

Brecha salarial | Pay gap | Écart salarial
Empoderamiento | Empowerment | Autonomía
Internacionalización | Internationalisation
Innovació | Innovación | Innovation | Innovation



I Congreso Internacional de **MUJER y EMPRESA**

Congrés internacional de Dona i Empresa
International congress of Women and Business
Congrès international de Femme et Entreprise

Conclusiones



**I Congreso
Internacional de
MUJER y EMPRESA**

*Congrés internacional de Dona i Empresa
International congress of Women and Business
Congrès international de Femme et Entreprise*



Conclusiones



Índice

1. FICHA TÉCNICA	4
2. BRECHA SALARIAL	5
1. Marco conceptual	5
2. Hechos y actuaciones realizadas hasta la fecha	10
3. Propuestas	11
4. Indicadores de seguimiento	12
5. Presupuesto	12
3. EMPODERAMIENTO	13
1. Marco conceptual	13
2. Hechos y actuaciones realizadas hasta la fecha	17
3. Propuestas	18
4. Indicadores de seguimiento	19
5. Presupuesto	19
4. INTERNACIONALIZACIÓN	20
1. Marco conceptual	20
2. Hechos y actuaciones realizadas hasta la fecha	23
3. Propuestas	23
4. Indicadores de seguimiento	23
5. Presupuesto	23
5. INNOVACIÓN	24
1. Marco conceptual	24
2. Hechos y actuaciones realizadas hasta la fecha	29
3. Propuestas	29
4. Indicadores de seguimiento	30
5. Presupuesto	30
6. CONCLUSIÓN GLOBAL	31
7. ANNEXO	32



I Congreso Internacional de MUJER y EMPRESA

*Congrés internacional de Dona i Empresa
International congress of Women and Business
Congrès international de Femme et Entreprise*

1. Ficha técnica

Seminario

I Congreso Internacional Mujer y Empresa

Temas clave

Desigualdad salarial, Empoderamiento, Internacionalización e Innovación

Organizadores

PIMEC - Comisión Mujer y Empresa de PIMEC

Fechas

20-21 noviembre 2018

Lugar

Barcelona, Palacio de Pedralbes

N.º asistentes

Más de 230 personas

N.º entidades

Más de 130 empresarios y empresarias de pymes, representantes de 13 asociaciones de mujeres, así como responsables de igualdad de los diferentes agentes sociales de Cataluña.

N.º de continentes

3 continentes (Europa, América y África)





2. Brecha Salarial

1. Marco conceptual:

La brecha salarial es un indicador que mide la desigualdad salarial entre hombres y mujeres.

La brecha salarial se define como el porcentaje adicional que ganan los hombres respecto de las mujeres, es decir, el resultado de dividir el salario de los hombres por el de las mujeres. Este indicador se puede calcular de varias maneras según qué datos de ingresos se utilicen, obteniéndose distintas lecturas.

- Para el cálculo básico de la brecha salarial se toma como referencia el salario medio por hora bruto, sobre un mismo trabajo desarrollado por hombres y mujeres.
- La brecha salarial total toma como referencia los ingresos anuales medios. Ello incluye: la remuneración por hora, las horas trabajadas no pagadas y circunstancias como permisos y ausencias por tiempo dedicado a la familia (frecuentemente asumido por mujeres).

Así pues, la naturaleza de la brecha salarial es compleja en sí misma, puesto que el mercado de trabajo también lo compran los diferentes permisos, ausencias y otros factores de promoción laboral tradicionales que repercuten negativamente en el cómputo total de los salarios de las mujeres.

Las consecuencias de esta desigualdad van mucho más allá de la remuneración económica a corto plazo, que es lo que a menudo refleja este indicador. La desigualdad en la remuneración entre hombres y mujeres es un fenómeno más complejo, que da lugar a un conjunto de efectos a medio/largo plazo como son las dificultades en la consolidación de las carreras profesionales, las menores prestaciones futuras de Seguridad Social y una mayor exposición al riesgo de pobreza.

Abordar la brecha salarial implica hacer frente a un fenómeno multifactorial que incluye la educación, los estereotipos, la discriminación directa o indirecta, la segregación vertical y horizontal (tipo de cargos y sector profesional) y los factores estructurales e institucionales que provocan desigualdades de facto como la infravaloración del trabajo de las mujeres o la falta de corresponsabilidad, entre otras.

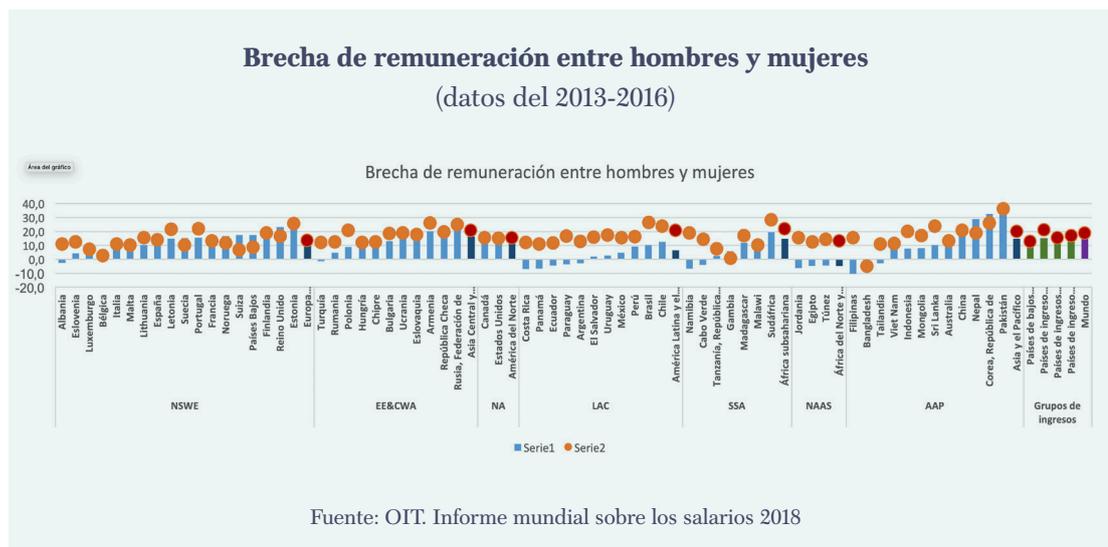
Con frecuencia las desigualdades salariales se arraigan en las tradiciones, los roles de género y la infravaloración del trabajo y las capacidades de las mujeres. Pero también en las dificultades para conciliar la vida personal y laboral y la segregación laboral por razón de género, lo que contribuye a la reducida presencia de las mujeres en puestos de liderazgo y dirección. Ello supone que exista también una falta de mujeres referentes.

A nivel mundial, la brecha salarial no ajustada (calculada como media de los salarios/hora de trabajadores y trabajadoras de 73 países) se sitúa en un 16% (con 34% en Pakistán y -10% en Filipinas). Si se utiliza la media salarial ajustada (salario/mes), la brecha salarial a nivel mundial es del 22% (en Filipinas la brecha pasa a ser desfavorable para las mujeres en un 15,7%, al igual que en Albania y Turquía)¹.

¹OIT. Informe Mundial sobre Salarios 2018-2019. Datos de 2016 o los más recientes disponibles.



De acuerdo con la misma fuente anteriormente referenciada, la brecha salarial entre sexos en la UE es de 16,2% (13,3% la ajustada). En España se sitúa en 14,2% y en Cataluña, en 13,9% (2015)².



² IDESCAT. <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=ue&n=10128&lang=es>. (Acceso 04/01/2019)



En comparación con otros países de nuestro entorno, la encuesta de Microdatos de la Encuesta de Estructura Salarial (EES) 2014 indicaba que la brecha salarial sin ajustar en España era del 17,5%, por detrás de Alemania (22%), Reino Unido (21%) y superior a la de Francia (16%). Hay que ser cuidadoso en la interpretación de estos datos, ya que esconden factores económicos, sociales y culturales que implican que no sean comparables, como por ejemplo la mayor cualificación de las trabajadoras en España o la mayor comprensión salarial en los niveles bajos de salarios³.



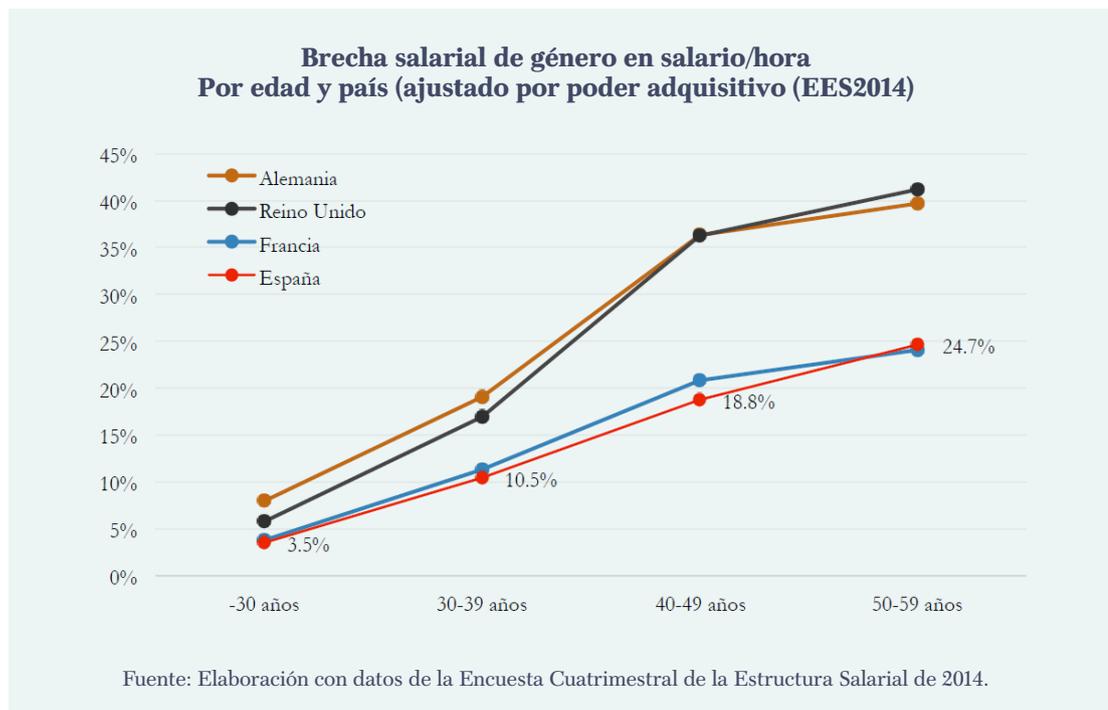
La brecha salarial total es muy superior: 39,6% en la UE, 35,7% en España⁴ (Eurostat 2014) y 23,9% en Catalunya en 2015⁵. De acuerdo con los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística, el salario medio de las mujeres en el año 2017 fue de 1.668,7 euros al mes, a diferencia del de los hombres, que llegó a los 2.090,6 euros.

En todos los países, la brecha salarial aumenta con la edad de las personas trabajadoras; en España llega al 24,7% en las personas trabajadoras de 50-59 años. En el análisis de este fenómeno hay que destacar que, en la población trabajadora de menos de 30 años, la brecha se sitúa por debajo del 7% en todos los países y aumenta hasta el 24% en Francia y España, y supera el 40% en Alemania y Reino Unido. Esto puede reflejar menos años de experiencia laboral acumulada, resultado de la incorporación tardía al mercado laboral ("lastre" generacional) y/o interrupciones laborales por razones de familia o maternidad.

³ FEDEA. Brechas Salariales de Género en España 2018/O6.

⁴ Comisión Europea. La brecha salarial de género. Noviembre 2018. https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/aid_development_cooperation_fundamental_rights/equalpayday_factsheets_2018_country_files_spain_es.pdf

⁵ GENCAT. <https://web.gencat.cat/es/actualitat/detall/La-brecha-salarial-a-Catalunya-es-del-239> (Acceso 04/01/2019).



La antigüedad en la empresa aumenta también la brecha entre las personas trabajadoras. Esta diferencia, que existe desde la contratación, ha ido disminuyendo desde el 2002, sobre todo en cuanto a los primeros años de contratación. Pero en el caso de trabajadores/as de más de 7 años de antigüedad, esta disminución ha sido mucho menor.

Algunos autores atribuyen este fenómeno a la mayor disposición a la movilidad laboral de los hombres (buscando trabajos mejor remunerados o mejorando sus opciones) y también a que las mujeres negocian peor el propio salario.



**Brecha salarial de género ajustada y proporción de mujeres,
por antigüedad en la empresa**

Brecha salarial de género ajustada (%)				
Año	Menos de 1 año	1-3 años	4-7 años	Más de 7 años
2002	16.08 (0.008)	15.99 (0.005)	18.93 (0.009)	19.37 (0.007)
2006	10.49 (0.009)	14.87 (0.006)	18.22 (0.009)	19.59 (0.007)
2010	9.74 (0.016)	11.01 (0.007)	15.59 (0.010)	17.74 (0.006)
2014	6.99 (0.010)	7.8 (0.007)	11.17 (0.008)	16.35 (0.005)
% Mujeres				
2002	40.74	38.99	38.05	33.75
2006	40.91	41.90	43.50	37.79
2010	46.13	50.62	49.95	42.92
2014	45.12	48.32	52.56	46.44

Notas: Errores estándar del coeficiente de la dummy de mujer en paréntesis. Todos los coeficientes son estadísticamente significativos a un 1%.

Fuente: Estudios sobre la Economía Española - 2018/06. FEDEA & Universidad Complutense

El nivel educativo de las mujeres en España es alto, lo que favorece la reducción de la brecha salarial en general. Sin embargo, en todos los niveles educativos la brecha salarial sigue favoreciendo a los hombres. El nivel educativo bajo es el que mayor reducción de la brecha ha experimentado en los últimos años (de 21,3% a 11,24%), lo que en parte se explica por la destrucción de puestos de trabajo poco cualificados y bien pagados en la construcción típicamente masculinos, debido la crisis. Por otro lado, entre las personas trabajadoras con formación terciaria la reducción de la brecha ha sido mínima (de 14,29% a 11,91%).

En resumen, la brecha es un fenómeno multidimensional y complejo que varía mucho en función del contexto, que tiene consecuencias relevantes, por lo que es importante que el entorno empresarial sea consciente del impacto que tiene sobre las trabajadoras y sea capaz de identificar las posibles causas y condicionantes que las lleva a sostener esta situación.



2. Hechos y actuaciones realizadas hasta la fecha:

- Dado que las **Naciones Unidas** establece que “De aquí a 2030, debe alcanzarse (...) la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor”, meta 8.5 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 8).
- Dado que la **Organización Internacional del Trabajo (OIT)** prevé:
 - “El reconocimiento del principio de salario igual por un trabajo de igual valor”, Preámbulo de la Constitución de la OIT, 1919.
 - “La obligación de garantizar la aplicación a todas las personas trabajadoras del principio de igualdad de remuneración entre la mano de obra masculina y la mano de obra femenina por un trabajo de igual valor”, Convenios sobre igualdad de remuneración (núm. 100) de 1951.
 - La prohibición de establecer cualquier “distinción, exclusión o preferencia que tenga por efecto anular o alterar la igualdad de oportunidades o de trato en el trabajo” (incluido el género), Convenio sobre discriminación (trabajo y empleo) (núm. 111) de 1958.
- Dado que la **Unión Europea** establece:
 - Igualdad salarial como principio fundamental, Tratado de Roma, Art 119 (posteriormente artículo 141).
 - “Cada Estado miembro garantizará la aplicación del principio de igualdad de retribución entre trabajadores y trabajadoras por un mismo trabajo o por un trabajo de igual valor”, Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, Art 157.
 - “La igualdad entre hombres y mujeres estará garantizada en todos los ámbitos, incluidos aquellos que afectan a la materia de empleo, trabajo y retribución. El principio de igualdad no impide el mantenimiento o la adopción de medidas que favorezcan ventajas concretas en favor del sexo menos representado”, Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea, Art 23.
 - Directiva de igualdad de retribución (n.º 75/117).
- Dado que el artículo 28 del **Estatuto de los Trabajadores** del Estado español prevé la igualdad de remuneración por razón de sexo, así como las previsiones de la Ley 3/2007, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, y la Ley 17/2015, de igualdad efectiva de mujeres y hombres.
- Dado que recientemente se ha lanzado la Coalición Internacional para la Igualdad Salarial (EPIC) como iniciativa conjunta de la OIT, ONU-Mujeres y OCDE con el objetivo de lograr la igualdad de la remuneración entre hombres y mujeres. Esta coalición solicita una actuación coordinada y concreta y señala que el ritmo de los resultados de las acciones emprendidas hasta la fecha es demasiado lento.
- Dado que aún es pronto para evaluar los resultados, la transparencia salarial se está empezando a exigir y/o aplicar en distintos entornos y países. Algunos medios señalan las ventajas experimentadas por empresas que muestran de forma abierta la remuneración de todas las personas trabajadoras de la empresa, acompañada de otra información sobre beneficios o acuerdos que puedan existir entre empresa y empleados (permisos, horarios, etc.)⁶⁻⁷. Otros medios indican que el hecho de tener que publicar estos datos debería inducir cambios en aquellas empresas donde el sistema de salario es injusto o injustificado, a efectos de avergonzarse⁷.

⁶ Dromey J Rankin L. The Fair Pay Report. How pay transparency can help tackle inequalities. Institute for Public Policy Research. 2018 <https://www.ippr.org/research/publications/the-fair-pay-report>

⁷ Alderman L. Britain Aims to Close the Gender Pay Gap with Transparency and Shame. The New York Times. April 2018. <https://www.nytimes.com/2018/04/04/business/britain-gender-pay-gap.html>



Pese a la existencia de normativas, vigentes desde los años 50, que defienden la igualdad de remuneración entre trabajadores y trabajadoras, la realidad demuestra que el impacto de estas medidas en el reconocimiento del trabajo de las mujeres y su contribución a la generación de riqueza económica es del todo insuficiente, no progresa con la suficiente rapidez y puede resultar en un desequilibrio.

3. Proponemos a continuación las siguientes acciones:

Corregir o enderezar los factores que conducen a una brecha salarial injustificada requiere disponer de información y datos fiables y contrastados, para proponer las acciones más adecuadas y evaluarlas. Por eso, desde el Congreso, y concretamente desde la Tabla de brecha salarial se propone:

- * **Diseñar un Sistema de Transparencia Salarial (STS)** como un instrumento o conjunto de instrumentos que incorporen los elementos necesarios para dar una información veraz de la remuneración de los trabajadores/as, poder establecer comparaciones fiables y evaluar la adhesión a las directrices/normativas de igualdad de los trabajadores/as.

El sistema de transparencia salarial y los instrumentos que lo componen han de poder reflejar objetivamente otros indicadores directamente relacionados con la remuneración y el desempeño del trabajo⁸, así como adecuarse a las diferentes realidades de los países, sectores industriales y tipos de trabajos.

- * **Implementar el Sistema de Transparencia Salarial** sensibilizando a las empresas sobre las ventajas de identificar la posible existencia de brecha salarial en sus organizaciones, así como de la necesidad de implementar políticas de transparencia en relación con las remuneraciones del trabajo, en concreto el STS.

Es necesario que las empresas analicen su situación salarial y que comuniquen los resultados dentro del STS. La obligatoriedad de publicar información relacionada con las desigualdades salariales entre hombres y mujeres se ha implementado en países como Alemania, Reino Unido, Islandia, Bélgica, Australia y Austria.

- * **Incorporar el STS Europeo como línea prioritaria de investigación de la Unión Europea, dentro de las convocatorias del programa actual 2014-2021.**

- * **Involucrar otros organismos oficiales** de carácter internacional (tipo EPIC) con competencias y responsabilidades en la materia para que aborden la medida y den su apoyo al diseño, desarrollo e implementación del STS.

⁸ Elsesser K. Pay Transparency Is The Solution to Pay Gap: Here's One Company's Success Story. FORBES Sept 2018. <https://www.forbes.com/sites/kimelsesser/2018/09/05/pay-transparency-is-the-solution-to-the-pay-gap-heres-one-companys-success-story/#148eaaa55010>



4. Los indicadores de seguimiento de las propuestas son:

- Número de acciones políticas llevadas a cabo para diseñar y/o implementar un STS en 2019 hasta la elaboración del informe de resultados en fecha 2021.
- Número de propuestas de STS (e instrumentos) por parte de entidades (universidades, institutos de investigación, empresas, gobiernos, etc.) diseñadas y puestas en marcha, publicadas o presentadas públicamente durante los años 2019, 2020 y 2021.
- Número de convocatorias que hayan incorporado como línea prioritaria de investigación el diseño de un sistema de transparencia salarial a nivel europeo, hasta la elaboración del informe de resultados en fecha 2021.

5. Presupuesto:

- 4-5 millones de euros: diseño, testeo e implementación del STS
- 2-m millones de euros: networking y elaboración de observaciones al STS diseñado



3. Empoderamiento

1. Marco conceptual:

El empoderamiento es la capacidad que tienen las personas en situaciones de vulnerabilidad de conseguir una transformación, dejar de ser objeto de otras y convertirse en las protagonistas de su propia historia y vida.

Las sociedades patriarcales se basan en una ideología que perpetúa la desigualdad social. La toma de conciencia por parte de niñas y mujeres de esta discriminación y subordinación supone un desafío a esta ideología y el paso previo para transformar las estructuras que la sostienen. El desarrollo de la conciencia política es crucial en el proceso de empoderamiento de las mujeres hacia la superación real de la desigualdad.

Empoderarse implica que las mujeres accedan al poder y adquieran confianza en ellas mismas para tener autonomía sobre sus vidas y escapar del control de los limitados roles que nos impone la sociedad. Comporta, en definitiva, no permitir la dominación sobre los demás, sino tener acceso a los recursos, capacidades y conciencia para acabar con la situación de desigualdad en la que vivimos.

Nuestra sociedad no se puede permitir no aprovechar el talento femenino. Y no solo por la inversión económica realizada en la educación de las mujeres, sino también porque no aprovechar el potencial femenino en el mercado de trabajo significa renunciar a sus amplias capacidades y a su manera de enfrentarse a los problemas que tenemos hoy en día.

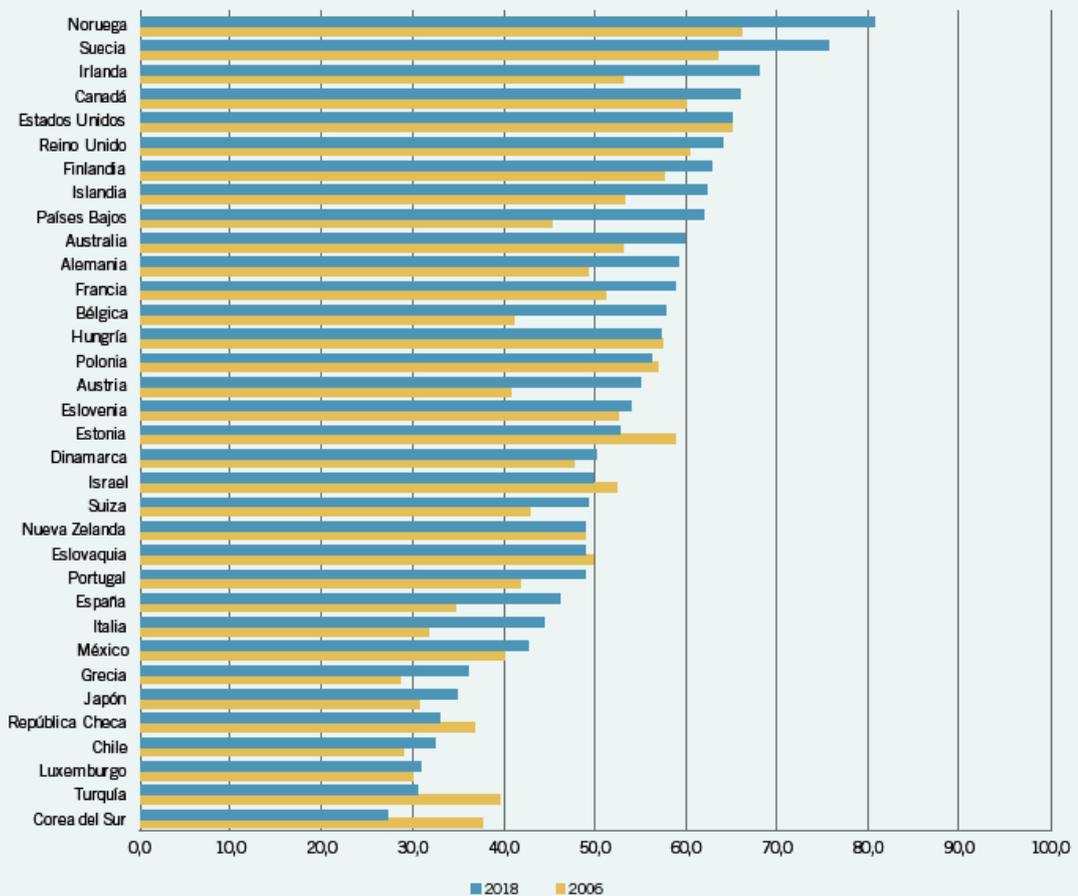
El número de directivas a nivel mundial entre 2006 y 2018 ha aumentado solo del 4,4% al 4,5% de acuerdo con el *Índice de Liderazgo femenino i-Will* de IESE⁹. El estudio también resalta que el país con mayor igualdad de directivos y directivas es Estados Unidos, con un 16,9% y un 14,5% respectivamente. Los 4 países con más consejeras son Islandia (44%), Noruega (41%), Francia (37%) y Suecia (35%). A continuación plasmamos los datos a nivel mundial de la evolución del liderazgo empresarial (2006-2018).

⁹ Índice: https://media.iese.edu/upload/AFEstudioIndiceIWillBAJA_1.pdf

Resumen índice: <https://blog.iese.edu/nuriachinchilla/files/2018/05/I-Will-09-mayo-PPT-Índice.pdf>



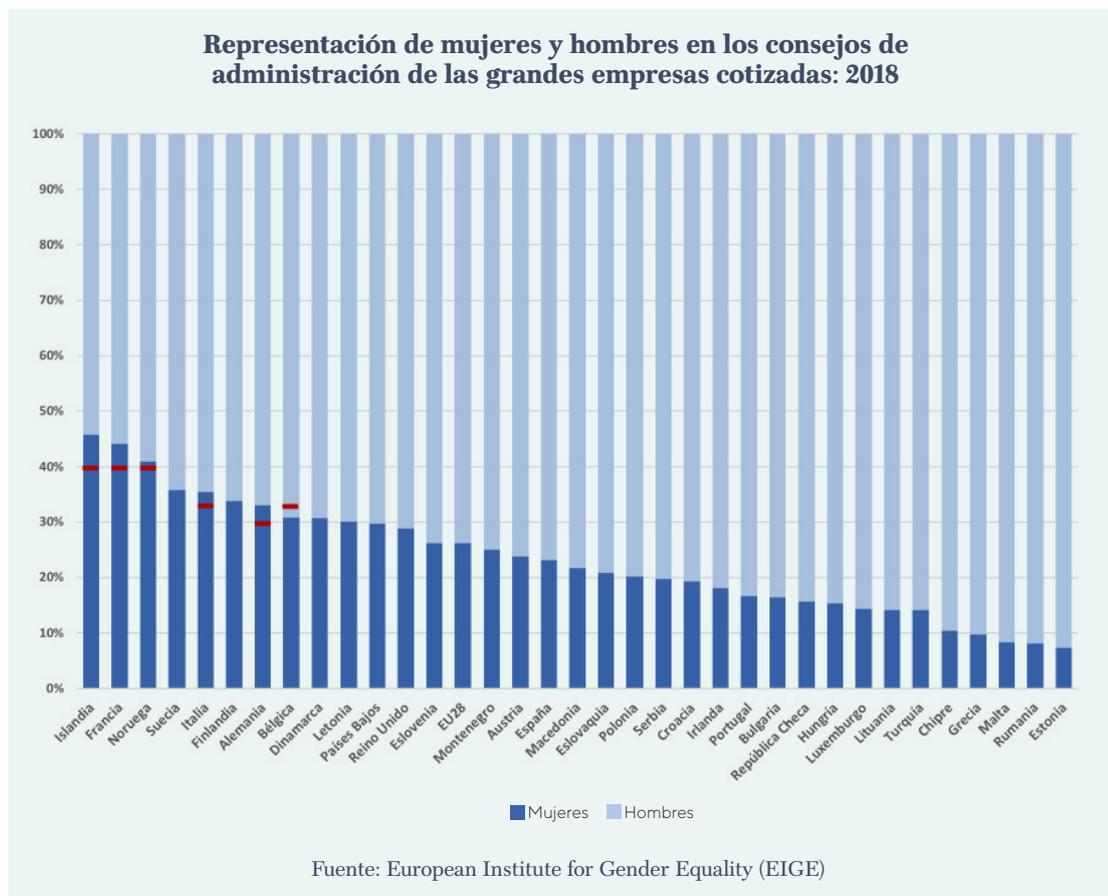
Evolución del liderazgo empresarial (2006-2018)



Fuente: IESE Business School. Índice I-Will 2018

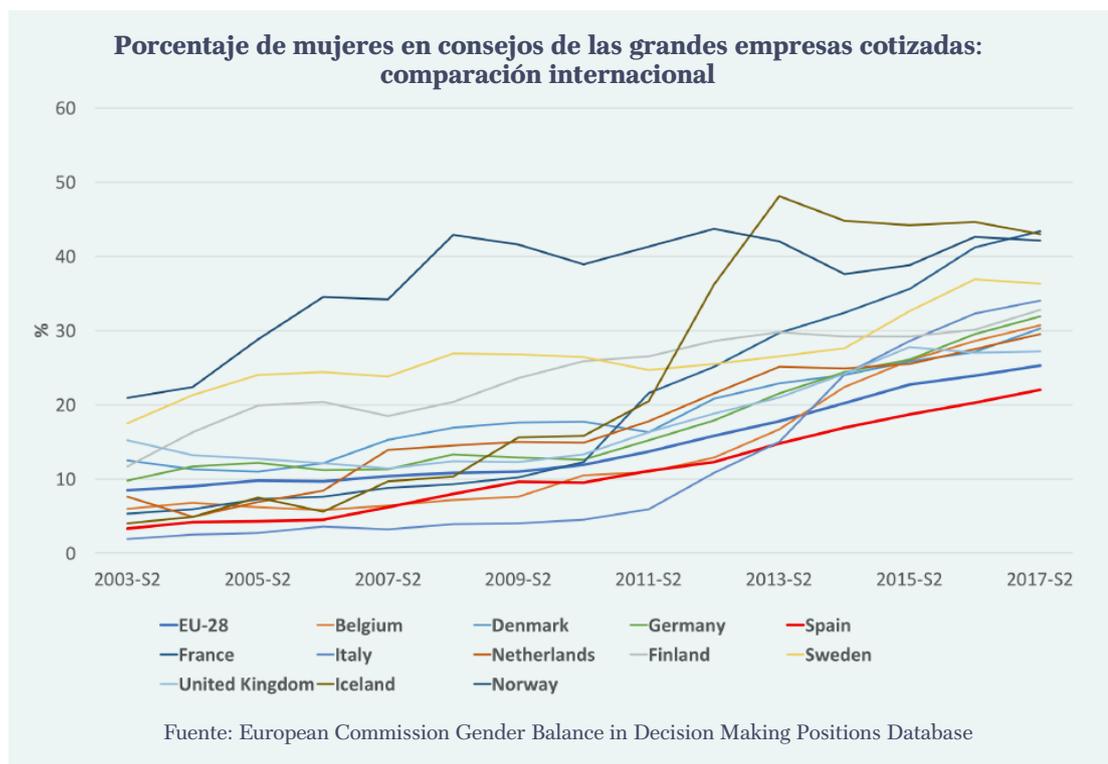


La representación de mujeres y hombres en los consejos de administración de las grandes empresas cotizadas en Europa es, en el año 2018, la que a continuación se muestra:





España se sitúa por debajo de la media en el porcentaje de mujeres en los consejos de administración de las grandes empresas cotizadas de la Unión Europea, de acuerdo con el gráfico siguiente:



España está situada por encima de la media global (24%) y en el mismo rango que la Unión Europea (27%); el avance del liderazgo femenino se ha frenado en España.

En Cataluña, solo el 26% de los puestos directivos están ocupados por mujeres. Un 17% de las empresas del Ibex 35 no tienen ninguna mujer en su comité de dirección, un 34% tienen una mujer y un 32% tienen dos mujeres. Solo el 17% tienen tres o más mujeres. Según algunos estudios, solo el 27% de la dirección de los diferentes departamentos dentro de las empresas es gestionada por mujeres.

La presencia de un mayor número de mujeres en el tejido empresarial y en todos los niveles de poder (o feminización empresarial) es una lucha por la eficiencia empresarial, y no solo una lucha por la igualdad de género. Christine Lagarde, directora gerente del Fondo Monetario Internacional (FMI), es la primera que constató esta afirmación en 2013. Un aumento en la tasa de actividad femenina beneficiaría a todos de muchas maneras. Por ejemplo, si se incrementa el número de mujeres que trabajan en el mismo nivel que los hombres en Emiratos Árabes Unidos, el PIB se incrementaría un 12%, en Japón un 9% y en los EE. UU., un 5%.



La consultora McKinsey¹⁰ evidenció en el 2007 que las mujeres representan más del 50% de la población mundial; sin embargo, contribuyen con solo el 37% del PIB mundial. Un aumento en la participación de la mujer en la fuerza de trabajo aportaría 12 billones de dólares al crecimiento global en el año 2025.

Así mismo, el último estudio de esta consultora afirma que las empresas con mujeres en los consejos de administración tienen un rendimiento de capital de un 47% más que el resto.

Es importante que hombres y mujeres entiendan por qué el liderazgo equilibrado, en cuanto a género se refiere, es siempre positivo.

2. Hechos y actuaciones realizadas hasta la fecha:

- Dada la falta de iniciativas en la mayoría de las regiones del mundo.
- Dado que se trata de una problemática poco abordada en los entornos académicos y de investigación.
- Dado que en el año 2010 la Comisión Europea adoptó la “Estrategia por la igualdad entre hombres y mujeres 2010-2015”, y una de sus acciones claves fue “favorecer el incremento del número de mujeres en los Comités y en los grupos de expertos establecidos por la Comisión, con el objetivo de llegar al menos al 40% de mujeres” (Comisión Europea 2011).
- Dado que en noviembre del 2012 la Comisión Europea propuso una Directiva por la que se establece un objetivo mínimo, para 2020, del 40% para los miembros no ejecutivos del género menos representado en los consejos de administración de las empresas cotizadas en Europa.
- Dado que en algunos Estados de la UE se aplica lo que denominan normas de preferencia a favor de las candidaturas femeninas, siempre que concurra un criterio de igualdad o equivalencia en la capacitación. Tenemos experiencias de países de la UE, como Alemania, que han promovido las cuotas y en tres años han incrementado en un 9% las mujeres en puestos directivos. Una situación parecida se ha dado en Francia. Noruega fue pionera en la introducción de cuotas para mujeres con un 40% obligatorio desde 2003. Estos países defienden que la introducción de cuotas genera una mayor motivación en las mujeres para presentarse a determinados puestos directivos, lo que supone un impulso a mejorar su rendimiento en la empresa, por lo que desaparece el riesgo de que los hombres sean reemplazados por mujeres con menor cualificación y preparación.
- Dado que en la actualidad en España hay una propuesta de ley presentada por el grupo parlamentario socialista para garantizar la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el trabajo y el empleo, la cual prevé la obligatoriedad de negociar acciones positivas en diferentes ámbitos, incluyendo la previsión de establecer la obligatoriedad de dar cumplimiento al principio de presencia equilibrada en los consejos de administración en el año 2023.

¹⁰<https://www.mckinsey.com/es/our-insights>



- Dado que en España la Ley Orgánica 3/2007, para la igualdad efectiva de hombres y mujeres, prevé en su artículo 75 que “Las sociedades obligadas a presentar cuenta de pérdidas y ganancias no abreviada procurarán incluir en su Consejo de administración un número de mujeres que permita llegar a una presencia equilibrada de mujeres y hombres en un plazo de 8 años a partir de la entrada en vigor de la Ley.”
- Dado que en Cataluña la Ley 17/2015, de igualdad efectiva de mujeres y hombres, ya prevé lo que debe entenderse por representación paritaria: “i) Representación paritaria: la situación que garantiza una presencia de mujeres y hombres de modo que ningún sexo supere el 60% del conjunto de personas a que se refiere ni sea inferior al 40%, y que debe tender a alcanzar el 50% de personas de ambos sexos.”

3. Proponemos a continuación las siguientes acciones:

- * **Establecer unos sistemas de cuotas en los órganos de dirección de las empresas**, con la finalidad de garantizar una presencia de mujeres y hombres según la cual ningún sexo supere el 60% del conjunto de personas a que se refiere ni sea inferior al 40%, y tienda a alcanzar el 50% de personas de ambos sexos. Existe un techo de cristal que dificulta el acceso de las mujeres a los puestos más elevados de las organizaciones. La medida está destinada a garantizar que las mujeres puedan acceder a determinadas posiciones en las que tienen una menor presencia que los hombres (consejos de administración, puestos de gerencia y dirección de las empresas, entre otros). Por lo expuesto, algunos países como Francia, Italia o Islandia han establecido sistemas de cuotas de participación femenina en los órganos directivos de las compañías.
- * **Proceder a analizar los resultados en los países que han implantado el sistema para generar la buena práctica previa implantación de la misma.**
- * **Instar al Parlamento Europeo para que encargue un estudio a la Comisión de análisis del sistema** que permita abordar su regularización en base a resultados técnicos y científicos.
- * Diseñar **programas a nivel global de mentoring** para impulsar la presencia de mujeres en cargos de dirección, creando líneas de financiación para organizaciones, instituciones y entidades privadas.



4. Los indicadores de seguimiento de las propuestas son:

- Los sistemas de cuotas implementados y puestos en funcionamiento en 2 años hasta la elaboración del informe de resultados en el 2021.
- Número de países analizados que hayan implantado el sistema para ver las buenas prácticas para el informe de 2021.
- Número de acciones y programas en marcha de mentoring entre 2019 y 2021, cuando se elabore el informe de resultados.
- Acciones políticas a nivel nacional y europeo realizadas para dar visibilidad a los sistemas de cuotas implementados y puestos en funcionamiento desde 2019 hasta la elaboración del informe de resultados en fecha de 2021.
- Número de stakeholders que han participado en el estudio realizado para ver las buenas prácticas para el informe de 2021.

5. Presupuesto:

- 3-4 millones de euros, para realizar el estudio de los resultados obtenidos en los países que han implantado el sistema de cuotas
- 2-3 millones de euros, para el diseño de programas de mentoring a nivel global



4. Internacionalización

1. Marco conceptual:

La internacionalización empresarial es el proceso mediante el que la empresa crea las condiciones necesarias para salir al mercado internacional. Lo hace para estar totalmente asentada en la economía de estos países, no se trata de tener una presencia puntual en algún otro país. Por eso, se trata de un proceso de largo recorrido, con etapas claves y un plan estratégico bien definido.

A pesar de los vientos favorables al proteccionismo que soplan desde la primera economía del mundo, los EE. UU., y que comparten otros países avanzados y emergentes, el comercio internacional mundial creció un 10,4% en el 2017. El nivel anual de comercio se encontraba ese año un 27% por encima del registrado una década antes, no obstante los difíciles años de crisis.

El gráfico siguiente muestra la evolución del valor del comercio mundial, con la importante disminución en 2008 y 2011-12, como resultado de la crisis macroeconómica y la inestabilidad financiera global.





Según algunos cálculos, las empresas propiedad de mujeres tienen una cuota de comercio mundial alrededor del 11%¹¹. Esta cifra contrasta con el porcentaje de empresas propiedad de mujeres a nivel mundial, que se estima en un 30-35%, según la misma fuente. Únicamente una de cada cinco empresas exportadoras está dirigida por mujeres empresarias.

Según el Global Entrepreneurship Monitor 2016 (GEM)¹²: “Las mujeres emprenden más en sectores de venta al mayor y al por menor (26% mujeres vs. 17% hombres), salud, educación, organizaciones gubernamentales y servicios sociales (21% mujeres vs. 12% hombres).” Sin embargo, el porcentaje de empresarias que exportan más del 25% de su volumen es inferior al de los empresarios (8% mujeres vs. 14% hombres).

La internacionalización empresarial es un elemento clave para el éxito de cualquier empresa, a pesar de que el tipo de producto o servicio que ofrece la empresa a menudo puede limitar su potencial internacional. La internacionalización no solo permite acceder a nuevos mercados y ampliar ventas en consecuencia, sino que también facilita el acceso a innovación, tecnología y talento en un mundo cada vez más globalizado.

Son muchos los estudios que han analizado la relación entre género y empresa. Un reciente artículo se hacía eco de 200 trabajos sobre los temas de género y emprendimiento y género e internacionalización¹³. Canadá ha sido uno de los países con más estudios en este campo, con conclusiones bastante reveladoras, entre las que destaca la investigación de la profesora Barbara Orser¹⁴. En general, las conclusiones en el ámbito internacional apuntan a una menor propensión a la internacionalización de las mujeres empresarias por varios motivos:

- Restricciones sociales en algunos países y entornos, que juegan en contra del rol emprendedor de las mujeres y su posibilidad de viajar.
- Conciliación familiar. En el desarrollo de la estrategia de internacionalización se hace valer la pérdida de vida personal versus el progreso profesional.
- Mayores dificultades para acceder a la financiación.
- Menor dimensión de las empresas.
- Menor visibilidad en las redes y menor presencia en acontecimientos profesionales, a la vez que las mujeres son menos activas en las redes profesionales y empresariales internacionales (organizaciones internacionales, cámaras de comercio, patronales, etc.).

Además de una menor orientación internacional en general, las empresas femeninas presentan una utilización inferior de los mecanismos más sofisticados de la internacionalización. Es decir, las mujeres apuestan en el mejor de los casos por la exportación, pero, por el contrario, se aventuran menos en fórmulas más avanzadas de internacionalización como la inversión en el extranjero¹⁵.

¹¹ Reshaping Trade through Women’s Economic Empowerment, Centre for International Governance Innovation, 2018.

¹² <https://www.gemconsortium.org/report/49812>

¹³ “Women’s Entrepreneurship and Internalization: Patterns and Trends”, Vanessa Ratten y Kayhan Tajeddini, International Journal of Sociology and Social Policy, 2018.

¹⁴ Ver “Gender and Export Propensity”, Barbara Orser y Martine Spence, Entrepreneurship: Theory and Practice, septiembre 2010 y diciembre 2017.

¹⁵ “Gender and International Entry Mode”, Alben Pergelova, Fernando Angulo-Ruiz y Desislava Yordanova, International Small Business Journal, marzo 2018.



Esta última evidencia es especialmente preocupante, en la medida en que algunos sectores tienen difícil la exportación directa por las características de su producto, como pueden ser aquellos afectados por elevados costes de transporte o por fuertes barreras técnicas y legales a la importación. Además, la actual oleada proteccionista en el mundo aconseja precisamente buscar fórmulas más sofisticadas de proyección exterior más allá de la mera exportación.

Las redes de negocios son uno de los factores más importantes que una empresa puede aprovechar para su crecimiento; la información del mercado, los vínculos con los proveedores e inversionistas y el acceso a la financiación se pueden obtener a través de las redes. Las mujeres empresarias deben crear red para conseguir un papel relevante en la toma de decisiones a escala mundial, y han de estar bien informadas para acceder a nuevos mercados y a las nuevas tecnologías.

Un estudio reciente con empresarias danesas mostraba que solo un 20% de las mujeres empresarias había utilizado redes formales internacionales, muy por debajo de los hombres; en cambio, las mujeres apostaban más por medios de comunicación y relación remota por Internet. Por este motivo se deben potenciar las redes internacionales de mujeres empresarias, con el objetivo de encontrar referentes, experiencias y modelos a seguir.

Hoy en día el “network trade” se ha convertido en un fenómeno esencial en un mundo cada vez más integrado, donde las personas aprovechan las nuevas tecnologías para mantener y establecer vínculos que pueden derivar en negocios conjuntos. Históricamente aplicado al comercio internacional entre personas de un mismo origen o etnia ubicadas en diferentes países, como los libaneses, los judíos o los chinos, hoy en día el concepto del “network trade” es válido también para miembros de una misma comunidad, organización, club o grupo de interés, un factor de pertenencia amplificado con las redes sociales y las nuevas tecnologías.¹⁶

En las políticas y acciones encaminadas a la internacionalización de emprendimiento femenino es necesario poner el foco en:

- Negociación internacional de las instituciones desde la perspectiva de la mujer.
- Medidas de conciliación familiar que eviten que las mujeres deban escoger entre su vida personal y su progreso profesional.
- Fomento de la creación de redes y canales de visibilidad a través de las dos vertientes:
 - Vertiente presencial: facilitar la presencia y participación en eventos internacionales especializados: ferias, misiones comerciales, viajes de prospección con refuerzos de género. Esta presencia refuerza el trabajo en red.
 - Vertiente virtual: utilización de las herramientas virtuales: plataformas de trabajo en red y de comercio electrónico.
- Participación de la mujer en las licitaciones públicas nacionales o internacionales.
- Apoyo a las empresas propiedad de mujeres en las principales cadenas de valor globales.
- Acceso a la financiación internacional de negocios de pequeña dimensión.

¹⁶ El creador del concepto del “network trade” fue David M. Gould, con su conocido estudio sobre inmigrantes y comercio en EU.UU.: “Immigrant links to the home country: empirical implications for US bilateral trade flows”. *The Review of Economics and Statistics*, 1994, 76 (2): 302-316.



2. Hechos y actuaciones realizadas hasta la fecha:

- Dado que algunos acuerdos comerciales internacionales recientes ya tienen en cuenta el elemento de género e incorporan capítulos dedicados a este tema. En marzo del 2018, el Parlamento Europeo votó a favor de la adopción de estos capítulos en futuros acuerdos comerciales de la UE. Unos meses antes, la reunión ministerial de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en Buenos Aires había aprobado la Declaración sobre Comercio y Empoderamiento Femenino¹⁷. Sin embargo, es bastante revelador que algunas economías y potencias comerciales importantes rechazasen esta Declaración, como en el caso de Estados Unidos o India.
- Dado que, de los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, el punto 8.3 contempla la promoción de políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y el fomento de la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso el acceso a servicios financieros.

3. Proponemos a continuación las siguientes acciones:

- * Crear e impulsar una agencia internacional que desarrolle las redes de contactos de mujeres empresarias para internacionalizarse, promoviendo el networking femenino internacional por regiones. Dentro de una misma región pueden cooperar empresas de menor y mayor dimensión; empresas que empiezan podrán seguir a las que ya han abierto camino, y de este modo, concretar una red.

4. Indicadores de seguimiento de las propuestas:

- Agencia internacional que desarrolle las redes de contactos de mujeres empresarias: se haya puesto en marcha en los próximos dos años.
- N.º de regiones donde se haya promovido el networking femenino internacional en los próximos dos años.

5. Presupuesto:

- 8 millones de euros, para la creación de una agencia internacional que desarrolle las redes de contactos que apoyen a las mujeres empresarias para internacionalizarse.

¹⁷ https://www.wto.org/english/news_e/news17_e/mc11_12dec17_e.htm



5. Innovación

1. Marco conceptual:

Para la organización de las Naciones Unidas ONU Mujeres es clave establecer alianzas con el objetivo de acelerar el cambio en la industria, así como para eliminar los obstáculos para el progreso de las mujeres y las niñas en las esferas de la innovación, la tecnología y el emprendimiento.

Los equipos diversos son los que garantizan la innovación. La población femenina representa el 52% de la población mundial, por ello es absolutamente imprescindible que la empresa tenga todos los perfiles y toda la diversidad de género si se quiere innovar. Las empresas están obligadas a fomentar una fuerza laboral diversa para poder hacer frente a los diferentes perfiles de clientes cada vez más diversos.

Según la revista Forbes, que recoge diferentes investigaciones sobre liderazgo e innovación realizadas en los Estados Unidos en equipos emprendedores, las mujeres son capaces de crear mejores equipos porque saben combinar el pensamiento intuitivo y lógico mejor que los hombres. Los aspectos clave del liderazgo emprendedor del siglo XXI, como la cooperación, la comunicación y la creación de valores compartidos son más propios del género femenino¹⁸. Diferentes estudios recientes sobre inversiones en capital riesgo indican que las empresas emergentes que incorporan mujeres como altas ejecutivas, o están directamente lideradas por mujeres, tienen mejores comportamientos económicos que aquellas en las que en la alta dirección hay exclusivamente hombres^{19,20}. En empresas de alta tecnología, la diferencia alcanza una mejora del 35% en el retorno de la inversión, o del 12% en el incremento de la facturación. De acuerdo con la propia Forbes, las empresas más inclusivas en género obtienen un 35% más en el rendimiento para el accionista²¹.

De acuerdo con las premisas anteriores, un contexto idóneo de liderazgo femenino es el de los proyectos de innovación, que necesitan menores dosis de control jerárquico y mayores dosis de creatividad, estrategia, inspiración y pasión.

Así mismo, hay que romper la brecha digital de género que existe en la actualidad, siendo necesario aumentar la representatividad y relevancia dentro de estos sectores claves por parte de las mujeres.

La brecha digital se divide en dos elementos: el acceso a las nuevas tecnologías, y el aprovechamiento de estas. Las mujeres hacen un menor uso de las herramientas informáticas, lo que es especialmente relevante en tareas de mayor complejidad.

El estudio realizado por los investigadores de la Universidad de Castilla La Mancha, que se publicó a principios del año 2014 en la revista *Innovation-Management Policy & Practice*, mostró que la diversidad de

¹⁸ FORBES. Alejandro Martínez Borrell, presidente de Grant Thornton, presenta el informe "Women In Business. ¿Cumplir o liderar?", un análisis de la presencia de la mujer tanto en el mundo de la empresa como en la sociedad.

¹⁹ FORBES. ¿Es el dinero el gran igualador para las mujeres?. INÉS DÍAZ. 19 MARZO 2017.

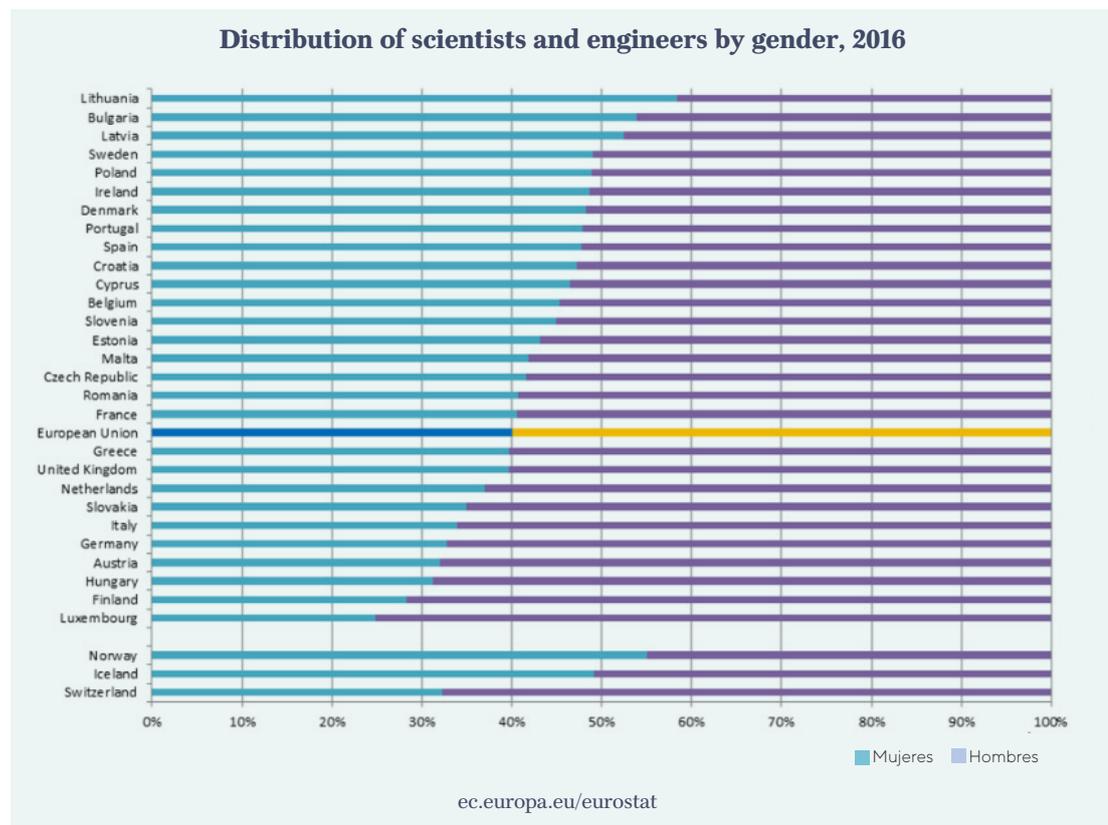
²⁰ FORBES. Los equipos de trabajo con mujeres son más inteligentes. MIT, Carnegie Mellon, y la Universidad Union College.

²¹ FORBES. Retos y oportunidades del liderazgo en 2018. La era digital en la que estamos inmersos implica un nuevo entendimiento de la gestión



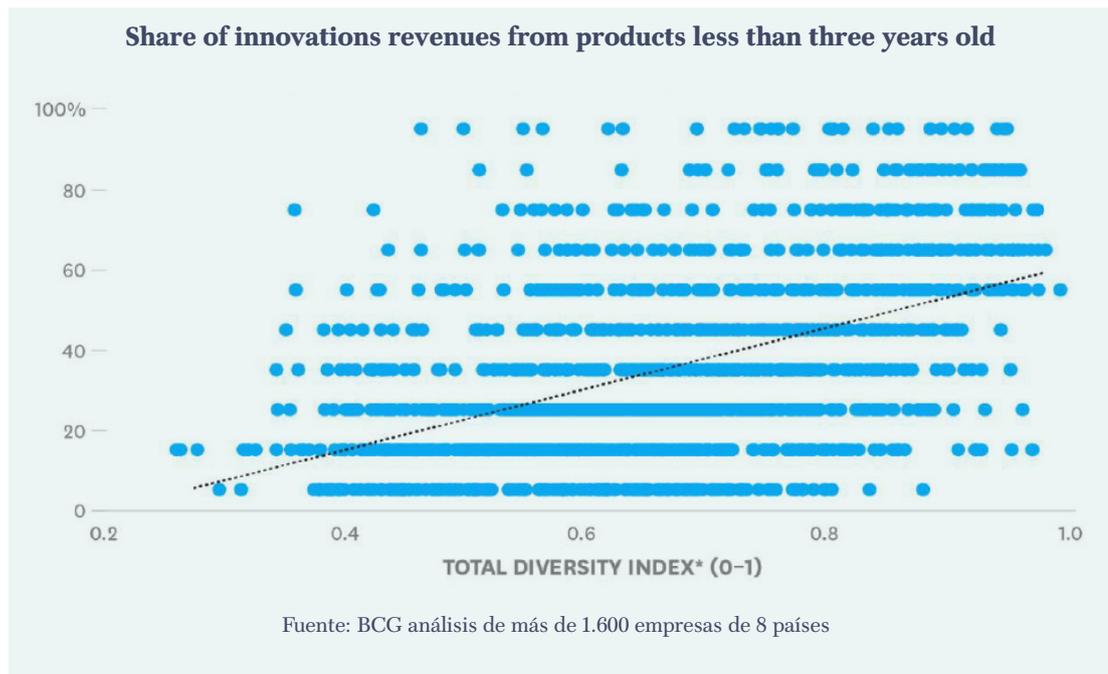
género en los equipos de investigación incrementa la competitividad y genera dinámicas que llevan a una innovación más radical. Se analizaron 4.277 empresas, 83% del sector industrial y 17% del sector servicios. Observaron una correlación positiva entre la diversidad de género y la innovación radical. Según el estudio, la probabilidad de desarrollos más innovadores aumenta significativamente cuando en el equipo de I+D se incrementa la diversidad de género.

De acuerdo con los datos de Eurostat²² del 2016, de los 17 millones de científicos e ingenieros de la Unión Europea, el 60% eran hombres y 40% mujeres. Los hombres estaban especialmente representados en la industria manufacturera (el 83% de los científicos e ingenieros en fabricación eran hombres), mientras que el sector servicios estaba más equilibrado (55% hombres y 45% mujeres). Sin embargo, en tres estados miembros de la UE, la mayoría de los científicos e ingenieros eran mujeres: Lituania (58% mujeres), Bulgaria (54%) y Letonia (52%). Menos de un tercio de los científicos e ingenieros eran mujeres en Luxemburgo (25%), Finlandia (28%), Hungría (31%), Austria (32%) y Alemania (33%). España se encuentra en la novena posición con un 48% de mujeres científicas e ingenieras.



Las empresas con una diversidad superior a la media obtuvieron una media de 19% puntos más de ingresos para innovación y un margen de beneficios superior al 9% de media.

²² <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/EDN-20180210-1?inheritRedirect=true>



Según el estudio²³ del año 2018 realizado por la Comisión Europea bajo el título Incremento de la brecha de género en el sector digital: estudio sobre las mujeres en la era digital, se ha concluido lo que a continuación se relaciona:

- La pérdida de productividad anual para la economía europea de las mujeres que abandonan sus puestos de trabajo digitales para inactivarse se calcula en unos 16.200 millones de euros.
- A pesar de que las empresas que tienen presencia de mujeres son más propensas a tener éxito, hay una disminución en la participación, el liderazgo y la inversión en el sector digital emprendedor.
- En los países de la OCDE, el número de empresas propiedad de mujeres es de alrededor de un 30% del total de las empresas.
- Si nos centramos en la industria de alta tecnología en Europa, casi la mitad de las nuevas empresas pertenecen a la economía digital: el 48,9% de las nuevas empresas están relacionadas con tecnologías innovadoras. Hay que poner de relieve que tan solo el 14,8% estaban fundadas por mujeres.
- El porcentaje de mujeres empresarias por estado miembro de la UE lo podemos analizar en el gráfico que se expone a continuación.

²² <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/EDN-20180210-1?inheritRedirect=true>



Percentage of female self-employed in EU-28 (2105)



Source: prepared in-house, based on Eurostat (2015)

El análisis por país muestra grandes diferencias entre los porcentajes, que van del 19,4% en Malta al 39,5% en Lituania, el estado miembro con la mayor tasa de empresarias.

- En el 2015, el Índice Femenino de Emprendimiento (FEI) analizó la situación de las mujeres empresarias en un total de 77 países y las puntuó de 0 a 100. De los diez países con mayor número de mujeres empresarias, cinco pertenecen a la Unión Europea: EE. UU., Dinamarca, los Países Bajos, Francia, Suecia y Finlandia.

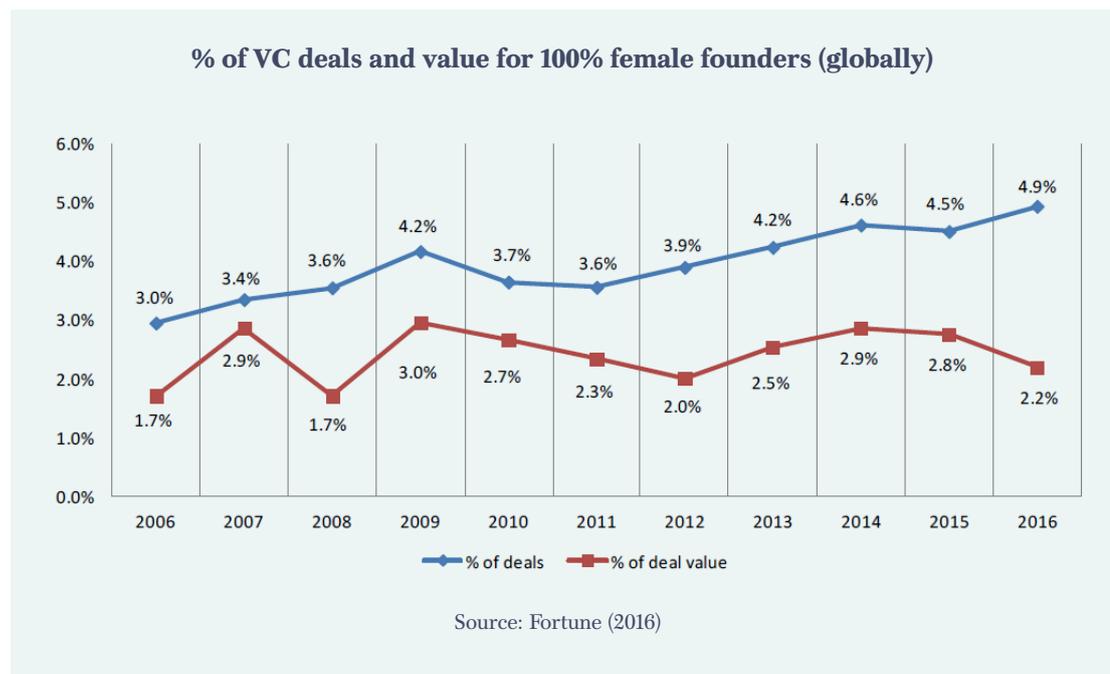
FEI 2015 - Top ten countries for women entrepreneurship

Rank	Country
1	United States
2	Australia
3	United Kingdom
4	Denmark
5	Netherlands
6	France
7	Iceland
8	Sweden
9	Finland
10	Norway

Source: FEI (2015)



- Según el Global Entrepreneurship Monitor, en el 2016 Europa no solo tuvo la menor participación femenina en la actividad de las primeras etapas de todas las regiones analizadas (6%), sino también la menor paridad de género. Además, dicho estudio afirmó que las mujeres europeas tenían la mitad de las probabilidades de estar involucradas en la Actividad Emprendedora Temprana (TEA), a diferencia de los hombres.
- Las empresas digitales de titularidad femenina tienen más probabilidades de éxito que las de sus homólogos masculinos y las inversiones en iniciativas fundadas por mujeres tienen un 63% más que las iniciativas fundadas exclusivamente por hombres.



- En el 2016, el 7% de los socios inversores de los 100 principales negocios mundiales y microempresas eran mujeres y el 38% tenían al menos un socio de inversión mujer.
- De acuerdo con el índice de emprendimiento femenino del 2015, el porcentaje global de empresas femeninas que operan dentro del sector tecnológico ha disminuido un 19%. Uno de los problemas con que se enfrentan las mujeres para iniciar una empresa es, en particular, la falta de acceso al capital en un escenario tradicionalmente dominado por hombres.



2. Hechos y actuaciones realizadas hasta la fecha:

- Dado que EE. UU. tiene la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados de Defensa (DARPA), mediante la cual se ha contribuido significativamente al desarrollo de chips de silicón, de Internet y del sistema de posicionamiento global, entre otros. Sin financiación estratégica en las primeras etapas por parte de Darpa y otros organismos gubernamentales de EE. UU., los proyectos que dieron lugar al reconocimiento de voz, microprocesadores, pantalla táctil y otras tecnologías o el iPhone no habrían sido posibles. En Europa existen verdaderas lagunas de acceso a la financiación avanzada además de la falta de una herramienta de política de innovación comparable a DARPA.
- Dado que ONU Mujeres ha priorizado la innovación y la tecnología como uno de los “factores impulsores del cambio” en su nuevo proyecto del Plan Estratégico 2018–2021.
- Dado que, como parte de la estrategia de innovación femenina de las Naciones Unidas para impulsar la acción de toda la industria en esta área, las mujeres de la ONU han creado una Coalición para la Innovación Global para el Cambio (GICC). El GICC es una asociación dinámica entre mujeres de la ONU y representantes clave del sector privado, instituciones académicas e instituciones sin ánimo de lucro centradas en desarrollar el mercado de la innovación para trabajar mejor para las mujeres y acelerar la consecución de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.
- Dado que desde 2011 la Comisión Europea tiene un grupo denominado “Innovation through Gender” y que enfatiza en el Horizon 2020 la importancia de integrar el análisis de género/sexo en la investigación y la innovación.
- Dado que España ha creado el Observatorio “Mujeres, Ciencia e Innovación (OMCI)” para la igualdad de género en el sistema español de ciencia, tecnología e innovación con la finalidad de incrementar la presencia de la mujer en la I+D.

3. Proponemos a continuación las siguientes acciones:

- * La creación de una nueva agencia europea de financiación “para la innovación disruptiva” basada en la Agencia de Proyectos Avanzados de Investigación de Defensa de Estados Unidos (Darpa). Una agencia de esta naturaleza en la UE ayudaría a avanzar y acercar la UE a EE. UU. y Asia en tecnologías innovadoras como la inteligencia artificial y la biotecnología.
- * Crear una aceleradora de pymes lideradas por equipos de trabajo diversos que tengan perspectiva de género.



4. Indicadores de seguimiento de las propuestas:

- Agencia europea de innovación disruptiva: se haya puesto en marcha en los próximos dos años.
- Aceleradora de PYMES: se ponga en funcionamiento en 1 año y podamos disponer del primer informe de resultados en 2 años.

5. Presupuesto:

- 2 millones de euros, para la creación de una aceleradora de pymes liderada por equipos de trabajo diversos que tengan perspectiva de género
- 8 millones de euros, para el diseño y creación de una nueva agencia europea de financiación “para la innovación disruptiva”.



6. Conclusión Global

Hay que sumar esfuerzos, hay que sumar talento y una forma de hacerlo es crear estructuras potentes aglutinadoras. PIMEC trabajará para impulsar la **Confederación de Mujeres Empresarias** con el objetivo de concrear, sumar y trabajar conjuntamente por la igualdad de género en el mundo empresarial y apoyar a las mujeres empresarias en diferentes ámbitos.





7. Anexo:

I Congreso Internacional de Mujer y Empresa, Barcelona, 20 y 21 de noviembre de 2018.



CONCEPT NOTE

Seminario I Congreso Internacional de Mujer y Empresa

Temas Clave Desigualdad salarial, Empoderamiento, Internacionalización e Innovación

Organizadores PIMEC- Comisión Mujer y Empresa de PIMEC

Fechas 20-21 noviembre 2018

Lugar Barcelona, Palau de Pedralbes



I Congreso Internacional de MUJER y EMPRESA

*Congrés internacional de Dona i Empresa
International congress of Women and Business
Congrès international de Femme et Entreprise*

Conclusiones Internacionalización



Comisión Mujer y Empresa de PIMEC

Iolanda Piedra - Presidenta
Anna de Quirós - Vicepresidenta
Nuria Viñas - Vicepresidenta
María José Tarancón - Vicepresidenta
Marta González Peláez - Miembro
Silvia Ribas - Miembro
Noèlia Hurtado - Miembro
Laura Sánchez - Miembro
Elisabeth Zapater - Miembro

Ponentes

Eva Perea - Brecha salarial
Claudia Valderrama-Celaya - Brecha salarial
Ingrid Bianchi - Empoderamiento
Nuria Chinchilla - Empoderamiento
Anna Gener - Empoderamiento
Bisila Bokoko - Internacionalización
Myrtha B. Casanova - Internacionalización
Regina Llopis - Innovación
Cristina Estavillo - Innovación

Mesa de experiencias

Roser Bach Fabregó
Rosa Maria Calaf
Candela Calle

Facilitadoras

Meritxell Campo y Brunet
Salomé de Cambra
Mireia del Pozo
Paula Fernández-Ochoa
Eva Gajardo
Alba Garcia
Drolma Lizcano
Alexandra Maratchi
Mireia Núñez de Prado
Anna Plans
Mireia Recio
Eva Rus Cabanas
Lorena Toda
Carolina Verdés
Jacint Soler

Conclusiones del Congreso de Lisboa

Laurence País

Brecha salarial | Pay gap | Écart salarial
Empoderamiento | Empowerment | Autonomía
Internacionalización | Internationalisation
Innovació | Innovación | Innovation | Innovation

Organiza



Micro, petita i mitjana
empresa de Catalunya

Viladomat, 174
08015 Barcelona
Tel. 93 496 45 00
pimec@pimec.org

Patrocina

Numintec
Por que en la nube se vive mejor
Comunicaciones de empresa,
fáciles, mejores y en la nube

Colabora

 Generalitat de Catalunya
**Institut Català
de les Dones**

 Generalitat de Catalunya
**Departament de Treball,
Afers Socials i Famílies**

 **Diputació
Barcelona**
#DibaOberta