

MUJERES EMPRENDEDORAS DIGITALES



OCTUBRE
2021

Colección

Estudios de Investigación.

Edición y Dirección

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza,
Junta de Andalucía.

Realización

Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo,
Junta de Andalucía.

Foro Emprendedoras Digitales del Sur

ÍNDICE

Un compromiso con las mujeres emprendedoras .	4
Introducción	6
Metodología	7
Perfil de la mujer emprendedora del sur	8
Diagnóstico, necesidades y problemáticas	9
Líneas de Acción	11
Acciones prioritarias: ¿Por dónde empezar?	15
Indicadores de seguimiento	16

Un compromiso con las mujeres emprendedoras

El tejido empresarial femenino andaluz ha ido evolucionando de acuerdo con los retos que la sociedad, la economía y la política han ido planteando y, en este contexto **las empresas lideradas por mujeres han crecido de manera exponencial**, tanto a nivel nacional como en la Comunidad Autónoma Andaluza. En la actualidad, existe un mayor número de empresarias con empresas de mayor tamaño, operando en sectores hasta el momento “masculinizados”, con una significativa presencia en los mercados internacionales y participando de manera activa en las organizaciones empresariales.

Sin embargo, aún **es necesario profundizar y mejorar determinadas brechas, como la diversificación sectorial y el impulso del emprendimiento digital**, para obtener mejores resultados. Aunque el emprendimiento femenino está en auge, en España un 42,4% de las pequeñas empresas son creadas por mujeres, y el 39,78 % en Andalucía, tan solo, el 17% de las start-ups tecnológicas españolas han sido fundadas por mujeres, y el 33% cuenta con al menos una mujer entre las personas fundadoras. En el caso andaluz, solo el 14,43% de las mujeres empresarias desarrollan su actividad en sectores TIC.

No obstante, aunque la situación económica indica que es **un momento complejo, difícil, de crisis, lo es al mismo tiempo de oportunidades para las emprendedoras**. El Covid-19 ha traído una nueva manera de consumir y nuevas necesidades. Las empresas deben verlo como una oportunidad para impulsar su transformación digital y también para insuflar valores sociales y de solidaridad, de inteligencia colectiva, de entender y tomar conciencia de que el mundo está conectado.

Estamos en un punto en el que se ha conseguido conocer las dificultades, los problemas y las oportunidades, y donde **el reto, ahora, está en el conocimiento de todos los recursos que están a su disposición**, para que las emprendedoras sepan que no están solas, que reivindiquen, y ocupen su lugar en los nuevos nichos de negocio y de empleo.

En esta realidad, **Andalucía Emprende viene trabajando desde la escucha activa**, para generar propuestas creativas y dar respuesta a las realidades diferenciales de las mujeres emprendedoras. Así, se ha realizado una labor de investigación para conocer sus necesidades en cada momento, y para dar visibilidad a modelos y casos de éxito que sirvan de referencia e inspiración a las nuevas generaciones. En este ámbito, desde 2020 se han llevado a cabo trabajos de prospectiva que han contado con las **opiniones de 7.000 emprendedoras y empresarias**, y se han movilizado **a 12.000 mujeres que han participado en cerca de un centenar de iniciativas digitales** organizadas en las que se ha contado con la colaboración de personas expertas en distintas materias, tendencias y claves para sus negocios.

Este compromiso con las emprendedoras y empresarias ha llevado a la puesta en marcha de iniciativas con un **enfoque de especialización hacia las mujeres**, como RedConEllas, equipo especializado para ofrecer formación, mentoría y asesoramiento para que las mujeres puedan hacer frente a los desafíos que supone el desarrollo de un proyecto emprendedor. Desde la puesta en marcha de esta red en 2020, el porcentaje de proyectos liderados por mujeres es del 47% del total de proyectos apoyados por Andalucía Emprende.

También es importante la labor que se realiza desde las edades más tempranas, de **fomento del emprendimiento en las aulas**, para enseñarles a desarrollar sus capacidades emprendedoras y para que vean el emprendimiento como algo útil para la sociedad, y que más allá de crear un negocio, es una actitud proactiva de resolución de problemas.

Desde la premisa de una visión proactiva del emprendimiento, que nace global y digital, en el que se trabaja en comunidad no sólo a escala regional, Andalucía Emprende inició, a raíz de la situación creada por la pandemia, un proceso de innovación colaborativa en los servicios que presta con el propósito de configurar una **red activa de conocimiento, talento y experiencia al servicio del ecosistema emprendedor**. Para ello, puso a disposición de todo el ecosistema emprendedor a la **comunidad SOMOS Emprende**, un espacio que aúna conocimiento y tecnología, donde además de ofrecer servicios y recursos para que el emprendimiento innovador y de base tecnológica sea una realidad, se comparta e interactúe entre los diferentes agentes del ecosistema emprendedor andaluz, a través de actividades y eventos digitales. También se realiza una constante labor de **divulgación de aquellas mujeres que son referentes en el sector TIC**, puesto que es necesario visibilizar los casos de mujeres que emprenden con éxito.

Por otra parte, Andalucía Emprende ha conseguido importantes hitos dentro del marco de **colaboración público-privada, con iniciativas clave para las mujeres hoy**, como Woman Digital, en la que están trabajando de manera colaborativa las principales mujeres que vienen del ámbito tecnológico y STEM, para generar un ágora de reflexión sobre los retos, las soluciones y las líneas de acción que tienen que abordar hoy las emprendedoras y las empresarias. También destaca la primera Semana de la Mujer Emprendedora y Empresaria, impulsada por Andalucía Emprende de la mano de 30 organismos y de un centenar de expertas, o el **canal de televisión digital para personas emprendedoras, Empezar.tv**, que tiene un foco especial en las mujeres, a través de actividades como 'Smart Day Woman', con las que se pretende inspirar a las emprendedoras con referentes de éxito que demuestran que las mujeres pueden cambiar el mundo.

Es esta línea, es donde se enmarca la **colaboración entre Andalucía Emprende y el Foro Emprendedoras Digitales del Sur (EDS)**, una colaboración que evidencia que ambas iniciativas están remando en la misma dirección y su compromiso para poner el emprendimiento digital femenino en primera línea.

El Foro Emprendedoras Digitales del Sur (EDS) celebrado en 2019, tenía como objetivo general en conocer la situación de la mujer emprendedora en el sur, con y en lo digital, para proponer líneas de acción que fomentaran el desarrollo de proyectos digitales liderados por mujeres en el sur, y definir campos de acción concretos en función del análisis de la realidad de las mujeres emprendedoras del sur en base a los perfiles y necesidades identificadas.

Un año más tarde, fruto de la colaboración entre el Foro EDS y Andalucía Emprende, se reactivaron los trabajos, dando como resultado este documento, en el que se presentan las **conclusiones de la reflexión colectiva desarrollada en el marco de esa colaboración** junto con las aportaciones de emprendedoras, personal técnico y especialistas del sector digital.

Partiendo de un diagnóstico inicial, en el que se ofrece una pincelada sobre la situación de la mujer emprendedora del sur frente a la transformación digital, la reflexión participativa basada en el **intercambio de experiencias** se ha centrado en tres grandes líneas: innovación, emprendimiento Post-covid y financiación, con el propósito de identificar retos y concretar acciones futuras que respondan a las problemáticas de las mujeres emprendedoras digitales del sur.

Este trabajo es un trecho más del camino de colaboración en iniciativas que dan impulso a las mujeres emprendedoras. **Un camino que ya recorreremos juntos y juntas de forma imparable.**

Rosa Siles Moreno
Directora de Andalucía Emprende

Introducción

Según el último informe del **Índice sobre Economía y Sociedad Digitales (DESI)** publicado por la Comisión Europea, **las mujeres siguen teniendo menos probabilidades de trabajar en el sector TIC y de especializarse profesionalmente en este ámbito.** Aunque se ha reducido la brecha de género en las competencias básicas del 10,5% en 2017 al 7,7% en 2019, no ha ocurrido lo mismo con la alta especialización, en 2018 solo el 12,7% de las personas entre 20-29 años, graduadas en STEM, eran mujeres; y solo el 18% de especialistas en TIC y comunicaciones son mujeres.

Aunque el emprendimiento femenino está en auge, un 42,4% de las pequeñas empresas en España son creadas por mujeres, y el 39,78 % en Andalucía, tan solo el 17% de las start-ups tecnológicas españolas han sido fundadas por mujeres, y solo el 33% cuenta con al menos una mujer entre sus fundadores. **En el caso andaluz, solo el 14,43% de las mujeres empresarias desarrollan su actividad en el TIC.**

El **Foro Emprendedoras Digitales del Sur (EDS)** celebrado en 2019, tenía como objetivo general en conocer la situación de la mujer emprendedora en el sur, con y en lo digital, para proponer líneas de acción que fomenten el desarrollo de proyectos digitales liderados por mujeres en el sur y definir campos de acción concretos en función del análisis de la realidad de las mujeres emprendedoras del sur en base a los perfiles y necesidades identificadas.

En este documento se presentan los **resultados de la reflexión colectiva** desarrollada en el marco del **Foro EDS en colaboración con Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza** junto con emprendedoras, personal técnico y especialistas del sector digital en el año 2020.

Partiendo de un diagnóstico inicial, en el que se ofrece una pincelada sobre la situación de la mujer emprendedora del sur frente a la transformación digital, la **reflexión participativa basada en el intercambio de experiencias**, se ha centrado en tres grandes líneas: innovación, emprendimiento Post-covid y financiación, con el propósito de identificar retos y concretar acciones futuras que respondan a las problemáticas de las mujeres emprendedoras digitales del sur.

CAPÍTULO I

Metodología

En el proceso de reflexión grupal se han utilizado diferentes herramientas para favorecer la participación y se ha desarrollado en diferentes etapas:

1. Recopilación de la documentación e información generada durante la celebración del Foro EDS 2019, en el que intervinieron más de veinte ponentes, como punto de partida para determinar las necesidades, líneas de acción y los indicadores sobre los que contextualizar la problemática de la mujer emprendedora y las TIC.

2. Consulta y análisis de fuentes secundarias, tanto estadísticas como documentales, para actualizar y ampliar la información generada en el primer Foro EDS.

3. Primera validación del documento base, llevada a cabo por una **Mesa Experta del ámbito digital, del emprendimiento y de género**, así como el desarrollo de entrevistas semiestructuradas. Se han realizado 8 entrevistas vía Zoom: siete expertas y un experto, para valorar cualitativamente las líneas de acción e indicadores previamente definidos en el documento base. Además, 5 expertas y 1 experto han realizado aportaciones por escrito al documento

4. Segunda validación del documento base, ha consistido en una **jornada online en la que ha participado un Grupo de Trabajo extendido**, formado con participantes del primer Foro EDS, algunas/os invitadas/os externa/os al grupo, y personas emprendedoras. El grupo extendido de trabajo ha contado con la participación de 50 especialistas.

5. Validación final del documento base, tras la segunda validación, se ha ordenado, analizado y depurado toda la información recabada durante la Jornada online, y se ha elaborado un formulario de valoración final de resultados utilizando la herramienta Formularios de Google, que han cumplimentado 45 participantes

Los resultados obtenidos en las distintas fases de validación se han cuantificado y actualizado, en la medida de lo posible, con datos de fuentes secundarias.

Así mismo, los indicadores directamente relacionados con las líneas de acción se han valorado cualitativamente gracias a la información recabada a través del Grupo de Trabajo y Reflexión (Mesa Experta y Grupo de trabajo extendido), y han servido para enmarcar la problemática, facilitando la **definición de posibles soluciones y acciones, y rediseñar futuras líneas de acción a medio y largo plazo.**

CAPÍTULO II

Perfil de la mujer emprendedora del sur

Según el reciente **estudio desarrollado en el marco del proyecto europeo "IFEMPOWER"**, en el que ha participado **Andalucía Emprende**, y tras consultar a más de 500 emprendedoras andaluzas, podemos definir el siguiente perfil de emprendedoras en Andalucía:

- **El 56% tiene su sede/oficina principal en pueblos o zonas alejadas de las urbes**, el 20% en urbes pequeñas, el 5% en grandes urbes o sus alrededores, y el 19% en capitales o sus metrópolis.
- **El 52% tienen una persona trabajadora a su cargo**, y el 26% cuentan con 2-9 personas trabajadoras a su cargo, y 18% no tiene personas trabajadoras a su cargo. Solo el 4% cuentan con 10-49 personas trabajadoras a su cargo. Ninguna cuenta con más de 50 personas contratadas.
- **Para el 53% ser emprendedora es su principal actividad**, el 28% no ejerce otra actividad, y el 19%, además de dedicarse a su actividad emprendedora, también ejerce otra actividad. Esto significa que el 47% de las emprendedoras no se dedican al 100% a su actividad emprendedora.
- **El 36% tiene entre 41-50 años**, el 30% tiene entre 31-40 s, el 19% tiene entre 51-60, 12%, el 12% tiene menos de 30 años, y el 2% tiene más de 60 años. Esto denota una edad relativamente alta del emprendimiento femenino andaluz.

**Por tanto,
las emprendedoras andaluzas:**

SE REPARTEN ENTRE
EL ÁMBITO RURAL Y
URBANO
56% FRENTE AL 44%

SON
MAYORITARIAMENTE
AUTÓNOMAS
O TRABAJAN CON UNA
PERSONA A SU CARGO

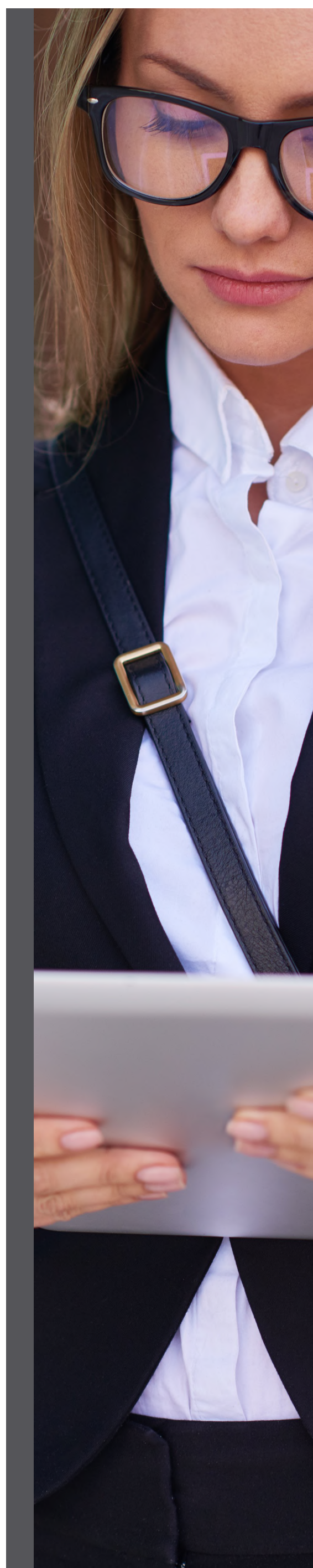
SOLO LA MITAD
SE DEDICA
EXCLUSIVAMENTE
A SU ACTIVIDAD
EMPRENDEDORA

LA MAYORÍA EJERCEN
SU ACTIVIDAD
EMPRENDEDORA
ENTRE LOS 31 Y 50
AÑOS

CAPÍTULO III

Diagnóstico, necesidades y problemáticas

El diagnóstico realizado durante el proceso de reflexión participativa aporta los siguientes datos que permiten **contextualizar a la mujer emprendedora y las TIC en Andalucía:**



- En lo relativo a la formación, el 72,09% de los hombres cursan estudios técnicos frente al 27,91% de mujeres. Además, en el caso concreto de Andalucía, la vocación por los estudios técnicos ha bajado en 3,39 puntos porcentuales, afectando más a los hombres (1,19 puntos porcentuales de mujeres frente a 4,34 puntos porcentuales de hombres). **Falta desarrollo formativo, en materia digital, en todos los niveles**, y de forma más acentuada en niveles tempranos de formación (tanto a nivel de contenidos como de transversalidad curricular).
- Del total de profesionales del sector digital encuestados, el 70% de los hombres había cursado estudios técnicos, de ingeniería, FP o grado de informática. Mientras que **solo el 57% de las mujeres se habían formado en STEM**. Lo que evidencia que un 43% de mujeres profesionales del ámbito digital habían cursado otros estudios y que su formación STEM había sido complementaria.
- **De las 24 ocupaciones consideradas tecnológicas, únicamente en tres, la participación de la mujer es mayoritaria**, según la OCDE y CON 94: las relacionadas con la escala baja administrativa, la formación no reglada y la venta. En Andalucía, el 32,06% de las mujeres presentes en ocupaciones TIC son "grabadoras de datos", representando el 65,85% del total de trabajadores de esta categoría.
- **Las mujeres representan solo el 21,26% de los puestos de responsabilidad técnica**, el 11% de las ocupaciones relacionadas con el hardware y los soportes técnicos, y el 1,73% están en ocupaciones técnicas operativas relacionadas con las instalaciones y las industrias TIC.
- Aunque 2019 fue el primer año, desde 2014, en el que se observó un crecimiento de mujeres emprendedoras, pasando de un 18% a un 22%, la brecha en el ámbito del emprendimiento entre géneros sigue siendo considerable. **Las startups de mujeres reciben menos de la mitad de financiación que las de hombres** pese a generar un 10% más de ingresos, y fracasar menos (22% de startups de mujeres, frente al 52% de startups de hombres).
- **Solo el 17% de las start-ups tecnológicas españolas han sido fundadas por mujeres**, y solo el 33% cuenta con al menos una mujer entre sus fundadores.
- Se evidencia una **falta de datos precisos y cuantitativos sobre emprendimiento digital en Andalucía**, existe más información a nivel nacional, europeo e internacional.
- Según recomendaciones de la propia UE, se plantea la **introducción de tecnologías y la digitalización como herramientas de desarrollo económico, al tiempo que contribuyen a la reducción de las desigualdades** por cuestiones de género, estereotipos culturales, etc. y a para paliar el despoblamiento rural, y en especial vinculado a mujeres.

Además de estos datos, también se detectaron y analizaron una serie de **problemas que lastran la incorporación y desarrollo profesional de la mujer en el ámbito digital y TIC**, relacionados con:



- **Tendencias sociales que incluyen estereotipos de género**, educacionales vinculados al género, menor confianza en empresas o proyectos dirigidos por mujeres, etc., que generan una menor presencia de mujeres en el sector digital y TIC, menor inversión, menos oportunidades de desarrollo económico y profesional, y mayor desánimo a la hora de cursar o formarse complementariamente en materias STEM.
- **Conciliación familiar, que sigue afectando más a las mujeres** debido a factores educativos, sociales, económicos, etc. y que también depende del tamaño de la empresa para la que se trabaje: las PYMEs tienen más dificultades por cuestión de recursos que las grandes empresas para la elaboración e implementación de planes de conciliación. También es importante destacar los problemas vinculados a la movilidad y al trabajo fuera de la oficina y fuera del horario: los 66,75 % de hombres están más dispuestos a viajar e incluso cambiar de residencia que las mujeres (62,85%), el 63% de los hombres y el 53% de las mujeres trabajan fuera del horario laboral, y el 89% tanto de hombres como de mujeres, lo hace desde casa.

Los datos y problemáticas señaladas permiten, por tanto, avanzar cuáles serían las primeras **necesidades identificadas sobre las que se ha de trabajar para mejorar la situación de la mujer emprendedora digital del sur**:



- **Eliminar la idea de vincular un tipo de trabajo con un género** para que aumente la presencia de mujeres en otras ocupaciones tecnológicas que no estén sólo relacionadas con la formación no reglada, la venta y la grabación de datos.
- **Acceder a la financiación** y a inversores e inversoras privadas, programas de formación y mentoría, etc.
- **Paliar el despoblamiento rural**, y más específicamente en el caso de las mujeres.
- **Implementar herramientas de teletrabajo y gestión del tiempo** que permitan una conciliación real, adaptada a las necesidades de las mujeres y hombres del sector digital y TIC.
- **Favorecer la estabilidad laboral** ya sea a través del autoempleo o la contratación.
- **Desarrollar estudios exhaustivos con los que evaluar de forma precisa, cuantitativa y cualitativa el contexto de la mujer emprendedora digital en Andalucía**, y de manera transversal a todos los sectores económicos, vinculando género, emprendimiento, digital y TIC, e innovación.

CAPÍTULO IV

Líneas de acción

Sobre la base del diagnóstico y primeras necesidades detectadas, se definen **3 líneas de acción** en las que se encuadra el análisis el trabajo grupal realizado a lo largo del proceso, con el propósito de cumplir los objetivos alineados con la finalidad perseguida en cada línea y establecer **retos que inspiren el diseño de actuaciones** con las que dinamizar el perfil digital de las mujeres emprendedoras andaluzas.



Línea 1

Innovación y tendencias en el mercado digital andaluz y su impacto positivo en la inclusión de mujeres emprendedoras en Andalucía.

Línea 2

Emprendimiento en la era COVID y post COVID. Impacto del desarrollo del emprendimiento digital y soluciones para evitar ampliar la brecha de género.

Línea 3

Recursos digitales de emprendimiento y la problemática del techo verde en fase de crecimiento en Andalucía.

Línea 1:

Innovación y tendencias en el mercado digital andaluz y su impacto positivo en la inclusión de mujeres emprendedoras en Andalucía.

En esta línea se pretende profundizar en las **nuevas tendencias del mercado digital** desde la perspectiva de los sectores en auge o emergentes, y de los nuevos modelos de desarrollo o nuevas actividades, así como de aquellas **innovaciones que pudieran favorecer la inclusión de las mujeres emprendedoras de Andalucía** a través del uso de herramientas digitales.

Para ello se contemplan los siguientes **OBJETIVOS**:



Impulsar el emprendimiento digital femenino.

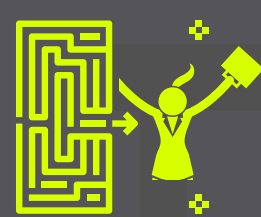


Fomentar la presencia de emprendedoras en los mercados digitales en auge o emergentes.



Favorecer el uso de herramientas digitales.

Y los **RETOS** asociados:



Identificar obstáculos para la detección de oportunidades y medidas de estímulo que impulsen el emprendimiento digital femenino.



Incrementar el uso de herramientas digitales actuales en el día a día de las emprendedoras y su comprensión.

Línea 2:

Emprendimiento en la era COVID y post COVID. Impacto del desarrollo del emprendimiento digital y soluciones para evitar ampliar la brecha de género.

*Esta línea pone el foco en la **gestión del tiempo en femenino** y el **impacto positivo** que pueden tener las **herramientas digitales**, así como los problemas laborales y de salud que pueden generarse debido a una mala gestión del tiempo.*

Asimismo, en la evaluación del impacto positivo que el ámbito digital tiene en el emprendimiento femenino andaluz, destacan la multitarea y las competencias a desarrollar para una mejora de la gestión del monoespacio, el teletrabajo, y la rápida adaptación a los cambios.

Los **OBJETIVOS** de la línea 2 se concretan en:



Actuar contra el aislamiento que puede ser generado por el teletrabajo y/o por el hecho de emprender.

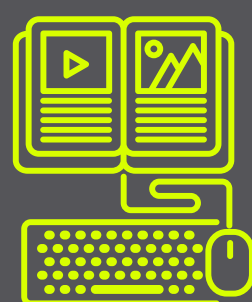


Fomentar una mejor gestión del tiempo.



Adaptar los contenidos formativos a la realidad de las emprendedoras para volver más accesible y atractivo el desarrollo de proyectos digitales.

Y los **RETOS** asociados:



Formación para dar a conocer el emprendimiento digital desde un punto de vista cercano, cambiando su enfoque, y actualizando y adaptando la formación en materia de emprendimiento a la evolución de lo digital.

Línea 3:

Recursos digitales de emprendimiento y la problemática del techo verde en fase de crecimiento en Andalucía.

Con esta línea se intenta detallar **qué recursos digitales existen, evaluar su impacto positivo en el tejido femenino del emprendimiento en Andalucía**, y analizar las **barreras** que impiden una mayor implantación de los mismos. Para ello resulta fundamental, analizar la problemática del techo verde en la fase de crecimiento a los proyectos de mujeres emprendedoras para aportar soluciones que faciliten el acceso a financiación.

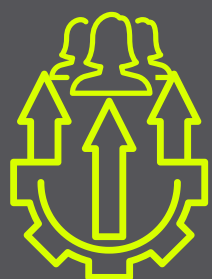
Los **OBJETIVOS** recogidos en esta línea son:



Asegurar un acceso más igualitario a la financiación de proyectos digitales.

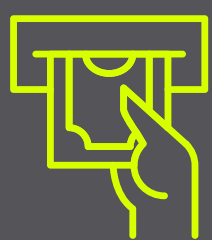


Actuar para el empoderamiento de la emprendedora digital en temas financieros.



Fomentar el emprendimiento digital en femenino en su fase de crecimiento.

Y los **RETOS** asociados:



Mejorar las condiciones de acceso a la financiación.



Fomentar una mejor implantación de los recursos digitales para romper con el techo verde.



Empoderar a las mujeres en el ámbito financiero

Todas las líneas de acción están alineadas con las necesidades detectadas en el análisis de la situación actual descrita, y encaran la problemática de género, la importancia del ámbito digital y el potencial de la capacidad emprendedora como temáticas transversales a los sectores económicos productivos, y, por tanto, también a otras problemáticas e inquietudes sociales como la de fomentar un desarrollo económico y productivo más sostenible, o el desarrollo del entorno rural entre otras.

CAPÍTULO V

Acciones prioritarias: ¿Por dónde empezar?

1. Adaptar los contenidos formativos en materia digital e innovación dirigidas a las emprendedoras de Andalucía.

- *Inteligencia emocional.*
- *Habilidades de negociación.*
- *Capacitación en el desarrollo de planes financieros sólidos y escalables.*

2. Facilitar el acceso igualitario a la financiación de proyectos digitales en fase de crecimiento.

Diagnóstico y acciones para fomentar un acceso igualitario a las distintas fuentes de inversión.

- *Analizar aspectos discriminatorios en el acceso a la financiación de proyectos digitales.*
- *Proponer criterios justos e igualitarios para acceder a financiación.*
- *Definir una metodología que permita realizar selecciones no sesgadas.*

3. Facilitar el acceso a los recursos existentes para fomentar el emprendimiento digital femenino en Andalucía: fomento de la comunidad mujeres emprendedoras digitales del sur.

- *Conformar un espacio de seguimiento, apoyo y monitoreo para permitir a las emprendedoras implementar competencias digitales.*
- *Mantener y fomentar una "meta-narrativa" que permita seguir actualizando los contenidos formativos y las problemáticas a las cuales se enfrentan las emprendedoras digitales.*

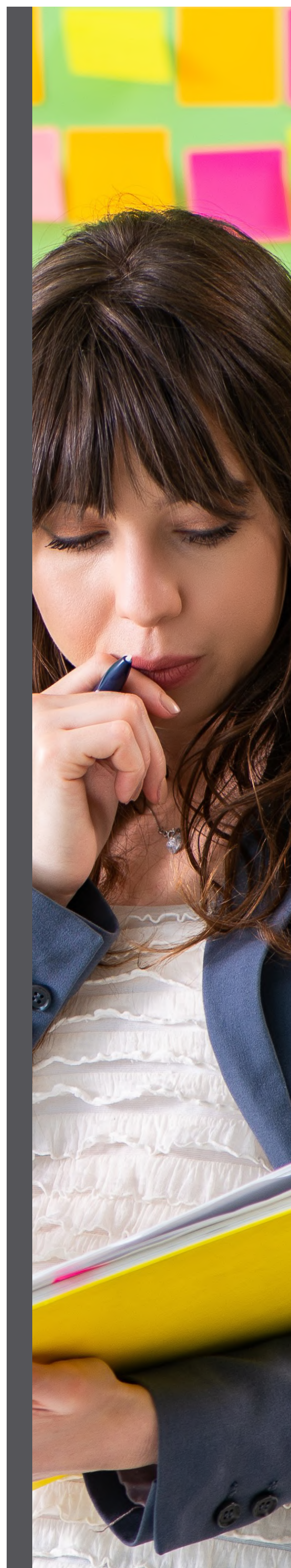
4. Fomentar un ecosistema de emprendimiento digital femenino en Andalucía.

Fuente de información cuyos contenidos reflejan la evolución digital más disruptiva aplicada al intra emprendimiento.

- *Innovación = accesible.*
- *Crear contenidos originales y creativos.*

5. Fomentar aceleradoras específicas en el ámbito digital femenino en Andalucía.

- *Invertir en proyectos digitales para impulsar nuevas dinámicas en el mercado en Andalucía.*
- *Seguir los procesos de desarrollo de iniciativas digitales en fase de crecimiento.*
- *Monitoring y acompañamiento.*



CAPÍTULO VI

Indicadores de seguimiento

*Además de definir acciones concretas, se plantea la posibilidad de definir colectivamente una serie de **indicadores de fácil comprensión y manejo, que sirvan no sólo para contextualizar la problemática de las mujeres emprendedoras y las TIC en Andalucía, sino también para su seguimiento.***

Los indicadores inicialmente planteados, se modificaron, ampliaron y validaron en el trabajo grupal, estableciéndose finalmente los siguientes:

Indicadores de carácter general, con el fin de actualizar la situación actual:

- ***% Mujeres emprendedoras en Andalucía***
- ***% Mujeres emprendedoras que utilizan herramientas digitales en Andalucía***
- ***% Mujeres emprendedoras en el ámbito digital en Andalucía***
- ***% Mujeres que acceden a formación de emprendimiento y digital en Andalucía***
- ***% Mujeres en puestos de toma de decisión (pública y privada) en el ámbito digital, de género y de emprendimiento en Andalucía***
- ***Número de Programas o iniciativas transversales que fomenten la presencia de la mujer en el ámbito digital y del emprendimiento***
- ***Número de Políticas transversales en materia digital, de género y de emprendimiento***





Indicadores directamente vinculados con las líneas de acción:

Línea 1

- **Ratios de crecimiento de los mercados digitales emergentes o en auge en Andalucía.**
- **% Mujeres presentes en mercados digitales emergentes o en auge en Andalucía.**
- **Número de Programas o iniciativas que fomenten la presencia de la mujer en los mercados digitales emergentes o en auge (incluidos programas de formación) en Andalucía.**
- **Número de iniciativas, en el marco de los mercados digitales emergentes o en auge, fallidas por la no inclusión de la perspectiva de género en Andalucía.**

Línea 2

- **Ratio de uso de herramientas digital para la gestión del tiempo entre las emprendedoras andaluzas y ratio de mejora de su actividad emprendedora.**
- **Ratio de uso de herramientas digitales en el desarrollo de la actividad emprendedora femenina en Andalucía y ratio de mejora de su actividad emprendedora (multitarea, teletrabajo y adaptación a los cambios).**
- **% de incremento o descenso de los problemas laborales y de salud vinculados a la pandemia (rendimiento, stress, multitarea vs. monoespacio, etc.) de las emprendedoras andaluzas.**

Línea 3

- **% de aceptación de los recursos digitales existentes en Andalucía.**
- **% de valoración del impacto de las barreras detectadas para una mayor implementación de los recursos digitales existentes en Andalucía.**
- **% Mujeres emprendedoras que acceden a financiación en fase de crecimiento y/o expansión.**
- **% Mujeres en fondos de inversión, entidades financieras o inversoras en Andalucía.**
- **Número de políticas o programas de financiación para la fase de crecimiento y/o expansión en Andalucía.**



Junta de Andalucía