DONES EMPRENEDORES

Tot i que ells es llancen més a emprendre que no pas elles, les últimes dècades les xifres s'estan equilibrant i cada vegada hi ha més dones que, per obligació o per vocació, decideixen obrir una empresa. El 2012 hi va haver un 23% més de dones emprenedores a Espanya respecte la temporada anterior

Text Cristina Sáez

El de la Carlota és un cas poc habitual. Amb poc més de trenta anys està al capdavant d'una jove companyia elèctrica, Holaluz.com. La va engegar amb l'Oriol i el Ferran, amics i socis, el novembre del 2010, i uns mesos més tard, al juny, ja venien el seu primer quilowatt hora. D'aleshores ençà, no han parat de créixer. "Volem canviar el paradigma del client i la companyia elèctrica. Holaluz.com ofereix electricitat a un preu just amb un servei proper i personalitzat. Parlem a la gent de tu a tu", explica aquesta enginyera industrial, amb un somriure i una força devastadors.

Cap a les cinc de la tarda, cada dia, va a buscar les seves tres filles petites a l'escola; les porta casa, els dóna el berenar, hi juga, les banya i després de sopar i posar-les a dormir, torna a treballar. És el seu moment més productiu de la jornada, assegura. "Molts dies em quedo fins a la una de la matinada treballant, però no em fa res, perquè aquests horaris flexibles em permeten compatibilitzar la vida personal amb la professional. I ara rendeixo molt més que abans, quan treballava en una multinacional amb uns horaris fixos inamovibles".

Després d'estudiar la carrera i passar un temps a Alemanya treballant per a una gran multinacional de l'energia, aquesta emprenedora va tornar a Barcelona i es va incorporar a una altra empresa del sector. Fins aquell moment, tot anava bé. Llavors va tenir la primera filla i van començar els maldecaps. "La meva vida va començar a no ajustar-se gens amb la feina en una companyia normal. Vols marxar a les sis a banyar la nena i tot són males cares, com si per estirar l'horari laboral haguessis de ser més productiu. A aquella situació personal, que em feia pensar que jo no encaixava en una empresa normal, s'hi va afegir que havia estudiat un màster de gestió empresarial en què vaig conèixer els qui avui dia són els meus socis, l'Oriol i el Ferran; vam veure que ens enteníem, que teníem experiència i coneixements sòlids del sector, i que la nostra idea era bona i podia tenir cabuda al mercat. Aquests factors ens van portar a veure clar que havíem de muntar alguna cosa pel nostre compte".

La història de la Carlota és poc freqüent. Tot i que la xifra va en augment, encara són poques les dones que es llancen a emprendre un negoci. Segons un estudi publicat per Womenalia, una xarxa de *networking* per a directives, empresàries i professionals que pretén potenciar l'emprenedoria femenina, tan sols dues de cada deu dones al món són emprenedores –a banda de les americanes, que gairebé dupliquen aquest percentatge–. I la xifra baixa estrepitosament quan es tracta del sector tecnològic; aquí només hi ha entre un 3% i 4% de dones que es decideixen a muntar alguna cosa. Emprendre, en general, no esdevé gens fàcil

LES DONES ESPANYOLES EMPRENEN MÉS QUE LES ALEMANYES

DANI DUCH

Sally Lerma Hambleton
The Workshop Flores
Theworkshopflores.com

Després de deu anys de llevar-se d'hora, de fer jornades maratonianes, de tenir un sou astronòmic i una relació tensa i complicada amb el seu cap, d'operacions en borsa, un bon dia, el novembre del 2002, Sally Lerma Hambleton va decidir abandonar el sector financer i dedicar-se al món de les flors. "Sempre m'havia agradat molt, però mai no havia pensat a dedicar-m'hi professionalment ni de lluny".
Després d'un curs intensiu de floristeria a Londres, es va començar a ficar en el negoci gairebé sense voler. "Un dia el meu marit li va donar el meu telèfon a un company seu que necessitava unes flors per a un esdeveniment, i allò va ser l'empenta definitiva. Vaig començar en una habitació que teníem lliure a casa, i a poc a poc vaig anar colonitzant amb caixes de flors el passadís, el menjador, la cuina, fins que un dia vaig veure que davant de casa es llogava un local petit i... m'hi vaig llançar!".
A Espanya, diu Lerma, solem regalar flors per compromís, per agrair alguna cosa, per celebrar un naixement o un aniversari. En canvi, als països del nord d'Europa es compren per decorar i donar un toc de color i alegria a la casa. I això és el que aquesta emprenedora vol posar de moda a Madrid. Des que va començar ja han passat deu anys, i "cada dia em llevo feliç i contenta de poder -me dedicar a això".

tenint en compte les estadístiques. Vuit de cada deu pimes tanquen durant els cinc primers anys de vida, i d'aquestes, el 64% no torna a intentar mai més engegar l'activitat.

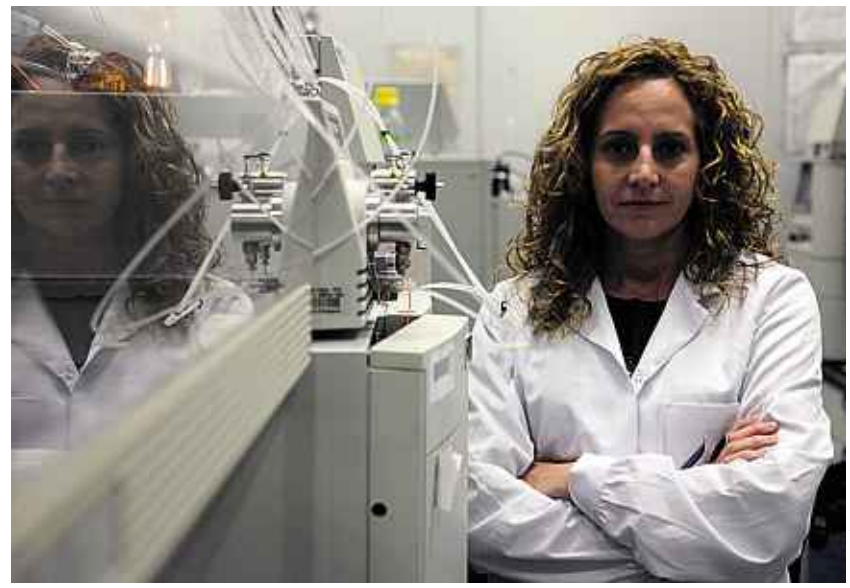
Espanya tampoc no es caracteritza per ser un país especialment emprenedor: segons el Global Enterpreneurship Monitor (GEM), a la Península aquesta activitat és molt baixa.

No obstant això, hi ha motius per a l'optimisme. Si bé, malgrat les xifres no gaire elevades, el 2011 hi va haver més homes que van posar en marxa un negoci a Espanya que no pas dones, elles van guanyant terreny. Segons l'informe elaborat pel GEM, una de les fonts d'informació més importants sobre la realitat de la iniciativa emprenedora d'un país, el percentatge d'emprenedors masculins (sobre el total de la població adulta) el 2011 va ser de 7,05%, un 30,5% més que en el curs anterior, mentre que, entre el conjunt de les dones espanyoles, un 4,5% van ser emprenedores, un 42,77% més que el 2010.

De fet, al nostre país les dones engeguen negocis propis més que no pas les alemanyes, les japoneses i les franceses, per bé que menys que les nord-americanes, les britàniques, les brasileres i les nigerianes (aquestes últimes ocupen el primer lloc del rànquing mundial). Les dades indiquen, també, que les dones espanyoles s'han anat equiparant als homes en les últimes dècades pel que fa a la intenció de muntar una empresa. El 2012, apunta María Gómez, de Womenalia, ja hi va haver un 23% més de dones emprenedores a Espanya. En part, assenyala, pels acomiadaments, que, paradoxalment, "per a moltes dones estan sent una oportunitat".

Una cosa és dir... Gairebé totes les ciutats espanyoles tenen serveis municipals d'acompanyament de la iniciativa emprenedora. Per exemple, a Madrid, des de fa set anys, hi ha Madrid Emprende (Madridemprende.esmadrid.com); al País Basc tenen Euskadi Emprende; a Sevilla, Sevilla Emprendedora, i Barcelona disposa d'un servei pioner a Espanya d'ajuda a l'emprenedor, Barcelona Activa, que fa 25 anys que funciona. En tots aquests serveis es constata que hi arriben la mateixa proporció d'homes que de dones a assessorar-se per engegar una iniciativa. Susana Tintoré, directora ▸

ROSER VILALLONGA



XAVIER GÓMEZ

Cèlia Pujals
Librooks
Librooks.es

"Tenia clar que volia continuar en el món de l'edició. Com que el sector no m'oferia gaires alternatives, vaig veure que aquella idea que havia estat una mica a l'aire durant un cert temps tenia possibilitats de convertir-se en realitat", explica Cèlia Pujals, al capdavant de Librooks. Feia 12 anys que era en una editorial que s'encarregava de l'edició de llibres d'alta gastronomia; amb la crisi, l'empresa va fer una gran reestructuració i la Cèlia en va acabar sortint. Allò va ser l'empenta definitiva que la va portar a muntar, amb l'Eduard, un company de l'editorial, Librooks, una plataforma de continguts especialitzats i inèdits. "La idea era aprofitar la nostra experiència en el camp del llibre il·lustrat i buscar temes d'innovació per editar títols que responguessin a necessitats de la societat". El primer va aparèixer a finals el 2011 i estava dedicat al vehicle elèctric. I des d'aleshores n'han publicat quatre més i es preparen per desembarcar en l'àmbit digital. "Primer pensem en llibres que puguin tenir sortida perquè hi hagi una necessitat sobre el tema, llavors ja buscarem els autors més adients per fer-los, i alhora els possibles patrocinadors". La Cèlia reconeix que "el canvi ha estat gran i complicat. I requereix moltíssim esforç i dedicació. Però esdevé molt gratificant tirar endavant el teu propi projecte, ser amo de les teves decisions, tot i que econòmicament encara no ens recompensi".

ANAR PEL SEU COMPTE ELS AJUDA A CONCILIAR FEINA I FAMÍLIA

SEMBLA QUE LES DONES TAMBÉ BUSQUEN BENEFICIS SOCIALS

► executiva de serveis a l'empresa i a l'ocupació de Barcelona Activa, assegura que acaben el pla d'empresa un 49,5% de les dones i un 50,50% dels homes que recorren a aquest servei de l'Ajuntament barceloní. No obstant això, alguna cosa passa deu passar després, perquè aquests percentatges no es traslladen a la realitat. Guernica Facundo, experta en el tema i autora d'*El libro rojo de las mujeres emprendedoras* (Libros de Cabecera), explica que hi ha una escletxa enorme entre les persones que fan cap a aquests serveis per informar-se i els que realment acaben posant la seva idea en pràctica. En el cas dels homes, set de cada deu aconsegueixen muntar una empresa, i en el de les dones, només el 30%.

Els experts coincideixen a assenyalar que hi ha diversos motius que expliquen aquest ball de xifres en el cas de les dones, i que permeten entendre per què moltes llancen la tovallola pel camí. En primer lloc, "les dones en general triguem més a decidir, perquè en comparació amb els homes solem prendre en consideració molts més factors, i de diverses menes –apunta Facundo–. En general, els homes se solen centrar a considerar si el projecte és viable econòmicament o no, quant hi poden invertir i aguantar fins que doni rendiment. La dona, en canvi, sospesa la part econòmica, però també, i molt, la social i personal".

En segon lloc, segons sembla les dones tendeixen a tenir més aversió al risc que els homes. Una dada aclaridora, en aquest sentit: el GEM assenyala que a Espanya, entre els anys 2005 i el 2008, el volum d'inversió mitjà que els emprenedors, tant homes com dones, asseguraven que havien invertit en el seu negoci era de 50.000 euros. Al llarg d'aquells tres anys, uns i altres declaraven un augment d'aquest *capital llavor*; tanmateix, a partir del 2008, quan esclata la crisi, en el cas de les dones aquesta inversió inicial baixa fins als 30.000 euros, mentre que en el dels homes s'incrementa. Per Guernica Facundo, experta en emprenedoria, això demostra que "la dona limita molt més el risc, mentre que els homes tendeixen a apostar per sectors d'activitat en què el risc és més elevat, i estan disposats a fer el salt".

Clara Arnedo treballa amb la seva germana Marga a Conèixer Bcn, una empresa especialitzada en turisme cultural. Quan es va embarcar en el projecte sortia de treballar en una empresa amb contracte. Va ser un any preparant-se les oposicions per a guia turística sense saber si aquesta opció li sortiria bé o no. "Potser ho vaig fer en un moment que era força jove i tenia menys por de fer aquestes coses. La feina que tenia no m'omplia prou, i vaig considerar que potser ser autònoma i emprendre aquest projecte de rutes culturals es podia ajustar una mica més a la vida que volia portar".

Per Montse Serrano, al capdavant d'una emblemàtica llibreria barcelonina des de fa 34 anys, "no pots tenir por del fracàs. Si penses que t'estavellaràs, et frenes. I no ho tires endavant perquè tens l'excusa que et sortirà malament i tens por. Però l'important és intentar-ho, i si et surt malament què? Si més no ho hauràs provat!". El tercer factor

Teresa Tarragó
Iproteos
Iproteos.com

"Tenia la sensació que el que feia estava massa allunyat de les necessitats de la societat. Per això em vaig decidir a emprendre el projecte d'Iproteos", explica Teresa Tarragó. Després d'estudiar biologia, bioquímica, de doctorar-se i de fer un postdoctorat, va aconseguir una plaça d'investigadora associada a l'Institut de Recerca Biomèdica de Barcelona (IRB), per al desenvolupament de fàrmacs per tractar patologies del sistema nerviós, com l'esquizofrènia. "Es mirava d'entendre la malaltia des de la ciència bàsica, però a mi el que m'interessava era fer una cosa que pogués arribar a la gent i que generés riquesa per al país". Va estar donant -hi moltes voltes fins que es va decidir a anar a parlar amb Ernest Giralt, cap del programa de farmacologia de l'IRB. "Quan em va dir que tenia el suport de l'IRB vaig decidir tirar-ho endavant". I va anar així. Fa un any i mig va crear, amb Giralt, Iproteos, una *spin-off* de l'IRB ubicada al Parc Científic de Barcelona, que s'encarrega de desenvolupar nous tractaments per a malalties del sistema nerviós central, com ara l'esquizofrènia o l'alzheimer. "Transferim el coneixement que estem generant a l'IRB a un projecte empresarial. Hem passat d'una investigació bàsica a un enfocament aplicat", resumeix la Teresa.

DANI DUCH

XAVIER GÓMEZ

Pilar Conejero
Comoencasademama.com

Amb dues dècades dinant cada dia fora de casa n'hi ha ben bé prou per adonar-se de fins a quin punt ens alimentem malament. A més de ser car, anar de restaurants fa que ingerim més calories de les que calen, i això repercuteix en la nostra salut. "Vaig acabar cansada dels restaurants de la zona, i molt sovint optava per emportar-me un tàper a la feina", explica Pilar Conejero, que fa poc més d'un any i mig es va quedar a l'atur i va decidir emprendre un negoci pel seu compte, Comoencasademama.com, menjar casolà a domicili. "Havia treballat durant molt de temps en canals de televisió de gastronomia, en temes de màrqueting, i quan vaig perdre la feina vaig decidir que era el moment perfecte per unir les meves dues passions, el màrqueting en línia i la cuina". Va fitxar la seva filla, que li fa d'ajudant, i va pensar a oferir un servei de menjar sa, equilibrat, amb productes naturals. "És el mateix que quan dines a casa de la mare: només hi ha una opció de primer i segon plat per dia, i procurem que als menús hi hagi un equilibri entre hidrats de carboni, ous, peix, carn, fruites, verdures. Amb dues setmanes d'antelació, publiquem l'oferta de menjars diària; els qui volen s'apunten per rebre'l a casa. Repartim els dilluns i els dimecres, per optimitzar i que no hi hagi despeses de tramesa". I de moment, Comoencasademama.com funciona. Des del març del 2011 serveix menjars a tota la Comunitat de Madrid. "No descanses. Et passes el matí cuinant, la tarda a les xarxes socials promocionant el negoci, i a la nit reps les trucades d'encàrrec. Malgrat tot, és gratificant. De vegades els clients em truquen i em demanen que torni a cuinar un plat perquè els ha encantat".

Montse Serrano
Llibreria +Bernat
Libreriamasbernat.com

La Montse no para. Va d'una banda a l'altra carregadeta de llibres que va col·locant, amb ordre i també amb cert desordre, aquí i allà. Són els habitants de +Bernat, la llibreria que regenta i orquestra des de fa 35 anys. Quan en tenia vint-i-pocs, tot just acabada la carrera de Ciències de la Informació, pels volts de l'any 1978, l'amo de la petita llibreria que hi havia davant de casa seva li va dir que traspassava el negoci. Sense pensar-s'ho dos cops li va etzibar que ella se la quedava. "L'única experiència que tenia era la d'haver llegit llibres", recorda enriolada. A poc a poc, la Montse va anar transformant aquella llibreria en el cor del barri. Els veïns s'hi trobaven per parlar de literatura, de política, de la vida. L'estiu del 2009, el propietari del *sex shop* que hi havia al costat de la llibreria li va dir que se n'anava, i "mentre ell s'estava acomiadant, jo ja estava pensant com col·locaria les prestatgeries. Era la meva oportunitat!", explica la Montse.
Per poder dur a terme l'ampliació, va convèncer els seus amics perquè s'embarquessin amb ella en el projecte. Al principi eren 25 socis i ara ja en són 47 i continuen ampliant. "És una xarxa de persones que se senten orgulloses de pertànyer a la llibreria i que vénen a donar-me un cop de mà. Alguns s'encarreguen de les devolucions, d'altres m'ajuden a fer la facturació, d'altres col·loquen llibres... Tots junts emprenem l'aventura de +Bernat. A més d'una cafeteria, sempre hi ha activitats interessants: tastos de vi, xerrades o presentacions, club de lectura. Vull que sigui la segona casa dels qui viuen a la zona. Que vinguin aquí a dinar, a prendre's un cafè, a descansar, a xerrar una estona. I si els ve de gust, a llegir".

Antecedents
Tenir un antecedent familiar femení és un dels factors que més influeixen en les dones per decidir-se a emprendre un projecte. Per cada persona emprenedora sense antecedents n'hi ha dues que sí que en tenen. I en el cas de les noies, a més, és especialment influent si l'emprenedor és una altra dona de la família (dades extretes de l'informe del GEM 2011).

Com són les empreses que creen les dones espanyoles?
> Lleugerament més petites que les que impulsen els homes (1,7 treballadors en la femenina, 1,85 en la masculina)
> Són menys industrials: el 22,5% de les empreses creades per homes són industrials, davant el 10,5% de les creades per dones
> El 17,8% de les empreses creades per dones no tenen competència
> Són menys tecnològiques: tan sols el 4,8% de les dones opten per aquest mercat, en comparació amb el 7,5% dels homes
> El 62,3% de les empreses liderades per dones s'adrecen al gran consum, davant el 47,7% de les dels homes

Com és la dona emprenedora?
> Jove, amb una mitjana d'edat de 38 anys. Casada i com a mínim amb un fill. Nivell educatiu mitjà-alt. Més del 50% tenen un nivell alt de renda per càpita
> Una de cada tres dones considera que emprendre és una molt bona idea, i el 65% pensa que fer-ho amb èxit aporta estatus social

ELS CANVIS D'ESTIL DE VIDA SOLEN SER MOLT RADICALS

que frena les dones a l'hora d'emprendre és la càrrega de responsabilitats familiars. "Continuem encarregant-nos de portar la casa, sobretot les dones que són mares o tenen gent gran a càrrec seu. El 50% de la població activa femenina té fills, i el 80% de la feina de casa continua recaient sobre les dones", assenyala la directora executiva de Womenalia. És per això que per emprendre, en el cas de les dones, tenir el suport familiar és fonamental.

Sally Lerma Hambleton ho té clar. Si la seva mare, el seu marit i els seus fills no l'haguessin ajudada quan va engegar el negoci de flors que regenta, segurament The Workshop Flores ja hauria tancat fa temps. "Em vaig plantejar obrir la botiga amb por i vergonya. Pensava 'i qui m'ajudarà, com repartiré les flors? No podré fer-ho tot...'. Però al capdavall tenia el suport de la meva família, que em donava un cop de mà en el que calgués. I això per a un boig somniador que es llanci a emprendre és superimportant", considera. Dins dels rols de gènere, i en quart lloc, assenyala Guernica Facundo, hi ha el fet que "tenim molt pocs models per seguir, i els que hi ha són poc visibles i no tenen reconeixement. Si veus una fotografia del president de la cambra de comerç, del Parlament Europeu o de la Comissió Europea, miris el sector que miris, els càrrecs de més responsabilitat els ocupen homes. I això és determinant. Necessitem que hi hagi dones visibles, amb poder, per crear impacte social".

Emprenent En general, homes i dones optem per emprendre en negocis diferents. Elles solen preferir projectes en què quedi equilibrada la part del negoci amb la personal i social, i els agraden més els negocis que tenen a veure amb les persones, amb el lleure, amb el comerç, amb el turisme, el ►

LLIBERT TEIXIDÓ

DAVID AIROB

Carlota Pi
Holaluz.com

"Treballava al sector de la comercialització de l'energia en una gran empresa. Quan vaig tenir la primera filla vaig veure que era impossible compatibilitzar els horaris laborals amb la vida familiar. A Espanya no s'entén que marxis a les cinc perquè vols anar a buscar als nens a l'escola, o que els vulguis banyar a les vuit. En canvi, en altres països, com Alemanya, on havia treballat anteriorment, és el més normal", explica Carlota Pi, al capdavant d'Holaluz.com, una empresa comercialitzadora d'electricitat adreçada tant a empreses com a clients domèstics.

El 2004 va tornar a Barcelona de passar un temps a l'estranger, es va matricular a l'Executive MBA de l'Iese Business School, on va conèixer Oriol Vila i Ferran Nogué, els seus dos companys en aquesta aventura. Amb ells, a finals del 2010 van començar a tenir clar que volien muntar una cosa pròpia.

La Carlota tenia coneixements sòlids sobre el tema de l'energia. L'Oriol i el Ferran, experiència en temes de sistemes i energies renovables. "Vam veure que teníem un equip equilibrat i que al mercat no hi havia cap proposta de valor com la que nosaltres podíem aportar. Hem canviat el paradigma de la relació del client amb la seva companyia elèctrica, li parlem de tu a tu i a sobre aquesta comunicació clara l'acompanyem d'un estalvi a la factura a final de mes", explica la Carlota.

Holaluz.com es va constituir com a societat el novembre del 2010, tot i que el primer quilowatt hora el van vendre el juny del 2011.

"Ara treballo unes 100 vegades més, però amb els horaris que a mi em van bé, com per exemple de nit, quan les meves filles s'adormen. La quantitat de coses que puc fer ara no té res a veure amb el que feia abans. Ara sóc molt més productiva i puc gaudir de l'experiència de ser mare".

Marga & Clara Arnedo
Conèixer Bcn
Coneixerbcn.com

El 2005 se celebrava l'any del Llibre. I a Marga Arnedo, guia turística, se li va acudir dissenyar unes rutes diferents, originals, culturals, per Barcelona, que recorreguessin els espais que apareixien en algunes novel·les. Llavors aquesta mena d'oferta ni existia. Amb una altra companya van preparar unes quantes propostes i van tenir la sort que una entitat bancària es va interessar per a la seva oferta d'activitats socials. Va ser així com va començar el que s'acabaria convertint en Conèixer Bcn, una empresa dedicada a la divulgació de l'art i la història de Barcelona i rodalia. Un parell d'anys més tard, va entrar-hi la germana petita de la Marga, la Clara.

"Funcionem molt per encàrrec. Col·legis, institucions, diputacions, biblioteques, ens demanen que, per exemple, preparem una ruta de tal llibre o sobre tal autor", explica la Marga.

"Les rutes que fem no existeixen, les confeccionem en funció del que ens demanen. És una feina molt creativa, que requereix que llegeixis molt, que et documentis, per la qual cosa estàs sempre aprenent. I després, un cop estàs fent la ruta, es tracta de gaudir d'allò que has preparat compartint-ho amb la gent", afegeix la Clara.

Les passejades d'*El Quixot* i de la novel·la *Nada*, de Carmen Laforet, són dues de les més demanades. També la de comerços centenaris de la ciutat.

LES DONES SÓN MÉS PRUDENTS A L'HORA D'ASSUMIR RISCOS

EL SECTOR DE LA TECNOLOGIA ENCARA ÉS DOMINI MASCULÍ

► *coaching*, la bellesa, l'alimentació; ells, en canvi, s'estimen més moure's en l'àmbit més industrial i tecnològic. "Això passa aquí, als Estats Units i a tot arreu. És una preferència universal", considera Susana Tintoré, de Barcelona Activa, i afegeix: "Poques empreses de la mena de Google, Instagram, Facebook o Amazon tenen al darrere una dona". L'àmbit en què hi ha més emprenedoria femenina i les dones superen els homes és el social.

Patricia Sáez, directora de l'MBA en Social Entrepreneurship i del postgrau d'Emprenedors Socials de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) i autora del blog *Del yo al nosotros* (Delyoalnosotros.blogspot.com.es), diu que "les sol motivar les ganes de resoldre un problema d'un col·lectiu, tant a Espanya com en altres països", i posa com a exemple el cas de Teach for All (Teachforall.org), una organització que recluta els millors estudiants acabats de graduar de les millors universitats americanes perquè facin classes a col·lectius desfavorits durant dos anys. Al darrere hi ha Wendy Koop, que pretenia que els nens de classe social baixa poguessin tenir accés a una bona educació. Un altre exemple més local és el d'Obrador Xisqueta: tres dones que intenten que l'ofici de pastor no es perdi i miren de dinamitzar-lo mentre venen productes tèxtils fabricats a partir de la llana de les ovelles. En aquesta mena d'empreses l'èxit es mesura amb altres barems. No consisteix tant a guanyar diners per poder créixer, com passa al sector tecnològic. "Té més força tenir una vida independent, i l'èxit és arribar a solucionar un problema que afecta un col·lectiu", considera Sáez, experta en emprenedoria social.

Més dones Si bé la situació està millorant, i s'està equiparant la quantitat d'homes i dones que lideren projectes, el cert és que encara queda molt camí per recórrer. Per Guernica Facundo, el fet que les dones emprenguin menys que els homes, més que no pas un problema és un reflex distorsionat de la realitat.

"Les dones sempre hem estat generadores d'activitat econòmica. N'hi ha prou de pensar en les filadores, les pageses, les planxadores. El que passa és que molt sovint aquesta activitat no estava regularitzada, legalitzada ni reconeguda. A més, no té el mateix reconeixement social muntar una cooperativa de neteja o una botiga de cosmètica que una empresa d'alta tecnologia". María Gómez, directora executiva de Womenalia, opina que "si hi hagués més dones als consells d'administració de les empreses o als comitès de direcció o al capdavant de companyies, aportarien molt valor a l'hora d'elaborar un producte, de millorar-lo, d'innovar o promocionar els serveis d'una empresa. Perquè som les grans compradores i les grans usuàries. Prenem el 87% de les decisions de compra. I els estudis apunten que si hi hagués més dones als càrrecs de responsabilitat, es calcula que augmentaria la productivitat de les empreses vora un 18%". Apostar per les dones, per tot el que hem vist, és un gran negoci. ■

Creieu que és més difícil emprendre, per a una dona?
Opineu a Lavanguardia.com/estilos-de-vida