MUJERES EMPRENDEDORAS

Aunque ellos se lanzan más a emprender que ellas, en las últimas décadas las cifras se están equilibrando y cada vez hay más mujeres que, por obligación o por vocación, deciden abrir una empresa. En el 2012, hubo un 23% más de mujeres emprendedoras en España respecto al curso anterior

Texto Cristina Sáez

El de Carlota es un caso poco habitual. A sus treinta y algo, está al frente de una joven compañía eléctrica, Holaluz.com. La puso en marcha junto a Oriol y Ferran, amigos y socios, en noviembre del 2010 y unos meses más tarde, en junio, ya vendían su primer kilowatio hora. Desde entonces, no han dejado de crecer. "Queremos cambiar el paradigma del cliente y la compañía eléctrica. Holaluz.com ofrece electricidad a un precio justo con un servicio cercano y personalizado. Hablamos de tú a tú a la gente", explica esta ingeniera industrial, con una sonrisa y una fuerza arrolladoras.

Hacia las cinco de la tarde, cada día, se va a buscar a sus tres hijas pequeñas al cole; las lleva casa, les da de merendar, juega con ellas, las baña y después de la cena y de acostarlas, se pone de nuevo a trabajar. Es su momento más productivo de la jornada, asegura. "Muchos días me quedo hasta la una de la madrugada trabajando, pero no me importa porque estos horarios flexibles me permiten compatibilizar mi vida personal con la profesional. Y ahora rindo mucho más que antes, cuando trabajaba en una multinacional con unos horarios fijos inamovibles".

Tras estudiar la carrera y pasar un tiempo en Alemania trabajando para una gran multinacional de la energía, esta emprendedora volvió a Barcelona y se incorporó a otra empresa del sector. Hasta ese momento, todo iba bien. Entonces, tuvo a su primera hija y empezaron los quebraderos de cabeza. "Mi vida empezó a no ajustarse para nada al trabajo en una compañía normal. Quieres irte a las seis a bañar a tu niña y todo son malas caras, como si por estirar el horario laboral fueras a ser más productivo. A aquella situación personal, que me hacía pensar que yo no encajaba en una empresa al uso, se sumó que había estudiado un máster de gestión empresarial, en el que conocí a quienes son hoy en día mis socios, Oriol y Ferran; vimos que nos entendíamos, que contábamos con experiencia y conocimientos sólidos del sector, y que teníamos una buena idea que podía tener cabida en el mercado. Esos factores nos llevaron a ver claro que teníamos que montar algo por nuestra cuenta".

La historia de Carlota es infrecuente. Aunque la cifra va en aumento, aún son pocas las mujeres que se embarcan en emprender un negocio. Según un estudio publicado por Womenalia, una red de *networking* para directivas, empresarias y profesionales que pretende potenciar la emprendeduría femenina, tan sólo dos de cada 10 mujeres en el mundo son emprendedoras –con excepción de las féminas americanas que casi doblan ese porcentaje–. Y la cifra desciende estrepitosamente cuando se trata del sector tecnológico; aquí sólo hay entre un 3% y 4% de mujeres que se lanzan a montar algo. Emprender, en general, no resulta nada fácil a juzgar por las estadísticas. Ocho de cada 10 pymes cierran durante los cinco primeros años de vida y de éstas, el 64% no vuelve a intentar poner en marcha la actividad jamás.

LAS ESPAÑOLAS EMPRENDEN MÁS QUE LAS ALEMANAS

España tampoco se caracteriza por ser un país especialmente emprendedor: según el Global Enterpreneurship Monitor (GEM), en la Península esta actividad es muy baja.

No obstante, hay motivos para el optimismo. Si bien, pese a las cifras no demasiado elevadas, en el 2011 hubo más hombres que pusieron en marcha un negocio en España que mujeres, ellas van ganando terreno. Según el informe elaborado por el (GEM), una de las fuentes de información más importantes sobre la realidad de la iniciativa emprendedora de un país, el porcentaje de emprendedores masculinos (sobre el total de la población adulta) en el 2011 fue de 7,05%, un 30,5% más que en el curso anterior, mientras que, entre el conjunto de las mujeres españolas, un 4,5% de ellas fueron emprendedoras, un 42,77% más que en el 2010.

De hecho, en nuestro país ellas ponen en marcha negocios propios más de lo que hacen las alemanas, las japonesas y las francesas, aunque menos que las estadounidenses, las británicas, las brasileñas y las nigerianas (éstas últimas ocupan el primer lugar en el ránking mundial). Los datos indican, también, que las féminas españolas se han ido equiparando a los hombres en las últimas décadas en la intención de montar una empresa. En este 2012, apunta María Gómez, de Womenalia, hay ya un 23% más de mujeres emprendedoras en España. En parte, señala, por los despidos, lo que, paradójicamente, "para muchas mujeres está resultando una oportunidad".

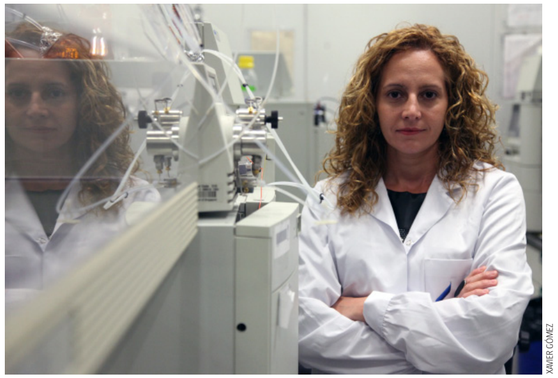
Del dicho al hecho.. Casi todas las ciudades españolas cuentan con servicios municipales de acompañamiento a la iniciativa emprendedora. Por ejemplo, en Madrid, desde hace siete años, existe Madrid emprende (Madridemprende.esmadrid.com), en el País Vasco tienen Euskadi Emprende, en Sevilla, Sevilla emprendedora, y Barcelona cuenta con un servicio pionero en España de ayuda al emprendedor, Barcelona Activa, que lleva 25 años en funcionamiento. En todos esos servicios se constata que acuden en igual proporción hombres y mujeres a asesorarse para poner en marcha una iniciativa. Susana Tintoré, directora ejecutiva de servicios a la empresa y a la ocupación de Barcelona Activa, ►

DANI DUCH

Sally Lerma Hambleton
The Worshop Flores
Theworkshopflores.com

Después 10 años de madrugones, de jornadas maratonianas, de un sueldo astronómico, de una relación tensa y complicada con su jefe, de operaciones en bolsa, un buen día, en noviembre de 2002, Sally Lerma Hambleton decidió abandonar el sector financiero y dedicarse al mundo de las flores. "Siempre me había gustado mucho pero jamás había pensado en dedicarme a ellos profesionalmente ni por asomo".
Tras un curso intensivo de floristería en Londres, empezó en el negocio casi sin querer. "Un día mi marido le dio mi teléfono a un compañero suyo que necesitaba unas flores para un evento y aquello fue el empujón definitivo. Comencé en un cuarto que teníamos libre en casa y poco a poco fui colonizando con cajas de flores el pasillo, el salón, la cocina, hasta que un día vi que enfrente de casa se alquilaba un local pequeño y... ¡me lancé!".
En España, dice Lerma, solemos regalar flores por compromiso, para agradecer alguna cosa, para celebrar un nacimiento o un cumpleaños. En cambio, en los países del norte de Europa se compran para decorar y dar un toque de color y alegría a la casa. Y eso es lo que esta emprendedora quiere poner de moda en Madrid. Desde que arrancó ya han pasado 10 años y "cada día me levanto feliz y alegre por poder dedicarme a esto".

RICSER VILALLONGA


XAVIER GÓMEZ

Cèlia Pujals
Librooks
Librooks.es

"Tenía claro que quería seguir en el mundo de la edición. Como el sector no me ofrecía muchas alternativas, vi que aquella idea que había estado un poco en el aire durante algún tiempo tenía posibilidades de convertirse en realidad", explica Cèlia Pujals, al frente de Librooks. Llevaba 12 años en una editorial encargándose de la edición de libros de alta gastronomía; con la crisis, la empresa hizo una gran reestructuración y Cèlia acabó saliendo de ella. Aquel fue el empujón definitivo que la llevó a montar, junto a Eduard, un compañero de la editorial, Librooks, una plataforma de contenidos especializados e inéditos. "La idea era aprovechar nuestra experiencia en el campo del libro ilustrado y buscar temas de innovación para editar títulos que respondieran a necesidades de la sociedad". El primero apareció a finales en el 2011 y estaba dedicado al vehículo eléctrico. Y desde entonces, han publicado otros cuatro más y se preparan para desembarcar en el digital. "Primero pensamos en libros que puedan tener salida porque exista una necesidad sobre el tema, entonces vamos a buscar a los autores más idóneos para hacerlos, a la vez que posibles patrocinadores". Cèlia reconoce que: "El cambio ha sido grande y complicado. Y requiere muchísimo esfuerzo y dedicación. Pero resulta muy gratificante tirar adelante tu proyecto, ser amo de tus decisiones, aunque económicamente aún no nos recompense".

Teresa Tarragó
Iproteos
Iproteos.com

"Tenía la sensación de que lo que estaba haciendo estaba demasiado alejado de las necesidades de la sociedad. Por eso me decidí a emprender el proyecto de Iproteos", cuenta Teresa Tarragó. Después de estudiar biología, bioquímica, de doctorarse y de hacer un posdoctorado, consiguió una plaza de investigador asociado en el Institut de Recerca Biomèdica de Barcelona (IRBB), para el desarrollo de fármacos para tratar patologías del sistema nervioso, como la esquizofrenia. "Se trataba de entender la enfermedad desde la ciencia básica, pero a mí lo que me interesaba era hacer algo que pudiera llegar a la gente y que generara riqueza para el país". Le estuvo dando muchas vueltas hasta que se decidió a ir a hablar con Ernest Giralt, al frente del programa de farmacología del IRBB. "Después de que me dijera que contaba con el apoyo del IRBB, decidí tirarlo hacia delante". Y así fue. Hace un año y medio creó, junto a Giralt, Iproteos, una spin-off del IRBB, ubicada en el Parc Científic de Barcelona, que se encarga de desarrollar nuevos tratamientos para enfermedades del sistema nervioso central, como esquizofrenia o alzheimer. "Transferimos el conocimiento que estamos generando en el IRBB a un proyecto empresarial. Hemos pasado de una investigación básica a un enfoque aplicado", resume Teresa.

EL IR POR SU CUENTA LES AYUDA A CONCILIAR TRABAJO Y FAMILIA

ELLAS PARECEN BUSCAR TAMBIÉN BENEFICIOS SOCIALES

► asegura que acaban el plan de empresa un 49,5% de las mujeres y un 50,50% de los hombres que acuden a este servicio del ayuntamiento barcelonés. No obstante, algo ocurre después porque esos porcentajes no se trasladan a la realidad. Apunta Guernica Facundo, experta en el tema y autora de *El libro rojo de las mujeres emprendedoras* (Libros de cabecera), que hay una brecha enorme entre las personas que acuden a estos servicios para informarse y quienes realmente acaban poniendo su idea en práctica.
En el caso de los hombres, siete de cada 10 logran montar una empresa y en el de las mujeres, tan sólo el 30%.

Los expertos coinciden en señalar que hay varios motivos que explican ese baile de cifras en el caso de las mujeres, y que permiten comprender por qué muchas tiran la toalla por el camino. En primer lugar, "las mujeres tardamos más en general en decidir, porque en comparación con los hombres, solemos tomar en consideración muchos más factores, y de diversa índole –apunta Facundo–. Por lo general, ellos suelen centrarse en si el proyecto es o no viable económicamente, cuánto pueden invertir y aguantar hasta que dé rendimiento. La mujer, en cambio, sopesa la parte económica, pero también y mucho la social y personal".

En segundo lugar, al parecer las mujeres tienden a sentir mayor aversión hacia el riesgo que los hombres. Un dato esclarecedor en este sentido: el GEM señala que en España entre el 2005 y el 2008, el volumen de inversión medio que los emprendedores, tanto hombres como mujeres, aseguraban haber invertido en su negocio era de 50.000 euros. A lo largo de esos tres años, unos y otros declaraban un aumento de ese *capital semilla*; sin embargo, a partir del 2008, cuando estalla la crisis, en el caso de las mujeres esa inversión inicial baja hasta los 30.000 euros, mientras que en el de los hombres se incrementa. Para Guernica Facundo, experta en emprendeduría, eso demuestra que "la mujer limita mucho más el riesgo, mientras que los hombres tienden a apostar por sectores de actividad en los que el riesgo es más elevado y están dispuestos a dar el salto".

Clara Arnedo trabaja junto a su hermana Marga en Conèixer Bcn, una empresa especializada en turismo cultural. Cuando se embarcó en el proyecto, salía de trabajar en una empresa con contrato. Estuvo un año preparándose las oposiciones para guía turístico sin saber si aquella apuesta le saldría o no bien. "Quizás lo hice en un momento en que era bastante joven y tienes menos miedo a hacer estas cosas. El trabajo que tenía no me llenaba lo suficiente y consideré que tal vez ser autónoma y emprender este proyecto de rutas culturales se podía ajustar algo más a la vida que quería llevar".

Para Montse Serrano, al frente de una emblemática librería barcelonesa desde hace 34 años, "no puedes tener miedo al fracaso. Si piensas que te estrellarás, te frenas. Y no pones en marcha aquello que quieres porque tienes la excusa de que te saldrá mal y tienes miedo. Pero lo importante es intentarlo y si te sale mal, ¿qué? ¡Pues al menos lo habrás probado!". El tercer factor que frena a las mujeres a la hora de em-

DANI DUCH

XAVIER GÓMEZ

Pilar Conejero
Comoencasademama.com

Dos décadas comiendo cada día fuera de casa son más que suficientes para darse uno cuenta de lo mal que nos alimentamos. Además de ser caro, ir de restaurantes hace que ingiramos más calorías de las cuenta, lo que repercute en nuestra salud. "Acabé cansada de los restaurantes de la zona y muchas veces optaba por llevarme un táper al trabajo", explica Pilar Conejero, que hace poco más de un año y medio se quedó en el paro y decidió emprender un negocio por su cuenta, Comoencasademama.com, comida casera a domicilio. "Había trabajado durante mucho tiempo en canales de televisión de gastronomía, en temas de marketing, y cuando perdí mi empleo, decidí que era el momento perfecto para aunar mis dos pasiones, el marketing on line y la cocina". Lió a su hija, que le hace de pinche, y pensó en ofrecer un servicio de comidas sanas, equilibradas, con productos naturales. "Es lo mismo que cuando comes en casa de tu madre: sólo hay una opción de primer y segundo plato por día, y tratamos de que en los menús haya un equilibrio entre hidratos de carbono, huevos, pescado, carne, frutas, verduras. Con dos semanas de antelación, publicamos la oferta de comidas diaria; quienes quieren se apuntan para recibirlo en casa. Repartimos los lunes y los miércoles, para optimizar y que no haya gastos de envío." Y de momento, Comoencasademama.com funciona. Desde marzo del 2011 y sirve comidas en toda la Comunidad de Madrid. "No descansas. Te pasas la mañana cocinando, la tarde en las redes sociales promocionando el negocio y por la noche recibes las llamadas de encargo. A pesar de todo es gratificante. A veces mis clientes me llaman y me piden que vuelva a cocinar un plato porque les ha encantado".

Antecedentes
Contar con un antecedente familiar femenino es uno de los factores que más influyen en las mujeres para decidirse a emprender un proyecto. Por cada persona emprendedora sin antecedentes, hay dos que sí los tienen. Y en el caso de las chicas, además, es especialmente influyente si el emprendedor es otra mujer de la familia. (datos extraídos del informe del GEM 2011)

¿Cómo son las empresas que crean las mujeres españolas?
> Ligeramente más pequeñas que las creadas por los hombres (1,7 empleados en la femenina, 1,85 empleados en la masculina)
> Son menos industriales: El 22,5 % de las empresas creadas por hombres son industriales, frente al 10,5 % de las creadas por mujeres
> El 17,8% de las empresas emprendidas por mujeres no tienen competencia
> Son menos tecnológicas: tan sólo el 4,8% de las mujeres se enfocan en este mercado en comparación con el 7.5% de los hombres
> El 62,3 % de las empresas lideradas por mujeres se dirigen al gran consumo, frente al 47,7% de las de los hombres.

¿Cómo es la mujer emprendedora?
> Joven, de 38 años de media de edad. Casada y al menos con un hijo. Nivel educativo medio-alto. Más del 50% tienen un nivel alto de renta per cápita
> Una de cada tres mujeres considera que emprender es una muy buena idea y el 65% piensa que hacerlo con éxito aporta estatus social

LOS CAMBIOS DE ESTILOS DE VIDA SUELEN SER MUY GRANDES

prender es la carga de responsabilidades del hogar. "Seguimos encargándonos de llevar la casa, sobre todo las mujeres que son madres o tienen mayores a su cargo. El 50% de la población activa femenina tiene hijos y el 80% de las cargas de la casa siguen recayendo sobre las mujeres", señala la CEO de Womenalia. De ahí que para emprender, en el caso de ellas, contar con el apoyo familiar sea fundamental.

Sally Lerma Hambleton lo tiene claro. Si su madre, su marido y sus hijos no la hubieran ayudado cuando arrancó el negocio de flores que regenta, seguramente The Workshop Flores ya habría cerrado hace tiempo. "Me planteé abrir la tienda con miedo y vergüenza. Pensaba 'y quién me va a ayudar, cómo repartiré las flores, no podré con todo...Pero al final contaba con el apoyo de mi familia, que me echaban una mano en lo que hiciera falta. Y eso para un loco soñador que se lance a emprender es super importante", considera. Dentro de los roles de género, y en cuarto lugar, señala Guernica Facundo, está el hecho de que "tenemos muy pocos modelos a seguir y los que hay son poco visible y no tienen reconocimiento. Si ves una fotografía del presidente de la cámara de comercio, del parlamento europeo o de la comisión europea, mires el sector que mires, los cargos de mayor responsabilidad están ocupados por hombres. Y eso es determinante. Necesitamos que haya mujeres visibles, con poder, para generar impacto social".

Montse Serrano
Librería +Bernat
Libreriamasbernat.com

Montse no para. Va de un lado a otro cargadita de libros que va colocando, con orden y también con cierto desorden, aquí y allá. Son los habitantes de +Bernat, la librería que regenta y orquestra desde hace 35 años. Cuando tenía veintipocos, recién acabada la carrera de ciencias de la información, allá por el año 1978, el dueño de la pequeña librería que había frente a su casa le dijo que traspasaba el negocio. Sin pensárselo dos veces le espetó que ella se la quedaba. "La única experiencia con la que contaba era la de haber leído libros", recuerda entre risas. Poco a poco Montse fue transformando esa librería en el corazón del barrio. Allí los vecinos se encontraban para hablar de literatura, de política, de la vida. El verano del 2009, el propietario del *sex shop* que había junto a la librería le dijo que se iba y "mientras él se estaba despidiendo, yo ya estaba pensando en cómo colocaría las estanterías. ¡Era mi oportunidad!", explica Montse.
Para poder llevar a cabo la ampliación, convenció a sus amigos para que se embarcaran con ella en el proyecto. Al principio eran 25 socios y ahora ya son 47 y siguen ampliando. "Es una red de personas que se sienten orgullosas de pertenecer a la librería y que vienen a echarme una mano. Algunos se encargan de las devoluciones, otros me ayudan a hacer la facturación, otros colocan libros... Todos juntos emprendemos la aventura de +Bernat. Además de una cafetería, siempre hay actividades interesantes: catas de vino, charlas o presentaciones, club de lectura. Quiero que sea la segunda casa de quienes viven en la zona. Que vengan aquí a comer, a tomar un café, a descansar, a charlar un rato. Y si les apetece, a leer".

Emprendiendo En general, hombres y mujeres optamos por emprender en negocios diferentes. Ellas suelen preferir proyectos en que se equilibre la parte del negocio con la personal y social. Y les van más los negocios que tienen que ver con las personas, con el ocio, con el comercio, con el turismo, el coaching, la belleza, la alimentación; en►

LLIBERT TEIXIDÓ

DAVID AIROB

Carlota Pi
Holaluz.com

"Trabajaba en el sector de la comercialización de la energía en una gran empresa. Cuando tuve a mi primera hija, vi que era imposible compatibilizar mis horarios laborales con mi vida familiar. En España no se entiende que te vayas a las cinco porque quieres ir a buscar a tus niños al cole o que quieras bañarlos a los ocho. En cambio, en otros países, como Alemania, donde había trabajado anteriormente, es lo más normal", cuenta Carlota Pi, al frente de Holaluz.com, una empresa comercializadora de electricidad dirigida tanto a empresas como a clientes domésticos.
En el 2004 volvió a Barcelona después de estar algún tiempo en el extranjero, se matriculó en el Executive MBA del Iese Business School, donde conoció a Oriol Vila y Ferran Nogué, sus dos compañeros en esta aventura. Con ellos a finales del 2010 comenzaron a tener claro que querían montar algo propio. Carlota tenía sólidos conocimientos sobre el tema de la energía. Oriol y Ferran, experiencia en temas de sistemas y energías renovables. "Vimos que teníamos un equipo equilibrado y que no existía en el mercado una propuesta de valor como la que nosotros podíamos aportar. Hemos cambiado el paradigma de la relación del cliente con su compañía eléctrica, le hablamos de tú a tú y encima esa comunicación clara la acompañamos de un ahorro en la factura a final de mes", explica Carlota. Holaluz.com como sociedad se constituyó en noviembre del 2010 aunque su primer kilovatio/hora lo vendieron en junio del 2011.
"Ahora trabajo unas 100 veces más pero en los horarios que a mí me van bien, como por ejemplo por las noches, cuando mis hijas se van a dormir. La cantidad de cosas que puedo hacer ahora no tienen nada que ver con lo que hacía antes. Ahora soy mucho más productiva y puedo disfrutar de la experiencia de ser madre".

Marga & Clara Arnedo
Conèixer Bcn
Coneixerbcn.com

En el 2005 se celebraba el año del libro. Y a Marga Arnedo, guía turístico, se le ocurrió diseñar unas rutas diferentes, originales, culturales, por Barcelona, que recorrieran los espacios que aparecían en algunas novelas. Entonces, este tipo de oferta ni existía. Junto con otra compañera, preparó unas cuantas propuestas y tuvo la suerte de que una entidad bancaria se interesó por ellas para su oferta de actividades sociales. Fue así como empezó lo que acabaría convirtiéndose en Conèixer Bcn, una empresa dedicada a la divulgación del arte y la historia de Barcelona y alrededores.
Un par de años más tarde, entró la hermana pequeña de Marga, Clara.
"Funcionamos mucho por encargo. Colegios, instituciones, diputaciones, bibliotecas, nos piden que, por ejemplo, preparemos una ruta de tal libro o sobre tal autor", explica Marga.
"Las rutas que hacemos no existen, las confeccionamos en función de lo que nos piden. Es un trabajo muy creativo, que requiere que leas mucho, que te documentes, por lo que estás siempre aprendiendo. Y luego, una vez estás haciendo la ruta, se trata de disfrutar de aquello que has preparado compartiéndolo con la gente", añade Clara.
Los paseos de *El Quijote* y de la novela *Nada*, de Carmen Laforet, son dos de las más demandadas. También la de comercios centenarios de la ciudad.

LAS MUJERES SON MÁS PRUDENTES A LA HORA DE ASUMIR RIESGOS

EL SECTOR DE LA TECNOLOGÍA AÚN ES DOMINIO MASCULINO

► cambio ellos prefieren moverse en el ámbito más industrial y tecnológico. "Eso pasa aquí y en Estados Unidos y en todos los sitios. Es una preferencia universal", considera Susana Tintoré, de Barcelona Activa, que añade: "Pocas empresas tipo Google, Instagram, Facebook o Amazon tienen detrás a una mujer". El ámbito en el que hay más emprendeduría femenina y en que las mujeres superan a los hombres es en el social.

Explica Patricia Sáez, directora del MBA en Social Entrepreneurship y del Posgrado de Emprendedores Sociales de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) y detrás del blog *Del yo al nosotros* (Delyoalnosotros.blogspot.com.es) que "suele motivarlas el resolver un problema de un colectivo, tanto en España como en otros países", y pone como ejemplo el caso de Teach for All (Teachforall.org), una organización que recluta a los mejores estudiantes recién graduados de las mejores universidades americanas para que den clases a colectivos desfavorecidos durante dos años. Detrás está Wendy Koop, que perseguía que los niños de clase social baja pudieran tener acceso a una buena educación. Otro ejemplo, más local, es el de Obrador Xisqueta: tres mujeres que intentan que el oficio de pastor no se pierda y tratan de dinamizarlo, al tiempo que venden productos textiles fabricados a partir de la lana de las ovejas. En este tipo de empresas el éxito se mide por otros baremos. No consiste tanto en ganar dinero para poder crecer, como ocurre en el sector tecnológico. "Tiene más fuerza tener una vida independiente y el éxito es llegar a solucionar un problema que afecta a un colectivo", considera Sáez, experta en emprendeduría social.

Más mujeres Si bien la situación está mejorando, y se está equiparando la cantidad de hombres y mueje-res que lideran proyectos, lo cierto es que aún queda mucho camino por recorrer. Para Guernica Facundo, que las mujeres emprendan en menor medida que los hombres, más que un problema es un reflejo distorsionado de la realidad.

"Las mujeres hemos sido generadoras de actividad económica siempre; basta pensar en las afiladoras, las campesinas, las planchadoras. Lo que pasa es que en muchas ocasiones esa actividad no estaba regularizada, legalizada, ni reconocida. Además, no goza del mismo reconocimiento social montar una cooperativa de limpieza o una tienda de cosmética que una empresa de alta tecnología". María Gómez, CEO de Womenalia, opina que "si hubiera más mujeres en los consejos de administración de las empresas o en comités de dirección o al frente de compañías, aportarían mucho valor a la hora de elaborar un producto, de mejorarlo, de innovar o promocionar los servicios de una empresa. Porque somos las grandes compradoras y las grandes usuarias. Tomamos el 87% de las decisiones de compra. Y los estudios apuntan que de haber más mujeres en cargos de responsabilidad, se calcula que aumentaría la productividad de las empresas cerca de un 18%". Apostar por las mujeres, por todo lo visto, es un gran negocio. ■

¿Cree que es más difícil para una mujer emprender?
Opine en Lavanguardia.com/estilos-de-vida