

# FACTORES DETERMINANTES DE LA PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES COMO PROMOTORAS DE PROYECTOS LEADER+(\*)

---

JORDI ROSELL FOXÀ<sup>1</sup>

*Universitat Autònoma de Barcelona*

LOURDES VILADOMIU CANELA<sup>2</sup>

*Universitat Autònoma de Barcelona*

GEMMA FRANCES TUDEL<sup>3</sup>

*Universitat Autònoma de Barcelona*

## RESUMEN

*Como es bien sabido, uno de los objetivos de las políticas de desarrollo rural en la UE es aumentar la participación de las mujeres en el mercado de trabajo y fomentar su participación en la promoción de proyectos en el mundo rural. El objetivo de este artículo es analizar los factores que determinan la participación de las mujeres en la promoción de proyectos en zonas rurales en base al análisis de los proyectos que recibieron subvenciones en los doce Grupos del Programa Leader+ de Catalunya. A partir de los resultados obtenidos se formulan una serie de consideraciones y recomendaciones para fomentar la presencia femenina en el empresariado del mundo rural.*

## PALABRAS CLAVE

*Leader, desarrollo rural, mujer, empresariado*

---

(\*) Este artículo se inscribe en los proyectos de investigación financiados por el Ministerio de Ciencia e Innovación NISAL - SEJ2007-60845 y HAR2010-20684-C02-01 y en el proyecto "El fomento del emprendimiento femenino y el mundo rural catalán", financiado por el Institut Català de les Dones (proyecto U-6/08).

<sup>1</sup> Departamento de Economía Aplicada, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Campus UAB, Edificio B – 08193 Bellaterra (Barcelona), jordi.rosell@uab.cat

<sup>2</sup> Departamento de Economía Aplicada, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Campus UAB, Edificio B – 08193 Bellaterra (Barcelona), lourdes.viladomiu@uab.cat

<sup>3</sup> Departamento de Economía Aplicada, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Campus UAB, Edificio B – 08193 Bellaterra (Barcelona), gemma.frances@uab.cat

## 1. Introducción

La creación de empleo para las mujeres constituye uno de los objetivos reconocidos del desarrollo rural. Las *Directrices estratégicas comunitarias de desarrollo rural* para el actual período de programación lo plantean en términos de necesidad de incrementar la tasa de actividad de las mujeres y señalan la necesidad de “crear más puestos de trabajo y de mejor calidad, especialmente para las mujeres y los jóvenes, diversificando las actividades”, y que “cuando se promueva la formación, la información y el espíritu empresarial, deberá prestarse especial atención a las necesidades específicas de las mujeres, de los jóvenes y de los trabajadores de edad avanzada” (Consejo de la Unión Europea, 2006). El vigente *Marco Nacional de Desarrollo Rural* para España recoge este hecho al establecer como prioridad para las actuaciones ligadas con el objetivo calidad de vida y diversificación (el Eje 3 de los Programas de Desarrollo Rural) la “entrada de mujeres en el mercado laboral” y una “especial consideración a las iniciativas promovidas por mujeres” (MAPA, 2007).

En esta misma línea, los futuros Programas de Desarrollo Rural Sostenible, concebidos como el instrumento principal de aplicación de la Ley para el desarrollo sostenible del medio rural (artículo 5 de la Ley 45/2007, de 13 de diciembre), contemplan como medio para incentivar la diversificación económica en el medio rural “establecer programas específicos de apoyo a las iniciativas locales de desarrollo rural, según el enfoque LEADER (...) que contemplen como beneficiarios prioritarios a las mujeres...”. La misma Ley establece que “los planes nacionales de fomento empresarial incluirán una atención diferenciada para las zonas rurales prioritarias y para las iniciativas emprendidas por mujeres o jóvenes...”.

De esta manera, podemos hablar de una estrecha relación entre diversificación productiva del medio rural, el acceso de las mujeres en el mercado de trabajo y el fomento de las iniciativas empresariales promovidas por éstas. Esta relación ya estuvo presente en los Programas Leader que se desarrollaron desde inicios de los noventa en algunas zonas rurales europeas (Langreo y Benito, 2002; European Commission, 2000). Por lo que se refiere al último de estos Programas –Leader+, la Comisión Europea, en su Comunicación a los Estados Miembros de 14 de abril de 2000 por la que se fijan orientaciones sobre la Iniciativa Comunitaria de desarrollo rural (Leader+), estableció que deberá darse “un apoyo prioritario a las estrategias que tengan por objeto un incremento de las oportunidades de empleo y de las actividades destinadas a mujeres y jóvenes”. Esta prioridad la recogió también el Programa Regional de Catalunya (Período 2000-2006) de la Iniciativa Comunitaria Leader + (DARP, 2001). Tal prioridad para los proyectos que incrementen las oportunidades de empleo de las mujeres fue contemplada en sus programas de desarrollo por los Grupos Leader (Viladomiu et alrii, 2003) lo que se tradujo en una mejor ponderación y mayores ratios de ayuda para los proyectos impulsados por mujeres y/o los que suponen la creación de empleos femeninos. La generación de empleos para las mujeres se convirtió así en un elemento clave de los planes de desarrollo de las zonas Leader de Catalunya.

De esta manera, la mayor parte de los Grupos Leader otorgaron algún beneficio a los proyectos promovidos por mujeres. Con todo, la implicación de las mujeres en la promoción de los proyectos apoyados ha sido dispar entre Grupos. Si bien las mujeres fueron responsables de algo más de la mitad de los proyectos promovidos individualmente, en algunos Grupos este porcentaje estuvo por encima de las dos terceras partes y en otro apenas alcanzó la quinta parte (véase Tabla 2).

Este artículo estudia los factores determinantes de la participación de las mujeres como promotoras de proyectos y señala las características de las actuaciones promovidas por las mujeres en el contexto del Programa Leader+ de Cataluña. El objetivo es establecer algunas enseñanzas para fomentar la participación de las mujeres como emprendedoras de actuaciones en el contexto de los planes y programas de desarrollo rural y más en concreto en las actuaciones relacionadas con la diversificación de la actividad económica.

## 2. Metodología

El análisis de los determinantes de la participación de las mujeres como promotoras de proyectos en el Programa Leader+ de Catalunya se ha realizado sobre la base de dos fuentes de datos:

- las respuestas a las encuestas de evaluación (“encuesta UAB”) hechas a cada uno de los 907 proyectos apoyados por el Programa; y
- las entrevistas con mayor profundidad a 36 mujeres promotoras de proyectos (“entrevistas 36”).

Como se observa en la tabla siguiente, de los 371 proyectos promovidos individualmente, 189 lo fueron por mujeres. Además, de los 499 promovidos colectivamente (sociedades mercantiles, cooperativas,...), 43 lo fueron por entidades con una presencia de mujeres entre los socios de al menos un 25%.

**TABLA 1**  
**Tipología de los promotores de proyectos del Programa Leader+ de Catalunya**

PROMOTOR		Proyectos	% s/ Total
<b>Individuos</b>		<b>371</b>	<b>40.9%</b>
	<i>Mujeres</i>	189	20.8%
	<i>Hombres</i>	182	20.1%
<b>Colectivos</b>		<b>499</b>	<b>55.0%</b>
	<i>Mujeres(*)</i>	43	4.7%
	<i>Hombres</i>	456	50.3%
<b>Entidades locales</b>		<b>37</b>	<b>4.1%</b>
<b>TOTAL</b>		<b>907</b>	<b>100%</b>

(\*) Al menos un 25% de mujeres.

Fuente: elaboración propia con datos de la Encuesta UAB.

En este artículo analizaremos principalmente los datos obtenidos de las encuestas de los 189 proyectos promovidos individualmente por mujeres, ya que éstas contienen una información detallada que nos permite determinar el perfil de los rasgos de las mujeres promotoras, dar cuenta de las principales características de los proyectos emprendidos y presentar algunos resultados de los mismos. Estos rasgos, características y resultados se comparan con los propios de los proyectos presentados individualmente por hombres y con el conjunto de proyectos individuales.

Las entrevistas en profundidad realizadas a mujeres promotoras han permitido profundizar en la información disponible en las encuestas de evaluación, así como conocer la opinión de las beneficiarias sobre el alcance e impacto del tratamiento preferencial según género. Las entrevistas también aportan mayor información acerca de los rasgos de las promotoras, de sus antecedentes, aspiraciones y problemáticas.

### **3. Factores determinantes del grado de participación**

Como hemos señalado, en el Programa Leader+ de Catalunya se han apoyado 189 proyectos promovidos individualmente por mujeres, lo que representa algo más de la mitad de los proyectos promovidos individualmente. Existen, sin embargo, diferencias notables entre Grupos en cuanto a la participación de las mujeres. En lo que se refiere al porcentaje de proyectos promovidos por mujeres sobre los proyectos promovidos individualmente, los mayores valores se alcanzan en los Grupos Alt Camp, Massís dels Ports y Pallars-Ribagorça, con porcentajes superiores al 60%. En el otro extremo, el porcentaje de proyectos promovidos por mujeres sobre el total de proyectos promovidos individualmente es notablemente bajo en Berguedà (20%) y algo menos en Terra Alta (35%).

**TABLA 2**  
**Proyectos promovidos por mujeres individualmente por Grupos**

	<b>% sobre proyectos promovidos individualmente</b>
<b>Alt Camp</b>	67.3%
<b>Alt Urgell</b>	41.4%
<b>Berguedà</b>	20.7%
<b>Conca de Barberà</b>	52.0%
<b>Garrotxa</b>	45.5%
<b>Lidebre</b>	41.9%
<b>Massís dels Ports</b>	66.7%
<b>Montsec</b>	54.5%
<b>Pallars-Ribagorça</b>	62.0%
<b>Priorat</b>	57.9%
<b>Ripollès</b>	55.6%
<b>Terra Alta</b>	35.3%
<b>TOTAL</b>	<b>50.9%</b>

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta UAB.

### 3.1. Discriminación positiva para proyectos de mujeres

Como hemos explicado, la mayor parte de los Grupos Leader+ establecieron una discriminación positiva para apoyar los proyectos promovidos por mujeres. Esta discriminación positiva se concretó principalmente en forma de un porcentaje mayor de subvención pública. El Cuadro siguiente presenta el importe de estos porcentajes adicionales, que oscilan entre un 0% en dos Grupos hasta un 14% en un Grupo.

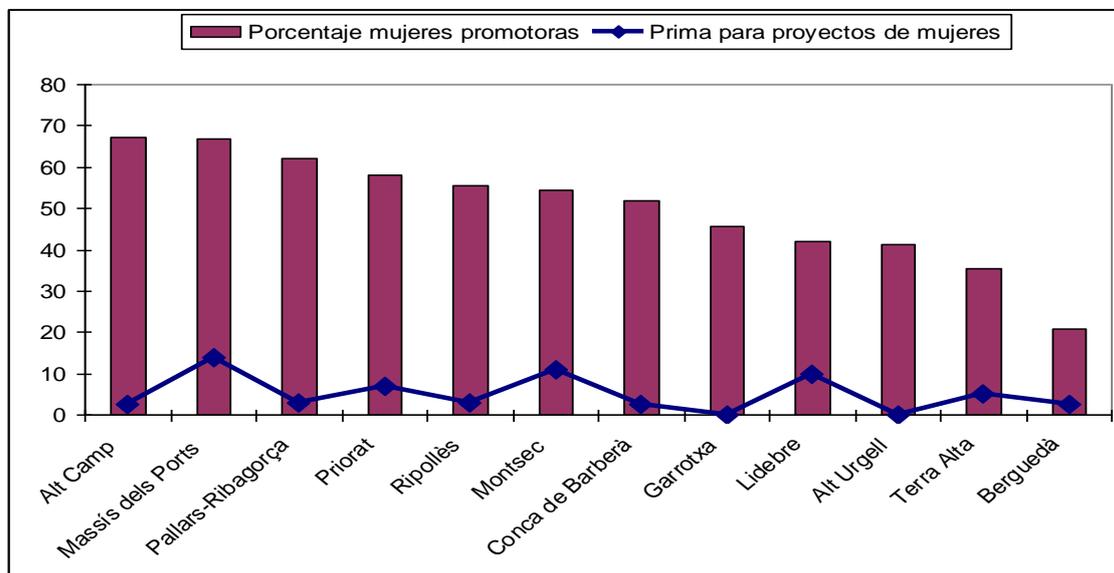
**TABLA 3**  
**Beneficios otorgados a los proyectos promovidos por mujeres (porcentaje adicional de subvención)**

<b>Alt Camp</b>	2.5	<b>Massís dels Ports</b>	14
<b>Alt Urgell</b>	0	<b>Montsec</b>	11
<b>Berguedà</b>	2.38	<b>Pallars-Ribagorça</b>	3
<b>Conca de Barberà</b>	2.5	<b>Priorat</b>	7.1
<b>Garrotxa</b>	0	<b>Ripollès</b>	3
<b>Lidebre</b>	10	<b>Terra Alta</b>	5

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta UAB.

La primera cuestión que nos hemos planteado es si las notables diferencias que existen en cuanto al porcentaje de proyectos promovidos por mujeres en los diversos Grupos responden al grado de discriminación positiva que aplicaron. El Gráfico siguiente nos permite una primera aproximación a la relación entre el porcentaje de mujeres promotoras y la prima.

GRÁFICO 1  
Porcentaje de mujeres promotoras y prima para proyectos de mujeres



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta UAB.

Los resultados del análisis estadístico de correlación entre el grado de participación de las mujeres en los proyectos individuales y la prima otorgada se recoge en el Anexo 1. Se aprecia que no existe ninguna correlación significativa entre ambas variables, lo que supone que el grado de discriminación a favor de los proyectos promovidos por mujeres no explica en modo alguno las diferencias en cuanto al porcentaje de proyectos de mujeres en los doce Grupos. Es decir, según estos resultados, el establecimiento de primas para las mujeres ha tenido poca incidencia como determinante de una mayor participación de este colectivo.

### 3.2. Características socioeconómicas de las zonas Leader+

Otra hipótesis que hemos considerado es la existencia de relación entre las características socioeconómicas de los territorios de intervención de los Grupos y el grado de participación de las mujeres en los proyectos promovidos por los mismos. Esta hipótesis surge de la notable heterogeneidad de los territorios Leader+ de Cataluña, tanto en términos de densidad de población como en dinámica económica o grado de industrialización (Viladomiu et alrii, 2008), y de la literatura existente sobre el emprendimiento en el medio rural (Bock, B.B., 2004; Viladomiu et alrii, 2004; Driga et alrii, 2008), que nos sugiere que cabe esperar una mayor presencia de mujeres empresarias en las zonas rurales más dinámicas y/o más industrializadas.

Para probar la hipótesis hemos analizado la correlación entre el porcentaje de participación femenina y las características siguientes:

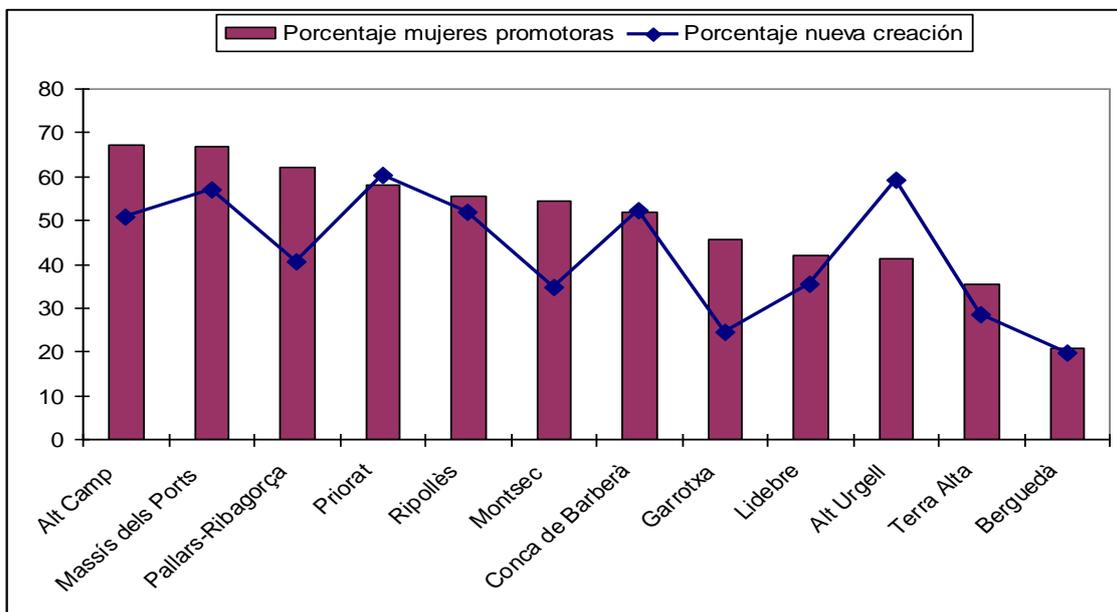
- Grado de ruralidad (medido por la densidad demográfica).
- Dinamismo socio-económico (medido por el crecimiento económico, demográfico y del empleo).
- Grado de industrialización (porcentaje de empleo industrial) de los territorios de actuación de los doce Grupos.

Los resultados de estos análisis (véase el Anexo 1) muestran que no existe relación alguna entre el grado de participación femenina en los proyectos y cada una de las variables consideradas, lo que nos lleva a descartar los rasgos socio-económicos de las zonas Leader+ como factores determinantes del grado de participación de las mujeres como promotoras de proyectos.

### 3.3. Características de los proyectos y participación de las mujeres

Algo más de la mitad de los proyectos promovidos individualmente lo fueron de nueva creación de actividades. Existen notables diferencias en los doce Grupos: mientras el 60% de los proyectos fueron de nueva creación en dos Grupos, en otro este porcentaje no alcanza el 20%. El Gráfico siguiente parece mostrar cierta relación entre ambas variables en el sentido de que a mayor porcentaje de proyectos de nueva creación se corresponde un grado mayor de presencia de mujeres como promotoras.

GRÁFICO 2  
Porcentaje de mujeres promotoras y porcentaje de proyectos de nueva creación



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta UAB.

El análisis estadístico confirma la apreciación del gráfico y muestra una correlación prácticamente significativa (ver Anexo 2) entre el porcentaje de mujeres promotoras y el porcentaje de proyectos de nueva creación de actividades en cada uno de los doce Grupos. Esta correlación mejora (ver Anexo 3) cuando se elimina el grupo Alt Urgell que, como muestra el gráfico anterior, representa un caso excepcional.

También hemos estudiado la relación entre el ámbito de actuación o sector de actividad en el que se ubica el proyecto y el grado de participación de las mujeres. Hemos considerado los siguientes sectores de actividad para los proyectos promovidos individualmente:

- Comercio mayorista.
- Comercio minorista.
- Industria no alimentaria.
- Industria alimentaria.
- Servicios a empresas.
- Servicios sociales.

- Servicios personales.
- Turismo rural.

No consideramos otras actividades (Patrimonio natural, patrimonio cultural y arquitectónico...) por el reducido número de proyectos individuales en estos ámbitos.

El primer elemento a destacar es la relevancia de las mujeres como promotoras de proyectos en el comercio y los servicios personales, y su reducida o casi nula significación en la industria no alimentaria, los servicios a empresas y la muy limitada participación en la industria alimentaria (transformación y comercialización de productos agrarios).

TABLA 4  
**Porcentaje de proyectos promovidos por mujeres en los distintos sectores**

<b>Comercio</b>	68,5%
<b>Industria no alimentaria</b>	0,0%
<b>Industria alimentaria</b>	25,6%
<b>Servicios a empresas</b>	15,0%
<b>Servicios sociales</b>	57,0%
<b>Servicios personales</b>	66,0%
<b>Turismo rural</b>	54,1%
<b>TOTAL</b>	54%

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta UAB.

El sesgo de los proyectos promovidos por mujeres hacia determinadas actividades explica en parte que los Grupos con mayor porcentaje de proyectos en los ámbitos del comercio o los servicios (Alt Camp, Massís del Ports) tengan mayor porcentaje de mujeres responsables de proyectos. En sentido opuesto la relación es aún más clara. Los Grupos con más proyectos industriales (Berguedà de manera emblemática) tienen un reducido porcentaje de mujeres emprendedoras en los proyectos aprobados.

El análisis estadístico del grado de correlación entre la participación de las mujeres como promotoras en cada uno de los 12 Grupos y el peso de cada uno de estos sectores en el conjunto de proyectos individuales aprobados (ver Anexo 2) muestra una relación negativa claramente significativa entre porcentaje de mujeres promotoras y peso de la industria no alimentaria en los Grupos, y otra también negativa entre la primera variable y el peso de la industria alimentaria. No puede hablarse, en cambio, de ninguna correlación positiva entre alguna actividad específica y el grado de participación de las mujeres como promotoras que explique las diferencias en este aspecto entre Grupos debido a la aleatoriedad de los datos.

#### **4. Conclusiones**

Admitiendo que una mayor implicación de las mujeres en los proyectos empresariales es un objetivo de la política de desarrollo rural, la experiencia del Programa Leader+ de Catalunya nos proporciona algunas lecciones al respecto que pueden ser útiles para definir las fórmulas de actuación más apropiadas para potenciar esta participación. Estas lecciones se derivan del diferente grado en el que las mujeres asumieron el rol de promotoras de proyectos en los doce Grupos Leader+ del citado Programa.

En primer lugar constatamos que las características socioeconómicas de la zona rural parecen no tener relevancia en el análisis realizado a la hora de explicar la intensidad de la participación femenina en la

promoción de proyectos. En consecuencia, otros factores pueden neutralizar el impacto que pudiéramos esperar de las características de determinados territorios rurales en el sentido de ser más o menos favorables a la participación de las mujeres como promotoras.

El análisis realizado tampoco muestra relación entre el grado de discriminación positiva aplicado a favor de los proyectos promovidos por mujeres por cada Grupo y la participación de las mujeres como promotoras. Es decir, los niveles de discriminación establecidos no estimularon de forma significativa una mayor participación femenina. Por otro lado, la escasa relevancia de esta discriminación parece confirmarse en la encuesta en profundidad a una muestra de promotoras ya que pocas manifestaron ser conscientes de que su proyecto tuvo algún tipo de ventaja especial; casi tres de cada cuatro mujeres de las entrevistadas señalan no haber obtenido ningún beneficio por ser mujer en el Programa Leader, a pesar que en casi todos los casos habían recibido una pequeña subvención adicional. Además entre las entrevistadas, existe división de opiniones acerca de la oportunidad del complemento de ayudas para el colectivo de las mujeres. Seis de cada diez mujeres entrevistadas contestan afirmativamente y justifican dicha discriminación como una compensación para afrontar los mayores obstáculos que tienen las mujeres para acceder a puestos de trabajo y/o emprender negocios. Defienden mayoritariamente que este apoyo debería tomar la forma de una priorización de los proyectos de mujeres frente a una minoría que apoya un porcentaje mayor de subvención. En el otro extremo, cuatro de cada diez entrevistadas se manifiestan en contra de las ayudas y argumentan que las mujeres ya están bien posicionadas y que no deben recibir un trato diferente. También hay que señalar que en términos generales, los equipos técnicos de los Grupos son escépticos acerca de la influencia de los beneficios en la emergencia de proyectos promovidos por mujeres en sus territorios de actuación. Por un lado, algunos argumentan que tales beneficios son limitados (unos pocos puntos sobre un gran número de puntos obtenidos por diversas circunstancias). Por otro lado, algunos creen que en su territorio hay muchas mujeres capaces de emprender proyectos sin necesidades de un apoyo específico por el hecho de ser mujeres. Y, por último, algunos Grupos consideran que para fomentar los proyectos de mujeres sería más efectivo poner en marcha actuaciones dirigidas a la formación empresarial de este colectivo o a la promoción de la cultura emprendedora entre las mismas.

Hemos estudiado también la existencia de una relación entre el grado de participación de las mujeres en la promoción de proyectos y el porcentaje de proyectos de nueva creación en el conjunto de proyectos apoyados. Esta relación se explica en buena medida por una menor presencia relativa de mujeres en el conjunto actual de emprendedores rurales y por tanto, en los proyectos de ampliación y/o modernización de actividades la presencia de emprendedores masculinos es más importante. Sugiere también, que el fomento de la implicación de las mujeres (y también los jóvenes) en la promoción de actividades en el mundo rural será más eficaz en aquellos programas que prioricen la creación de nuevas actividades y por el contrario serán menos eficaces los programas que destinen más recursos a actividades ya existentes. La experiencia del Programa Leader+ de Cataluña indica que en los Grupos que más apostaron por la modernización y ampliación de actividades existentes, ya fueran cooperativas agrarias, alojamientos hoteleros o empresas manufactureras, son los que han tenido una menor implicación de mujeres.

Finalmente existe relación entre participación de mujeres en la promoción de proyectos y tipo de actividad apoyada. En el análisis realizado esta relación es especialmente manifiesta en actividades manufactureras, alimentarias y especialmente no alimentarias, y tiene un sentido negativo; cuando mayor es el porcentaje de proyectos industriales no alimentarios seleccionados para ser apoyados menor es la presencia de mujeres como promotoras. Esta relación explica en parte la escasa presencia de mujeres en los proyectos promovidos individualmente en el Grupo Berguedà. Existe en cambio una mayor presencia de mujeres en proyectos de comercio y servicios personales si bien no alcanzan a explicar las diferencias en el grado de participación de las mujeres en los proyectos de los Grupos.

La relación entre tipo de actividades apoyadas por los Grupos y el grado de participación de las mujeres en el emprendimiento de los proyectos es ciertamente compleja. Por un lado, la estrategia de desarrollo de los Grupos al priorizar el apoyo a determinadas actividades ha incidido indirectamente en la participación femenina. Los Grupos que apoyaron el comercio tienen mayores ratios de participación femenina que aquellos que optaron por la industria. En este caso podemos considerar el tipo de actividades apoyadas como la variable independiente y el grado de la participación de las

mujeres como un resultado de esta opción. Esto supone que si se quieren alcanzar mayores niveles de participación femenina en el emprendimiento de proyectos deberían considerarse una priorización sectorial y esta debería no discriminar ámbitos como el comercio, los servicios personales y el turismo y discriminar negativamente la industria.

Por último, destaquemos que si bien los nuevos Grupos de Acción Local del Programa de Desarrollo Rural 2007-2013 no van a poder aplicar niveles de subvención superiores en proyectos promovidos por mujeres, disponen de otros elementos que pueden ser incluso más eficaces a la hora de apoyar el emprendimiento femenino. Estos elementos hacen referencia al tipo de actividad que se apoye, enfatizando los de nueva creación y seleccionando sectores determinados; a las actuaciones dirigidas a la formación empresarial o a la promoción de la cultura emprendedora de las mujeres; y por último a la priorización de formas jurídicas individuales frente a societarias.

## Referencias

Bock, B.B. (2004). "Fitting in and Multi-tasking: Dutch Farm Women's Strategies in Rural Entrepreneurship", *Sociologia Ruralis*, Vol. 44 (3), pgs. 245-260.

Consejo de la Unión Europea (2006). Decisión del Consejo de 20 de febrero de 2006 sobre las directrices estratégicas comunitarias de desarrollo rural (período de programación 2007-2013) (2006/144/CE).

Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca (DARP) (2001). *Iniciativa Comunitaria Leader+. Programa Regional de Catalunya. Período 2000-2006*, Julio.

Driga, O., Lafuente, E., Vaillant, Y. (2008). "Reasons behind the relatively lower entrepreneurial activity level of rural women: looking into rural Spain", *Sociologia Ruralis*, Vol. 49 (1), pgs. 70-96.

European Commission (2000). *Women active in rural development. Assuring the future of rural Europe*, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

Langreo, A. y Benito, I. (2002). "La participación de la mujer, elemento imprescindible en el desarrollo rural. Piedra angular", *Actualidad Leader*, nº 17.

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2007). *Marco Nacional de Desarrollo Rural (2007-2013)*, Madrid, 22 de Octubre.

Viladomiu, L., Rosell, J. y Francés, G., (2003). *Informe de Evaluación Intermedia del Programa LEADER+ de Catalunya, 2000-2006*, Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca.

Viladomiu, L., Rosell, J., Vaillant, Y. y Zamora, A. (2004). "Empresas y empresarios en las Comarcas Rurales de Catalunya", *Document d'Economia Industrial*, nº 21. Centre d'Economia Industrial.

Viladomiu L., Rosell, J. y Francés, G. (2008), *Evaluación ex-post final de la Iniciativa Comunitaria Leader+ de Catalunya, 2000-2006*, Departament d'Agricultura, Alimentació i Acció Rural.

ANEXO 1

Correlaciones entre el porcentaje de mujeres promotoras, la discriminación positiva y los rasgos socioeconómicos de los grupos

	Porcentaje mujeres promotoras	Densidad de población	Crecimiento económico	Crecimiento demográfico	Crecimiento del empleo	Porcentaje empleo industrial	Incremento porcentual del número de empresas
<b>Porcentaje de mujeres promotoras</b>	1	,174	,052	,362	,073	,101	,031
Correlación de Pearson							
Sig. (bilateral)		<b>,589</b>	<b>,872</b>	<b>,248</b>	<b>,821</b>	<b>,754</b>	<b>,924</b>
N	12	12	12	12	12	12	12

\* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

	Prima de proyectos para mujeres	Medida 103 (Porcentaje sobre total)	Medida 104 (Porcentaje sobre total)	Medida 105 (Porcentaje sobre total)	Medida 106 (Porcentaje sobre total)	Medida 107 (Porcentaje sobre total)	Medida 108 (Porcentaje sobre total)
<b>Porcentaje de mujeres promotoras</b>	,311	-,078	,368	-,162	-,129	,112	,308
Correlación de Pearson							
Sig. (bilateral)	<b>,324</b>	<b>,809</b>	<b>,239</b>	<b>,615</b>	<b>,690</b>	<b>,728</b>	<b>,329</b>
N	12	12	12	12	12	12	12

\* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

FACTORES DETERMINANTES DE LA PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES COMO PROMOTORAS...

ANEXO 2

Correlaciones entre el porcentaje de mujeres promotoras y las características de los proyectos

		Porcentaje mujeres promotoras	Porcentaje proyectos de nueva creación	Comercio mayorista (Porcentaje sobre total)	Comercio minorista (Porcentaje sobre total)	Industria no agroalimentaria (Porcentaje sobre total)	Industria agroalimentaria (Porcentaje sobre total)	Turismo rural
<b>Porcentaje de mujeres promotoras</b>	Correlación de Pearson	1	,567	-,767(**)	,321	-,791(**)	-,679(*)	,264
	<b>Sig. (bilateral)</b>		<b>,054</b>	<b>,004</b>	<b>,309</b>	<b>,002</b>	<b>,015</b>	<b>,408</b>
	N	12	12	12	12	12	12	12

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

\* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

		Servicios a empresas	Servicios sociales	Servicios personales
<b>Porcentaje de mujeres promotoras</b>	Correlación de Pearson	-,015	,150	,040
	<b>Sig. (bilateral)</b>	<b>,964</b>	<b>,641</b>	<b>,901</b>
	N	12	12	12

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

\* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

ANEXO 3

Correlaciones entre el porcentaje de mujeres promotoras y las características de los proyectos, excluyendo el Alt Urgell

		Porcentaje mujeres promotoras	Porcentaje proyectos de nueva creación	Comercio mayorista (Porcentaje sobre total)	Comercio minorista (Porcentaje sobre total)	Industria no agroalimentaria (Porcentaje sobre total)	Industria agroalimentaria (Porcentaje sobre total)	Turismo rural
<b>Porcentaje de mujeres promotoras</b>	Correlación de Pearson	1	,703(*)	-,818(**)	,275	-,821(**)	-,704(*)	,371
	<b>Sig. (bilateral)</b>		<b>,016</b>	<b>,002</b>	<b>,413</b>	<b>,002</b>	<b>,016</b>	<b>,262</b>
	N	11	11	11	11	11	11	11

\* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

		Servicios a empresas	Servicios sociales	Servicios personales
<b>Porcentaje de mujeres promotoras</b>	Correlación de Pearson	-,021	,123	-,020
	<b>Sig. (bilateral)</b>	<b>,952</b>	<b>,720</b>	<b>,953</b>
	N	11	11	11

\* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).