más se ve afectado, y trabajar una media de casi 61,2 horas semanales no permite estar con los hijos todo lo deseado. Es imprescindible crear infraestructuras para cuidar de los hijos, al mismo tiempo que reflexionar sobre la conciliación de vida laboral y familiar de las autónomas.

Otro tema importante es el de la legalización de los negocios. La mayor parte de las entrevistadas muestra la voluntad de hacer los trámites necesarios pero el proceso de algunos es muy lento y la escasez de recursos de las emprendedoras les impide esperar hasta haber legalizado el negocio para abrirlo. Lo mismo pasa con los trabajadores: las empresarias desean contratar a sus ayudantes pero la poca flexibilidad de los contratos y los altos costes de seguridad social lo prohíben: contratar legalmente a estos trabajadores sería un obstáculo más que una ventaja para estos nuevos

negocios. Es difícil encontrar una solución a este problema, porque son temas legales. Lo que se puede hacer es seguir luchando para conseguir más facilidades y condiciones flexibles para los nuevos negocios.

Muchas empresarias han vivido también situaciones complicadas, vinculadas con su condición de trabajadores autónomos. Una enfermedad puede impedir la apertura del negocio y sin ingresos, la empresaria se endeuda poco a poco.

Por suerte, las leyes adoptadas durante el último año han tenido en cuenta estas dificultades específicas. Así, la Ley de Igualdad hace de la conciliación un tema prioritario y la nueva Ley de Dependencia prevé la creación de infraestructuras para facilitar la inserción laboral de las cuidadoras. El Estatuto de Autónomos también reconoce los derechos de los trabajadores autónomos en caso de enfermedad, paro, maternidad, etc. Ahora, el principal desafío para mejorar el contexto de la creación de empresa y apoyar los proyectos de las emprendedoras es la aplicación real de dichas leyes.

2. Mejorar el acceso de las mujeres a los programas de microcrédito

En España, solo el 58% de los microcréditos se conceden a mujeres emprendedoras, muy por debajo de la media mundial de 84%. Por lo tanto, es necesario seguir trabajando en la mejora de su acceso a los programas de microcréditos.

Las entrevistadas lo han afirmado: el nivel actual de la publicidad sobre microcréditos es insuficiente. Muchas emprendedoras no conocen estos programas o no saben que pueden acceder a ellos. La distancia geográfica de las oficinas que gestionan los microcréditos del lugar de residencia o trabajo de las emprendedoras es otra barrera para acceder a la financiación que necesitan.

Estos dos elementos se revelan particularmente ciertos en el caso de las mujeres rurales, que se encuentran aisladas de los centros de información.

Por lo tanto, parece imprescindible aumentar la difusión sobre estos programas y diversificar

los medios de comunicación utilizados. Las nuevas tecnologías representan una oportunidad interesante: como hemos visto, Internet es la primera fuente de información utilizada y permite alcanzar colectivos alejados en términos geográficos. La comunicación a través de entidades que pueden actuar como prescriptores también es una opción a valorar. Las emprendedoras suelen buscar información en organismos cercanos, como son los ayuntamientos, centros de desarrollo de empresas, bancos, ONG y fundaciones, por lo que se debería fomentar el trabajo de colaboración con estas entidades.

3. Incrementar la flexibilidad de los programas y agilizar los trámites

Los programas de microcréditos puestos en marcha en España tienen todas características similares: un importe de hasta 15.000 euros, 5 años para devolverlo, con un tipo de interés anual entorno al 5%.

Pero no todos los negocios se parecen, ni tienen las mismas necesidades en términos de inversión y devolución. Por lo tanto, los actores del microcrédito

deberían empezar a pensar en como adaptar mejor las condiciones de sus préstamos a la necesidad real de cada negocio.

El cambio que más han pedido las entrevistadas de forma a mejorar los programas actuales es la posible ampliación del microcrédito, para mejorar la actividad creada o para hacer frente a problemas temporales de tesorería, cuando la presión financiera amenaza la supervivencia del negocio. Actualmente, la mayoría de los programas de microcréditos no contemplan esta posibilidad o la limitan a las empresas que llevan menos de un año abierta, con el supuesto de que la empresa ya debería ser rentable. Pero esta posición no se adecua a la realidad que viven las empresarias, quienes muchas veces siguen sin poder tener acceso a un préstamo en el sistema financiero convencional.

La refinanciación de la deuda también se debería ofrecer de forma más sistemática cuando la empresaria tiene dificultades en la devolución de su microcrédito o se ve obligada a cerrar su negocio. Esta herramienta supone una



CONCLUSIONES

ventaja para los distintos actores: desahoga a la empresaria, que ve una salida a su situación y puede volcarse en su trabajo (ya sea sacando adelante la empresa o trabajando por cuenta ajena), y sobretodo, permite al banco recuperar su dinero, si bien es cierto que a más largo plazo. Sobretodo, se mantiene el objetivo primero del microcrédito, que es ayudar a las mujeres a mejorar su vida, a través del autoempleo.

En los dos casos, la clave es la rapidez. Una empresa que se encuentra con dificultades requiere una solución en breves momentos. Si no, se corre el riesgo de que sea demasiado tarde para salvarla. Para un efecto óptimo, la refinanciación de la deuda y/o de la concesión de un aumento del crédito se deben realizar lo antes posible. Resulta necesario agilizar los trámites, para analizar estas situaciones y aportar la ayuda necesaria rápidamente.

Por fin, las empresarias evocan la posibilidad de contratar un seguro para prevenir las dificultades vinculadas al negocio. Mencionan en particular el problema de la gestión de la actividad

en caso de baja laboral, cuando la enfermedad puede llevar al cierre de la empresa y a una situación de sobreendeudamiento. También les gustaría contratar un seguro de crédito.

4.Prevenir los riesgos en la gestión del negocio

En su experiencia en el asesoramiento de creación de empresas, los profesionales llegan a identificar una serie de elementos que pueden suponer un riesgo de fracaso de la actividad empresarial, o por lo menos de problemas importantes. Se deberían poner en marcha programas de prevención activa de dichos riesgos.

En su trabajo diario, los técnicos que tramitan los microcréditos deberían incrementar su trabajo de detección de riesgos posibles y de búsqueda de soluciones.

Se trata por ejemplo de:

- Contemplar un mayor asesoramiento para las personas solas o inmigrantes, que no pueden contar con la ayuda de su entorno.

- Cuestionar la validez de montar el negocio. En caso de tener problemas personales, puede ser conveniente sugerir esperar un poco y si el sector de actividad elegido presenta mucha competencia, es conveniente alargar el tiempo destinado a la búsqueda de la ventaja diferenciadora.

- Orientar a las emprendedoras que muestran unos conocimientos limitados de gestión y contabilidad hacia organismos que imparten este tipo de formación.

Aún cuando la viabilidad del proyecto está demostrada por el plan de empresa, la identificación de factores de riesgo debería conllevar una mayor dedicación a la labor de seguimiento y asesoramiento.

Sería conveniente concienciar a las empresarias sobre los riesgos que pueden correr en su actividad, a través de programas específicos. En efecto, ya se suele realizar este trabajo de información pero las emprendedoras tienden a pensar que no se verán afectadas por estas dificultades. Sería interesante encontrar otras formas de comunicarles este mensaje

importante y de transmitirles la importancia de algunos elementos, como tener el apoyo de su entorno familiar y estar dispuesta a adaptarse a las necesidades del negocio, en términos de horarios, actividad...

También conviene quitar "mitos": muchas emprendedoras creen que el hecho de poder organizar su día laboral a su manera les dejará más tiempo para estar con sus hijos, cuando las estadísticas muestran que trabajan más de 60 horas semanales de promedio.

5. Diversificar las actividades para tratar las problemáticas relacionadas con las dificultades financieras y de gestión de la empresa

Trabajar en el sector del microcrédito no significa limitarse a tramitar préstamos. Los diferentes organismos españoles lo saben y desde hace años, han puesto en marcha programas de formación y asesoramiento.

Pero este seguimiento no se tiene que limitar a la creación y al desarrollo de las iniciativas empresariales. Las microempresarias también llegan a tener dificultades e incluso a cerrar sus negocios, pero en esos momentos, les resulta complicado encontrar el apoyo necesario.

El riesgo de sobreendeudamiento es inherente a la obtención de un crédito. En el caso de las microempresarias, el reembolso de la deuda puede ser complicado cuando la empresa no genera muchos ingresos. Además, observamos unas actitudes peligrosas: la primera reacción de las entrevistadas en caso de no disponer de dinero ahorrado para un imprevisto sería dirigirse a su banco para solicitar un préstamo: la primera etapa de una espiral de endeudamiento. De nuevo, se trata de hacer prevención sobre este tema, con un seguimiento fuerte, en particular durante los primeros meses de existencia del negocio y el periodo de carencia, con el objetivo de detectar las dificultades de pago lo antes posible y de aportar soluciones.

De forma global, podemos decir que falta un sistema de asesoramiento integral en

caso de cierre de la empresa. En estos momentos, las empresarias se encuentran a menudo solas, y no saben como actuar. Necesitan consejos sobre la liquidación de su empresa, y sobre una posible refinanciación de su deuda, ayuda para encontrar un empleo tras el cierre y solucionar su situación de endeudamiento. También les hace falta un apoyo moral, un reconocimiento de su experiencia como empresaria y de los conocimientos adquiridos durante este periodo de autoempleo.

Los organismos que trabajan en el ámbito del microcrédito deberían diversificar sus actividades para contemplar estas nuevas problemáticas directamente vinculadas con su trabajo.

ENTIDADES COLABORADORAS

Asociación Salmantina de Agricultura de
Montaña (ASAM)

C/ Castillo, 1
37671 San Esteban de la Sierra
asam@cdrtcampos.es

AVAL MADRID S.G.R.

C/ Jorge Juan, 30
28001 Madrid
www.avalmadrid.es

CAJA SOL

Plaza de San Francisco, 1
41004 Sevilla
www.cajasol.es

INSTITUTO DE LA MUJER

C/ Condesa de Venadito, 34
28042 Madrid
www.mtas.es/mujer

FADEMUR

C/ Agustín de Betancourt, 17. 6º.
28003 Madrid
www.fademur.es

FEDERACIÓN DE MUJERES
PROGRESISTAS

C/ Ribera de Curtidores, 3
28005 Madrid
www.fmujeresprogresistas.org

FEMENP

C/ Fortuny, 3-1º izda.
28010 Madrid
www.femenp.es

FIDEM

Pl. Ramón Berenguer, 1 – ent 2º
08002 Barcelona
www.fidem.es

FUNDACIÓN CAJA GRANADA
DESARROLLO SOLIDARIO

C/ Reyes Católicos, 51
18001 Granada
www.caja-granada.es

FUNDACIÓN MUJERES

C/ Francisco de Rojas, 2-1º izda.
28010 Madrid
www.fundacionmujeres.es

MICROBANK LA CAIXA

Avda. Diagonal, 621 - 629
08028 Barcelona
www.microbanklacaixa.es

MITA ONG

C/ Hermanos García Noblezas, 41-bis
28037 Madrid
www.mitaong.org

SECOT

C/ Almagro, 2-5º dcha.
28010 Madrid
www.secot.org

OMEGA

C/ San Francisco de Sales, 26-2º A
28003 Madrid
www.mujereseempresarias.org

FUNDACIO UN SOL MON

C/ Provenza, 261-265
08008 Barcelona
www.unsolmon.org

UATAE

C/ Ciudad Real, 5
28045 Madrid
www.upta.es



MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN



WOMEN'S WORLD BANKING
Banco Mundial de la Mujer

C/ Villanueva 31, 1º Dcha.

28001 MADRID

Tel.: 914 354 703

Fax: 915 768 026

E-mail: wwb@bancomujer.org

Web: www.bancomujer.org

EL IMPACTO DE LOS

MICROCRÉDITOS

EN LA VIDA DE LAS EMPRESARIAS
ESPAÑOLAS