

3 | 4  
DE NOVENBRE  
DE 2022.  
PALAU DE  
CONGRESSOS.  
PALMA

# Congrés d'emprenedores

*tres anys de dona impuls*

**dona impuls**  
Servicio integral empresarial  
para mujeres



Organitza



Col·labora





# Congrés d'emprenedors 2022

tres anys de dona impuls

## Estudio sobre los tres años de Dona Impuls Apoyo y creación de empresas lideradas por mujeres 2020-2022

Financiado por el Institut Balear de la Dona, organismo autónomo adscrito a la Conselleria de Presidència, Funció Pública i Igualtat del Govern de les Illes Balears

Elaborado por: Catalina Barceló, responsable de Dona Impuls en la Cámara de Comercio de Mallorca.

Fecha: 24 de octubre de 2022

### Contenido

1. ¿Cómo nace Dona Impuls?.....	3
2. Objetivo y metodología de Dona Impuls .....	5
3. Evolución general del mercado laboral .....	6
4. ¿Cuál es el perfil de las mujeres emprendedoras de Dona Impuls? .....	7
4.1. ¿Qué perfil sociodemográfico y económico tienen las mujeres que emprenden?.....	8
4.2. ¿En qué ramas de actividad emprenden?.....	10
4.3. ¿Dónde emprenden las mujeres de Dona Impuls?.....	12
4.4. ¿Dónde residen las mujeres de Dona Impuls? .....	12
4.5. ¿Con quién emprenden las mujeres? .....	13
4.6. Financiación y acceso al crédito .....	14
5. Cambios a la hora de emprender antes y después del Covid .....	14
5.1. Perspectivas de negocio.....	14
5.2. Digitalización y teletrabajo: los pilares para afrontar la pandemia .....	15
5.3. Innovación y valor añadido .....	16
5.4. Flexibilidad .....	16
6. Conclusión .....	18



# Congrés d'emprenedores 2022

tres anys de dona impuls

## 1. ¿Cómo nace Dona Impuls?

El emprendimiento femenino se ha convertido en un fenómeno cada vez más reconocido e impulsado para visibilizar la contribución de las mujeres al desarrollo económico y social de la sociedad, así como para permitirles adoptar nuevos roles en el ámbito empresarial, hasta no hace mucho, con mayor predominio de hombres.

En este sentido, el incremento de la participación de la mujer en actividades emprendedoras se convierte así en un imperativo social, no sólo por su contribución potencial al tejido productivo y al avance socioeconómico, sino por el acercamiento a los objetivos de igualdad y diversidad marcados en las agendas institucionales, a los que todavía se está lejos. Por ejemplo, en las Illes Balears sólo el 15% de la población autónoma inscrita a la Seguridad Social son mujeres. Con esta perspectiva nace el programa Dona Impuls.

Dona Impuls es un servicio de apoyo y asesoramiento empresarial, enfocado a la primera fase de creación de una empresa para fomentar el autoempleo femenino, fruto de la colaboración en 2020, en plena pandemia, entre IBDona y las tres Cámaras de Comercio de las Illes Balears: la de Mallorca, Menorca e Ibiza y Formentera.

Las Cámaras de Comercio siempre han estado impulsando el emprendimiento y situándose al lado de las empresas. Concretamente, la de Mallorca cuenta con una trayectoria desde hace más de 20 años cuando puso su foco de actuación en las mujeres emprendedoras gracias al Programa europeo NOW (New Opportunities for Women).

Además, somos conscientes de que, en los últimos años, el papel de la mujer en la empresa no solo ha crecido notablemente, sino que ellas son parte fundamental y necesaria de las organizaciones. En este sentido, el Plan Estratégico de la Cámara para el mandato 2019-22 alinea las acciones camerales con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, entendiendo que el progreso debe integrar el crecimiento económico, el bienestar social y la protección del medio ambiente, igualdad, teniendo en cuenta la implicación y aportación de la mujer en el proceso empresarial. Así, tanto el objetivo de “Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos” (obj. 8), como el de “Lograr la igualdad entre géneros y empoderar a las mujeres” (obj. 5), se asocian a la labor cameral que hace años estamos desarrollando: el de promocionar el emprendimiento femenino e incentivar la transformación hacia una sociedad empresarial más diversa e inclusiva. La alianza (obj. 17) de la Cámara con el IBDona, en este caso, ha contribuido a sumar esfuerzos en pro de la mujer en el ámbito de la economía productiva.

Tanto IBDona como las Cámaras de Comercio estamos convencidos que desde las entidades públicas y la sociedad civil debemos favorecer e impulsar medidas que ayuden a las personas emprendedoras a materializar sus proyectos de negocio, siendo especialmente relevantes las iniciativas dirigidas a capacitar y orientar a las mujeres con intención de emprender para conseguir más independencia personal y profesional, ya que la brecha de género en el sector empresarial aún es amplia y no refleja la actual pirámide demográfica.

Por un lado, las mujeres representan el 50% de la población total, mientras que sólo el 15% son autónomas (frente al 26% de autónomos). Se mantiene el mismo porcentaje cuando los proyectos empresariales tienen una fuerte base tecnológica, según se publica en el Mapa del emprendimiento del South Summit Spain 2021. Las mismas fuentes explican como en la actualidad el sesgo de género se mantiene entre los emprendedores, ya que el 80% de los fundadores son hombres y sólo el 20% mujeres.



# Congrés d'emprenedores 2022

*tres anys de dona impuls*

Esta idea empezó a tomar forma en primavera de 2020, con las primeras alertas de la crisis de la pandemia del COVID-19. En ese periodo IBDona se anticipaba a las necesidades económicas que padecerían las mujeres, muchas de ellas contratadas en el sector turístico y afectadas por los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE), y puso a su disposición un programa de asesoramiento gratuito, financiado por la institución, para aquellas que deseaban abrir su propio negocio.

De hecho, ya hay estudios con perspectiva de género que revelan que las mujeres trabajadoras han sido las más afectadas en el mundo laboral a causa del virus, retrocediendo a niveles de 2016. Con datos de la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS) publicados por el Observatori del Treball en su informe “Dona i mercat de treball a les Illes Balears 2022”, las mujeres afiliadas a la Seguridad Social (tanto por cuenta ajena como propia) bajaron un 9% en 2020, alcanzando las 214.400, frente a las 235.400 mujeres de 2019. Una cifra que podría haberse incrementado de no haber implantado los ERTE. De hecho, según el mismo estudio, el colectivo acogido al ERTE fue más extensivo entre el femenino. Una situación que no sorprende ya que hay que considerar que las actividades ligadas al turismo y al comercio fueron las más afectadas por la crisis de la pandemia, que son sectores donde, habitualmente, las mujeres trabajadoras se concentran mayoritariamente.

La situación en 2021 empezó a normalizarse. El año estuvo marcado por la gradual reactivación económica después de las restricciones de actividad vividas en 2020. Y a finales del año empezó a recuperar los niveles de ocupación prepandémicos. Se alcanzaron las 220.400 mujeres afiliadas a la Seguridad Social, lo que supuso un aumento del 3% respecto al año anterior. Dicho porcentaje fue más elevado que entre el colectivo masculino (2,1%). De estas 220.400 mujeres, el 81% estaban de alta en el régimen general por cuenta ajena, mientras que el 15% restante lo estuvo por cuenta propia (33.000). Si se analiza el peso relativo de la población femenina afiliada a la Seguridad Social se observa cómo representa al 46% de la población total (473.800 personas), ganando peso en los últimos años.

Sin embargo, todavía queda una asignatura pendiente con las jornadas a tiempo parcial, ya que siguen siendo más habituales entre mujeres (19%) que en hombres (5%). Es decir, 3 de cada 4 trabajadores a tiempo parcial son mujeres. Las previsiones para 2022 son buenas y se espera que cierre el año con mejores datos en afiliación y paro.

Así Dona Impuls nació en julio de 2020 y ya va por la tercera edición. A lo largo de estos tres años han atendido a cerca de 990 mujeres. De las que 500 han terminado un plan de empresa y/o dado de alta como autónoma en la Seguridad Social. En concreto, la Cámara de Comercio de Mallorca ha asesorado al 75% de las mujeres inscritas, repartiéndose el otro 25% entre las Cámaras de Comercio de Menorca, Ibiza y Formentera.



# Congrés d'emprenedores 2022

tres anys de dona impuls

## 2. Objetivo y metodología de Dona Impuls

El programa consiste en ayudar a las mujeres emprendedoras a preparar su idea de negocio a través de un plan de empresa y a conocer la viabilidad económica del mismo de la mano de un o una consultora experta. Este recorrido dura unas cinco semanas. Para conseguirlo se ha desarrollado una metodología sistematizada, objetiva y ad hoc trabajada bajo el paraguas de un Plan de Empresa diseñado para este fin. Durante el asesoramiento, que se ha realizado a través de entrevistas telefónicas, reuniones presenciales y/o on line, se ha obtenido información detallada del perfil de la emprendedora, de su modelo de gestión, de sus competidores y de los escandallos de costes, entre otros puntos.

Además, se les informa de los trámites actuales para empezar su actividad con sesiones individuales y/o grupales. También se les puede dar de alta en la Seguridad Social como autónomas. Y finalmente, y no menos importante, se les puede asesorar sobre las principales ayudas públicas y se les facilita el acceso a la financiación, tanto pública como privada.

Al ser un programa limitado en el tiempo y en plazas, la interesada se debe comprometer a:

- ✓ Trabajar un borrador del modelo de negocio estando tutorizada, acompañada y formada con el apoyo técnico de la Cámara.
- ✓ Aportar los datos económicos necesarios para la elaboración del plan económico financiero, como son productos, precios, costes unitarios, inversiones necesarias, presupuestos o fondos propios aportados por la usuaria.
- ✓ Seguir las pautas, procedimientos y especificaciones indicadas por el técnico para desarrollar/mejorar el plan de empresa o para darse de alta en la Seguridad Social.

A diferencia de otros programas, Dona Impuls trabaja con mujeres que tienen intención de emprender en los próximos años (Emprendimiento potencial) o bien que lo han hecho en el último año y necesitan ordenar su idea de negocio (Emprendimiento nuevo). Este programa no se dirige a empresarias de negocios consolidados (con una trayectoria superior a 3,5 años) o aquella que ha abandonado o cerrado definitivamente una iniciativa empresarial y solo busca formación. Por ello, es interesante conocer las características, percepciones, motivaciones y otros aspectos relevantes del perfil de las mujeres involucradas en actividades emprendedoras, caracterizar sus iniciativas y negocios, así como acercarnos a las mujeres con intención de poner en marcha un negocio (emprendedoras potenciales).

Todo ello nos aporta información para conocer sus experiencias empresariales y nos permite hacer un diagnóstico de la situación que permita analizar la realidad en cuanto a los cambios de paradigmas a los que se enfrentan las emprendedoras, los recursos que necesitan y el tipo de negocios que ponen en marcha, entre otros aspectos. Se dispone de información estadística de 500 participantes. La base de datos acumula información desde julio de 2020 a octubre de 2022 y con esta información permite analizar el perfil de la emprendedora actual.



# Congrés d'emprenedores 2022

*tres anys de dona impuls*

## 3. Evolución general del mercado laboral

El año 2020 estuvo marcado por la pandemia de COVID-19 y las restricciones que se pusieron en marcha, cuyas consecuencias se trasladaron al mercado de trabajo. Sin embargo, el calado de dichas consecuencias podría haber sido más dramático y pronunciado en el tiempo sin las medidas de contención del mercado laboral puestas en marcha para minimizar el impacto de la pandemia. Los datos lo corroboran.

Así se observa con datos publicados por el Observatori del Treball del Govern Balear entre 2020 y 2021. En 2020 estaban afiliadas 462,6 mil personas a la Seguridad Social, un 9% menos que en 2019. De éstas, 91,7 mil eran autónomos y se redujeron un 2% respecto a 2019 (93,7 mil personas).

Las cifras de 2021 reflejaron una mejora en el mercado laboral. El efecto que la llegada del verano tuvo en la actividad turística se trasladó rápidamente al mercado laboral de las personas trabajadoras asalariadas y autónomas. Por un lado, hubo un 2% más de afiliaciones a la Seguridad Social, llegando a los 473,8 miles de personas. De las que 94,0 mil personas fueron autónomos y autónomas, un 2% más que el año anterior. Y de esta cifra última, el 35% (33.000) eran mujeres autónomas.

La pandemia afectó también a los trabajadores y las trabajadoras por cuenta propia, pero de una forma más suave que a las personas que trabajaban por cuenta ajena. En cuanto al peso relativo de trabajo autónomo, no ha habido cambios: se sitúa en el 20%. La distribución en Illes Balears no se ha modificado en el último año y solo representa a uno de cada cinco personas trabajadoras de alta en la Seguridad Social. Lo mismo que en España. Sin embargo, Illes Balears es la comunidad que mayor peso tiene respecto al resto de autonomías y se llegó a situar 7,5 puntos por encima de la media nacional. También son notables las diferencias con la media europea: las Illes Balears se situarían 7,5 puntos por encima.

Además, en comparación con Madrid, que es la comunidad con el menor peso de afiliados por cuenta propia de todo el Estado; Illes Balears llegó a situarse más del 12,7% respecto de Madrid, en 2020 Illes Balears se situó 9,1 puntos por encima y en 2021, 8,9 puntos.

Un punto que conviene destacar del informe del Observatori del Treball del Govern de les Illes Balears es que los y las autónomas representan a la mitad de las empresas que tienen 5 o más años de antigüedad (49%). Aunque su peso se queda a 6,7 puntos porcentuales por debajo de la media estatal (55,7%). Mientras que los y las autónomas de menos de 6 meses representan el 8,6% del total.

A medida que las cifras de población afiliada mejoraban en 2021 respecto a 2020, también lo hacía la población parada. La situación de la población parada en 2020 fue dramática: el paro se incrementó un 50%. Pasó de registrar 48.600 parados en 2019 a 73.000 en 2020. Similar fue el comportamiento entre la población parada femenina: ya que registró a 27.100 mujeres en 2020 y a 39.500 en 2021. Sin embargo, a medida que la situación económica se iba normalizando, la población parada se iba aminorando. El año 2021 cerró con 65.600 parados, de los que 36.200 eran mujeres. Lo que supuso una reducción del 10% y del 8%, respectivamente.



# Congrés d'emprenedors 2022

*tres anys de dona impuls*

Las previsiones para 2022 son mejores. Se está cerrando el 2022 con una remontada turística que ha tenido su reflejo en el aumento de la población ocupada, disminución de la parada y, como consecuencia, también se ha visto como han minorado las solicitudes de nuevos proyectos. Se ha notado, sobre todo, entre abril y septiembre de 2022, coincidiendo con plena temporada turística.

## 4. **¿Cuál es el perfil de las mujeres emprendedoras de Dona Impuls?**

Antes de abordar con profundidad el perfil de las mujeres que han tenido la oportunidad de realizar el programa Dona Impuls en las Illes Balears, unas cifras para conocer la magnitud del programa:

- 990 mujeres se inscribieron al programa desde julio de 2020 hasta la actualidad.
- 500 mujeres realizaron el plan de empresa y/o han constituido una empresa. Concretamente, 413 terminaron su plan de empresa y 87 se dieron de alta como autónoma.

Las mujeres que accedieron al programa tenían como característica básica:

- Estar en situación de paro o ERTE.
- Ser mujeres rurales con experiencia en agricultura, ganadería o primera transformación pero con desconocimiento de la gestión empresarial.
- Ser víctimas de violencia y a pesar de ello mantener su espíritu emprendedor.
- Ser mujeres jóvenes con una idea de negocio pero con desconocimiento de los primeros pasos para hacer realidad su proyecto.

Conocer qué edad tiene, qué sectores demandan o en qué municipios desean emprender son cuestiones importantes para la estrategia empresarial y que se pueden responder gracias al análisis de los 500 proyectos emprendedores a lo largo de estos tres años.

La muestra la forma la población emprendedora femenina, mayor de edad, residente en cualquiera de las Illes Balears o con la idea de establecer su actividad en las islas, que tiene una idea de negocio nueva o un proyecto en marcha pero busca un enfoque diferente o abrir una nueva línea de actividad (la mayoría de las ocasiones a raíz de la crisis de la pandemia), que tenga posibilidad de constituirse legalmente como empresa o como autónoma y que se haya inscrito a través del programa Dona Impuls. Los datos de la inscripción al programa los ha facilitado la propia usuaria y son la base estadística para este análisis. Se han recogido entre junio de 2020 y octubre de 2022.

En total entre las tres Cámaras de Comercio de Illes Balears y durante estos tres últimos años se han inscrito al programa 990 mujeres y de ellas el 51% (500) han terminado con éxito el Plan de Empresa, a través del asesoramiento empresarial con el o la consultora y/o se han dado de alta como autónomas. Gracias a la subvención del Institut Balear de la Dona en estos tres años 413 mujeres han terminado su Plan de Empresa y, además, otras 87 se han dado de alta como autónoma en la Seguridad Social a través del Documento Único Electrónico del sistema CIRCE de la DG de la PYME que tiene habilitado la Cámara como PAE Punto de Apoyo al Emprendedor.



# Congrés d'emprenedores 2022

*tres anys de dona impuls*

Se observa que la mitad de las mujeres fueron asesoradas dentro del programa Dona Impuls mientras que el resto finalmente no finalizaron y desistieron por distintos motivos, unas porque fueron llamadas por la empresa al finalizar el ERTE, otras porque no les encajaba a nivel personal en ese momento, o porque no tenían una idea madura o porque les sobrevino otro proyecto profesional.

En general la media de la edad de estas mujeres es de 45 años, de nacionalidad española, que emprenden principalmente en Restauración y hostelería, Consultoría, Formación, Bienestar, Turismo, Comercio e Industria de moda y textil, Arte, Marketing y comunicación y Servicios generales.

Parece, a primera vista, que sus proyectos son tradicionales al emprender en sectores tradicionales. Sin embargo, se aleja de la realidad y lleva a confusión porque se está dando un cambio de paradigma entre las emprendedoras: cuando las mujeres deciden poner en marcha su negocio, aunque sea en una rama de actividad tradicional, como las citadas anteriormente, emprenden con una mirada diferente, más personal, de alto valor añadido y comprometida con su propia forma de ver la vida y con el entorno local y el medio ambiente, y los medios digitales de los que puedan disponer.

Ese compromiso se refleja en sus proyectos, diferenciándose de forma natural con sus competidores y enfocándose hacia un público segmentado y específico, que comparta los mismos valores. Aportando una innovación incremental a sus negocios. Es más, entienden su proyecto empresarial como una extensión de su propia persona y su forma de pensar, creando una comunidad con sus clientes y fuertes alianzas con su público y proveedores que facilita la consolidación del negocio en el medio plazo.

## **4.1. ¿Qué perfil sociodemográfico y económico tienen las mujeres que emprenden?**

### **Franja de edad**

La edad media de las usuarias de Dona Impuls es de 45 años. El 44% de las mujeres tiene entre 40 y 49 años cuando decide apuntarse al programa para emprender. El segundo grupo más numeroso son las mujeres de entre 30 y 39 años. Representan el 31% de la población. Y, en tercer lugar, le siguen las emprendedoras de entre 50 y 59 años, que suponen el 15% del total. En resumen, tres de cada cuatro mujeres tienen entre 30 y 50 años. Estos datos van alineados con las estadísticas publicadas por el Observatori del Treball del Govern de les Illes Balears donde el 47% de los emprendedores tiene entre 40 y 54 años y con las del Observatorio del Emprendimiento de España (conocido también como RED GEM Global Entrepreneurship Monitor España) y ENISA (Empresa Nacional de Innovación) que en colaboración con el Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles y la Secretaría de Estado para la Digitalización e Inteligencia Artificial el perfil de la persona emprendedora, el Informe señala que su edad está entre los 35 y 54 años, tiene un nivel educativo medio o superior y formación específica para iniciar el negocio y gestionar su empresa.

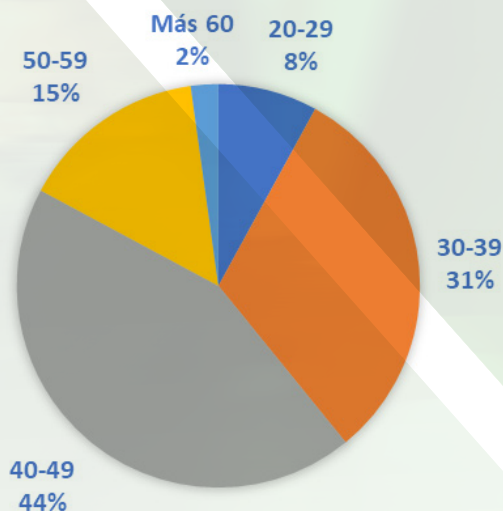




# Congrés d'emprenedores 2022

tres anys de dona impuls

Cuenta de Franja edad



Sin embargo, las diferencias de edad son notables si se comparan con los publicados en el Mapa del emprendimiento South Summit Spain 2021, ya que su perfil mayoritario es más joven. Esta brecha se explica por el perfil del proyecto, que suele contar con una estructura altamente innovadora y tecnológica más alineada con emprendedores jóvenes. Según sus propias fuentes, no es habitual que se emprendan nuevos proyectos tecnológicos a partir de los 50 años.

Volviendo a Dona Impuls, también se observan algunas diferencias entre los perfiles profesionales según el tramo de edad analizado:

- ✓ Las emprendedoras más jóvenes, las que tienen entre 20 y 29 años, se decantan por los sectores relacionados con la Salud y la sanidad (centros de fisioterapeutas, clínicas dentales, centros de nutrición,...), la Consultoría (despachos profesionales,...), la Estética y Peluquería y la Restauración y hostelería.
- ✓ Las empresarias de entre 30 y 40 años enfocan sus negocios en Restauración y hostelería, Turismo, Consultoría, Formación, Arte y Deporte.
- ✓ Las empresarias de entre 40 y 49 años además de los anteriores añaden tres más a la lista: el Comercio de la moda y textil, así como la Industria de la moda (entre los que se encuentra la actividad de diseño y confección) y las actividades relacionadas con el Bienestar (terapias, sesiones de ayuda,...sin incluir el coaching).
- ✓ Las empresarias de entre 50 y 59 años se centran mayoritariamente en ofrecer Formación, Consultoría y actividades relacionadas con el Bienestar.

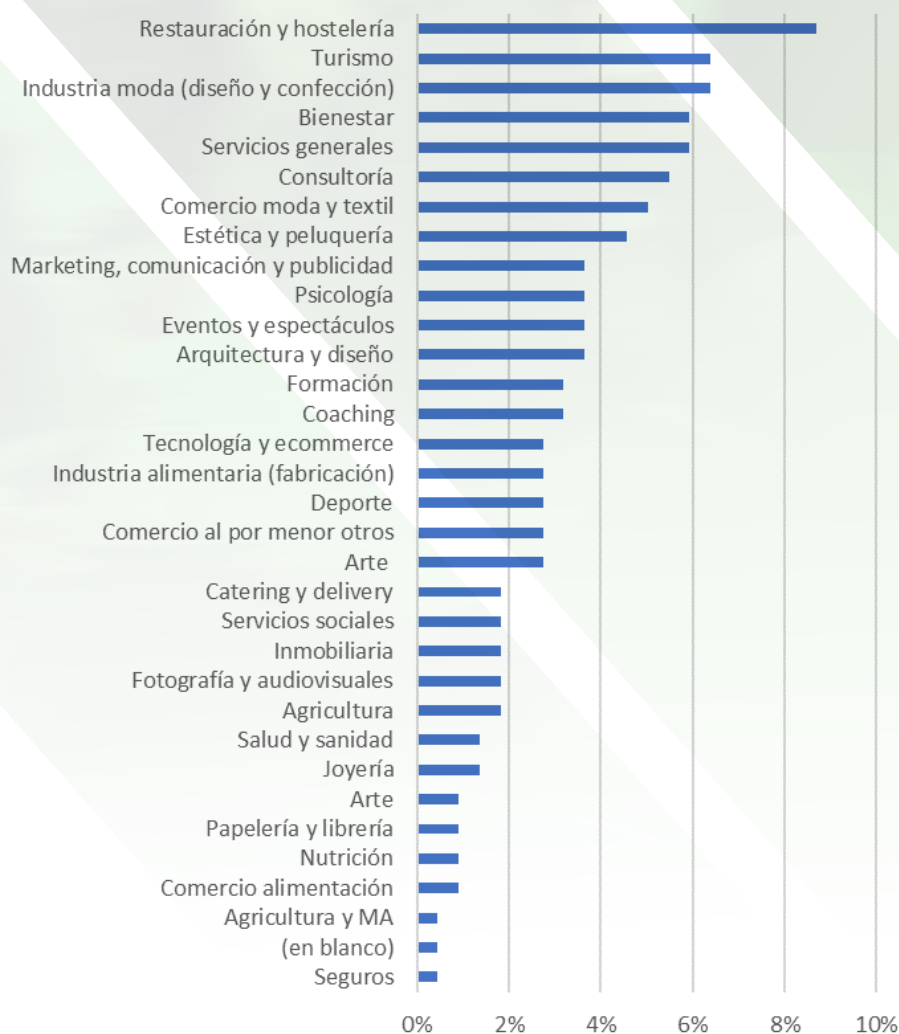


# Congrés d'emprenedores 2022

tres anys de dona impuls

Estudio sobre los tres años de Dona Impuls: creación de empresas lideradas por mujeres

## Salidas empresariales entre las emprenedoras de 40 y 49 años



### Nacionalidad

El 70% de las mujeres que han terminado el asesoramiento de Dona Impuls son españolas. En restante 30% procede de 25 nacionales diferentes. Entre ellas: Argentina, Italia, Alemania, Bélgica, Reino Unido, Francia, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, Portugal, Rusia, Brasil, Colombia, Nicaragua, México, Perú, Venezuela, Cuba, Uruguay, Madagascar, Australia Bangladesh,...

Este porcentaje va en línea con el calculado por el Observatorio del Treball del Govern Balear con datos de la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS) donde estiman que los y las autónomas con nacionalidad española suponen el 76% del total en 2021.



# Congrés d'emprenedors 2022

*tres anys de dona impuls*

## **Formación**

Relativo a la formación, la gran mayoría tiene ciclo medio o grado superior en ramas de la salud, ciencias sociales, arte o comunicación. A diferencia del estudio South Summit Spain donde el 98% ha ido a la universidad y además provienen de carreras STEM. En Dona Impuls la minoría de las emprendedoras proviene de carreras STEM.

## **4.2. ¿En qué ramas de actividad emprenden?**

Los perfiles de los 500 proyectos analizados han sido numerosos. Se ha hecho un esfuerzo para poder concentrarlos en 32 ramas de actividad. Y, además, no ha sido fácil decidir a cuál asignarla en cada caso. Es decir, ha habido dificultades para decidir qué rama explica mejor su actividad, ya que el mestizaje entre varios sectores ha hecho que asignarlos en una rama u otra haya sido complicado. Precisamente a pesar de que muchas mujeres emprendan su negocio en sectores tradicionales, sus proyectos se han diseñado desde el primer momento poniendo en valor el producto local, el medio ambiente, la economía circular o la economía colaborativa, entre otros.

En general son proyectos que aportan una innovación incremental en su concepción original y en sectores tradicionales, bien sea por el propio producto o servicio, el formato, presentación, el mestizaje de sectores, servicio postventa, servicio de alquiler, ... Realmente este cambio de percepción es una de las claves para lograr la transformación económica del territorio.

Suelen ser emprendedoras preocupadas por el entorno y por el bienestar personal, que entienden la actividad turística de calidad, respetando el medioambiente y enfocadas a ofrecer un producto o servicio de alto valor añadido. Muchas de ellas ofrecen servicios de consultoría, salud o formación o bien fabrican sus propias piezas exclusivas de artesanía, moda o complementos con materias primas respetuosas con el medio ambiente. Suelen utilizar las plataformas digitales para vender sus productos o servicios y la promoción on line para captar clientes. Además, muchas de ellas ponen en marcha su primer negocio y deciden emprender con su sueño, su hobby o aprovechando su experiencia por cuenta ajena para lanzarse con su propia empresa.

Los sectores clave en el mapa balear son:

1. En primer lugar, los negocios de restauración y hostelería son la rama más demandada con el 7% de los proyectos. Suelen ofrecer comida saludable, de producto local y enfocados a un público que valora el bienestar. Se caracterizan porque ponen en valor la economía circular y local.
2. La segunda actividad más demandada es la Consultoría. El 6% de las usuarias buscan su primer empleo como consultoras. Son mujeres de entre 40-50 años, con formación en Grado Superior que hasta ahora habían trabajado por cuenta ajena y deciden emprender por su cuenta a raíz de la crisis del COVID19. Ponen en valor el coworking y la economía colaborativa.
3. En tercera posición se sitúa la educación y formación con el 6% de las emprendedoras. Han sido habituales los modelos de negocio on line y se suelen enfocar a colectivos femeninos o vulnerables (gente mayor, adolescentes, ...).
4. A continuación se posicionan los servicios relacionados con el bienestar. El 5,6% de las usuarias decide poner en marcha sesiones y talleres relacionados con terapias y masajes para conseguir el bienestar



# Congrés d'emprenedores 2022

*tres anys de dona impuls*

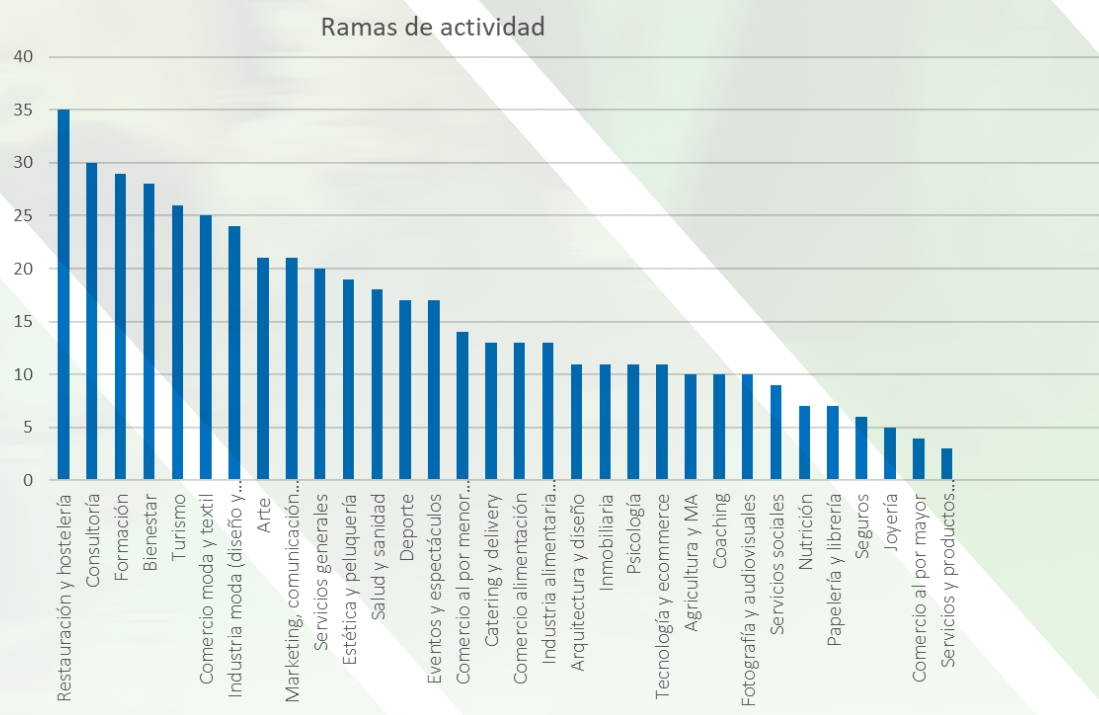
- físico y mental. En este segmento los perfiles profesionales son diversos, aunque la mayoría ha experimentado una mejora con ellas.
5. Los proyectos relacionados con el turismo están en quinta posición con el 5,2%. Este sector es fundamental para las islas. Eso sí, deciden emprender aportando valor añadido al turismo tradicional y decantándose por actividades de alta gama, ensalzando el turismo experiencial y la especialización, poniendo en valor el medioambiente y la sostenibilidad.
  6. En sexto lugar se sitúa el comercio de moda y textil poniendo de relieve el comercio de proximidad. El 5% de las usuarias sigue eligiendo el comercio físico retail de moda para emprender. Aunque también se quiere diferenciar de la competencia y elige un producto de alto valor añadido (bien sea por tipo de producto ecológico, por precio, por marca,...).
  7. La siguiente es la industria de la moda. El 4,8% de las usuarias quiere poner en marcha una empresa de diseño de ropa. La mayoría es infantil y tienen como modelo de negocio la venta on line. Prefieren los tejidos orgánicos y ponen en valor el slow fashion. Se pone en valor la economía circular, las colecciones cápsula de tejidos orgánicos y los de segunda mano.
  8. En octava posición se sitúan los negocios relacionados con arte y los trabajos manuales de artesanía (4,2%). Es una reivindicación de la revalorización de la belleza local y de una forma de trabajar a demanda o en colecciones pequeñas, elaboradas con materiales nobles.
  9. Los servicios de marketing, comunicación y publicidad digital se han situado en novena posición con el 4,2% de los proyectos. A raíz de la pandemia el auge del mundo digital entre las pequeñas empresas ha sido una realidad y los profesionales del sector aumentan para satisfacer dicha demanda. El avance del e-commerce demanda profesionales expertos en servicios.
  10. En décimo lugar se encuentran los servicios generales (4%). Se engloban los servicios generales de limpieza, jardinería, fontanería,...enfocados tanto a residentes como a extranjeros con segunda residencia en la comunidad.
  11. Muy cerca se sitúan los centros de estética y peluquería (3,8%).
  12. La economía de la salud y sanidad es la opción elegida por el 3,6% de las emprendedoras. Se incluyen fisioterapias, psicoterapeutas, centros de cuidado de tercera edad, clínicas dentales, nutrición, asistencia a mayores a domicilios. Este segmento suele necesitar de un centro o espacio físico en el que desarrollarse. También suelen tener experiencia previa porque trabajan por cuenta ajena en otra empresa.
  13. Los centros y actividades deportivas (3,4%) incluyen centros de pilates y yoga.
  14. La organización de eventos y espectáculos (3,4%)
  15. El comercio al por menor (2,8%).

Entre estas primeras 15 ramas representan el 70% de las elecciones a la hora de emprender su empresa.



# Congrés d'emprenedores 2022

tres anys de dona impuls



### 4.3. ¿Dónde emprenden las mujeres de Dona Impuls?

La forma de trabajar también ha cambiado. Ahora presentan proyectos donde el espacio de trabajo es en el domicilio o en espacios compartidos ya que muchos servicios se pueden ofrecer on line. En la mayoría de los proyectos el establecimiento de venta al público ya no es imprescindible para empezar a trabajar.

Suele ser la opción elegida una vez que la empresa consolida sus ventas. La escasa oferta en alquiler a precios asequibles hace de esta opción una alternativa al abasto de unas pocas. Así consiguen reducir los costes fijos de alquiler y parte de esos gastos los invierten en una web y en publicidad a través de redes sociales. Sólo una minoría abrirá un establecimiento comercial al público para llevar a cabo su actividad.

La mayoría se decanta por las plataformas digitales para promocionar y/o vender su producto o servicio. El comercio electrónico en todos los sectores ha crecido gracias a la pandemia. De hecho éste es uno de los paradigmas que ha cambiado en estos últimos años: el teletrabajo y la digitalización es uno de los pilares para empezar un negocio.

### 4.4. ¿Dónde residen las mujeres de Dona Impuls?

En este apartado se detallan los municipios donde las emprendedoras están interesadas en ejercer su actividad. Para ello se han analizado los municipios de las 500 usuarias que con el plan de empresa o bien el alta a la Seguridad Social ubicarán su producción. Cabe destacar dos puntos: en primer lugar, que los municipios de producción no tienen porqué coincidir con los municipios de oferta del producto o servicio



# Congrés d'emprenedores 2022

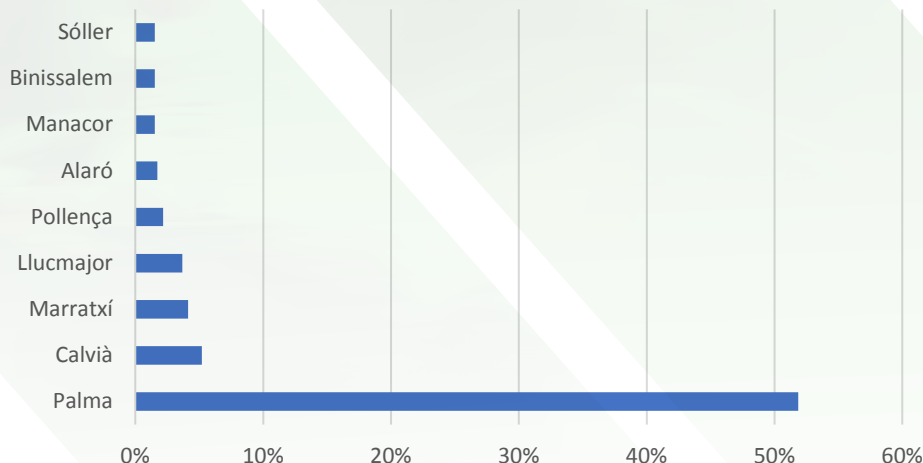
tres anys de dona impuls

(y más cuando muchos de los servicios se ofrecen on line) y, en segundo lugar, que los municipios de producción suelen coincidir con los municipios donde las emprendedoras residen.

En total las emprendedoras se dispersan en 45 municipios diferentes en los que desarrollar su actividad, excepto las de Menorca y de Ibiza y Formentera que al no disponer del desglose municipal se ha contado como si fueran solo dos municipios.

Como se observa en la gráfica, la primera opción es la capital: el 52% de las emprendedoras eligen Palma para poner en marcha su negocio. Es decir, 239 mujeres desarrollarán su actividad en esta localidad. Mientras que el 48% lo hace en el resto de municipios de las Illes Balears.

Distribución por municipios



En la gráfica se han representado sólo las nueve primeras para visualizarla mejor porque tienen un peso superior al 2%, ya que el resto de municipios más pequeños tienen una representación menor al 1%. Tres de cada cuatro solicitudes residen en 9 municipios de Mallorca: Palma (52%), Calvià (5%), Marratxí (4%), Lluçmajor (4%), Pollença (2%), Alaró (2%), Manacor (2%), Binissalem (2%) y Sóller (2%).

A más distancia se aglutinan el 9% restante entre 34 municipios diferentes de Mallorca que son: Ariany, Alcúdia, Andratx, Artà, Búger, Bunyola, Campanet, Campos, Capdepera, Consell, Costitx, Deià, Esporles, Felanitx, Inca, Lloseta, Llubí, Mancor de la Vall, Petra, Porreres, Puigpunyent, Sa Pobla, Sant Llorenç des Cardassar, Santa Eugènia, Santa Margalida, Santa María del Camí, Santanyí, Selva, Sencelles, Sineu, Son Servera, Vilafranca, Muro i Valldemossa.

Los municipios menorquines representan el 14% de los proyectos y los ibicencos el 4%. Se consideran como si fueran dos municipios más.



# Congrés d'emprenedores 2022

*tres anys de dona impuls*

## **4.5. ¿Con quién emprenden las mujeres?**

En la primera fase de su proyecto de negocio la mayoría de las mujeres deciden emprender solas. Se dan de alta como autónomas y serán ellas mismas las que pondrán en marcha el proyecto. Además, se encargarán de la mayoría de las gestiones (logística, producción, administración, comercialización, promoción,...). Es cierto que la dimensión de la mayoría de los proyectos es pequeña, ya que requieren de una inversión inferior a 30.000€ y no cuentan con más equipo que ellas mismas. En algunos proyectos, sobre todo en los que disponen de capital, o son de temporada, o concentran la demanda en puntas de trabajo, o requieren de trabajos específicos o tecnológicos, en esos casos contarán con profesionales externos para externalizar ciertas actividades o los internalizarán como parte de la plantilla. En una segunda fase, a medida que el negocio se vaya consolidando, contratarán a sus colaboradores y/o contarán con otros profesionales externos de forma permanente. Además, será en ese momento cuando decidan constituirse como persona jurídica.

Otra de las características a la hora de emprender es que son mujeres conscientes de sus propias limitaciones empresariales y de la dificultad que supone poner en marcha sola y, muchas veces, con financiación limitada su negocio. Así que participan activamente de los talleres, charlas y otras formaciones relacionadas con el emprendimiento.

En una segunda fase, cuando la actividad está consolidada, es cuando se constituye en persona jurídica y contrata un equipo de trabajo permanente.

## **4.6. Financiación y acceso al crédito**

Dos de cada tres mujeres necesitará financiación para la puesta en marcha de su negocio. El crédito medio suele ascender a 30.000 euros. No disponer de crédito podría ser un sesgo para ellas. Siendo una barrera incluso más importante que para los hombres. Por eso la ayuda a través de campañas específicas para el emprendimiento femenino alivia estas diferencias y fomenta el emprendimiento.

Estas conclusiones están en línea con el informe GEM España, donde estiman que más del 70% de las iniciativas emprendedoras se constituyen con menos de 30.000 euros de capital y la mayoría se financia con ahorros personales, aunque se tratan de empresas más pequeñas.

De ahí la importancia de ayudarles a acceder al crédito e informarles de las ayudas públicas.

La mayor parte de financiación de los proyectos que han finalizado con la constitución de empresas han procedido de entidades públicas como ISBA o un programa del Consell de Mallorca, y otras han contado con la financiación parcial de otras entidades financieras.



# Congrés d'emprenedores 2022

*tres anys de dona impuls*

## 5. Cambios a la hora de emprender antes y después del Covid

La pandemia supuso un cambio radical en general en la vida de las personas, el estado de alarma y el confinamiento impactaron de un modo trascendente en nuestro modo de vida y fueron los medios tecnológicos el elemento determinante para paliar el aislamiento y las consecuencias de la Covid. Las empresas no fueron ajenas a este fenómeno y su agilidad en la adaptación al nuevo modo de vida ha sido fundamental para su pervivencia y una experiencia de buena práctica para las empresas de nueva creación.

### 5.1. Perspectivas de negocio

Las usuarias que han pasado por el programa reflexionan sobre el valor añadido de su negocio. Se da importancia a poder conseguir diversificar su producto o servicio o reinventar su modelo de negocio para encontrar nuevas oportunidades durante la pandemia.

Otra particularidad de estos años anteriores es que durante sus ERTE no se han quedado paradas, esperando a que la crisis pasara, sino que avanzaron y empezaron a plantearse alternativas de trabajo por cuenta propia. Una vez pasada la crisis algunas recuperaron sus trabajos anteriores por cuenta ajena y otras decidieron consolidar su negocio.

De hecho este cambio se ha visto reflejado en el valor añadido de los proyectos. Durante el asesoramiento de 2020, en pleno confinamiento y con una inestabilidad manifiesta no sólo por la situación de ERTE en muchas empresas turísticas de Baleares sino también por las dificultades económicas y/o financieras que suponían, además de los conflictos de inestabilidad familiar que se vivieron en muchos domicilios particulares, la forma de emprender tenía el matiz de “autoocupación”. Las mujeres necesitaban dar una solución inmediata a los problemas que iban surgiendo en su entorno y el emprendimiento era la respuesta, en muchos de los casos. En este sentido, la gran mayoría son emprendedoras noveles que buscan poner en marcha por primera vez un negocio.

Los proyectos planteados se dirigían a segmentos en auge, que tenían como objetivo mejorar el entorno y las actividades tradicionales aportando ideas, procesos, combinaciones de mayor valor añadido.

Mientras que los proyectos de 2021 son más maduros y las emprendedoras, aunque noveles, cuentan con experiencia previa por cuenta ajena, lo que facilita la puesta en marcha de la empresa. Eso significa que son ideas que llevan mucho tiempo en la cabeza y deciden emprender después del primer año de pandemia. La pandemia les ha hecho replantearse su estilo de vida (binomio entre trabajo y familia) y deciden empezar a hacer su sueño realidad.

De hecho en este grupo están las emprendedoras por vocación que buscan realizarse, alcanzar su sueño, ser sus propias jefas o hacer de su pasión y hobby su modo de vida. La mitad cuenta con experiencia anterior, ya que estuvo contratada por cuenta ajena, lo que facilita la puesta en marcha.





# Congrés d'emprenedores 2022

*tres anys de dona impuls*

## **5.2. Digitalización y teletrabajo: los pilares para afrontar la pandemia**

La mayoría de los negocios ya no emprenden necesitando de unas instalaciones, el alquiler de unas oficinas o un escaparate, sino que invierten sus recursos en la web y las redes sociales. Muchas compaginan su espacio familiar con su despacho profesional. Y para ocasiones puntuales alquilan un coworking o llegan a acuerdos con otras empresas. La adopción de tecnologías digitales, así como la preocupación por la sostenibilidad y el impacto social y medioambiental de sus iniciativas, es santo y seña de las iniciativas emprendedoras.

Las empresas creadas en estos tres años a raíz del Dona Impuls tienen una característica común y es la intercalación entre las que pueden ser complementarias, y en ello influye en un alto grado el compartir tecnológicamente aspectos comunes o complementarios, lo que supone un valor añadido a cada empresa que adopta esta cooperación recíproca.

En este sentido, han sido muy demandadas las ayudas para digitalizar el negocio y formarse en nuevas tecnologías, así como los recursos para la creación de empresas.

Por último, señalar que en esta edición el GEM ha analizado por primera vez la adopción de tecnologías digitales y la orientación a la sostenibilidad de las actividades emprendedoras. La conclusión es que la pandemia ha acelerado la adopción de tecnologías digitales como estrategia clave para las compañías. De hecho un 21 % de las iniciativas recientes (TEA) y un 27 % de las empresas consolidadas han mejorado sus planes iniciales de digitalización en 2021. Igualmente, la sostenibilidad y preocupación por el impacto social y medioambiental están muy presentes en el desarrollo del modelo empresarial.

El teletrabajo aporta mayor flexibilidad para trabajar en cualquier sitio y un mayor rendimiento del equipo, tanto si se trata del empresariado, personal de dirección, personas autónomas o trabajadoras por cuenta ajena. En cambio también supone un mayor aislamiento personal y profesional. Es necesario estar en contacto con todo el equipo para mantener reuniones periódicas, jornadas fijas de trabajo y crear sinergias más personales entre el equipo.

## **5.3. Innovación y valor añadido**

El emprendimiento se ha realizado en los mismos sectores, pero con una mirada más innovadora y de alto valor añadido, dando como resultado modelos de negocio más modernos e innovadores. Aun así, según el estudio GEM, actualmente hay un 50 % menos de iniciativas de medio y alto valor tecnológico lideradas por mujeres que por hombres, lo cual sigue suponiendo una importante brecha en el emprendimiento de alto valor añadido, que requiere de actuaciones y políticas específicas.

Los nuevos proyectos se dirigen a un público global, segmentado y sin barreras digitales. La novedad es que en los últimos años las empresas se dirigen a más público. Conviene distinguir dos tipos de ámbitos, el de proyectos locales que tienen puesto el foco al entorno más inmediato. Son todas aquellas empresas de kilómetro cero, productos locales, economía más cercana. Y los proyectos de base digital o tecnológica que claramente su foco está en una escala global. En ambos casos suelen dirigirse a un público conocedor de su producto o servicio, especializado o segmentado.



# Congrés d'emprenedores 2022

tres anys de dona impuls

## 5.4. Flexibilidad

Otro de valores que más protagonismo ha tenido entre las emprendedoras del programa es la flexibilidad y la capacidad de cambio dada la inestabilidad creada por la pandemia en cuanto al futuro. Se aprende a estar atenta a los cambios y a la inestabilidad de la demanda como consecuencia de la pandemia. Durante años la demanda ha tenido un comportamiento previsible que permitía anticipar las estrategias de la empresa. El escaso control del futuro como consecuencia del confinamiento y de la crisis de la pandemia ha dado como respuesta estrategias más rápidas y flexibles. Ha aligerado a las empresas vía costes. Ha crecido la externalización y se han pospuesto inversiones.

## 6. Conclusión

---

A modo de conclusión estos tres años de Dona Impuls han constatado la necesidad de la iniciativa de emprendimiento de mujeres, igualmente se evidencia la necesidad de que todas las administraciones públicas apuesten por el desarrollo empresarial femenino que permita a las emprendedoras sobrevivir los tres primeros años, ya que es harto conocido que no suele haber beneficios en este periodo debido a la inversión inicial, extensión del negocio y conocimiento general de la empresa.

Tampoco puede este estudio valorar la estabilidad de las empresas constituidas debido al corto plazo de tiempo transcurrido, no obstante, por la evidencia empírica y por los encuentros periódicos entre emprendedoras del programa si se puede afirmar que en general hay estabilidad en los 87 negocios creados hasta ahora, y los que están por llegar y han sido asesorados este año, lo cual además de congratularnos, nos permite tener unas buenas expectativas del desarrollo de las empresas constituidas.



# Congrés d'emprenedores 2022

*tres anys de dona impuls*

**dona impuls**

Servicio integral empresarial  
para mujeres



Organitza



Col·labora

