

Emprendimiento femenino: ¿precariedad y sexismo?

Un estudio analiza las diferencias entre hombres y mujeres a la hora de montar un negocio

LUCÍA VERA HERVÁS
MADRID

“El 60% de las mujeres que deciden emprender abandonan el proceso, a pesar de que tanto hombres como mujeres muestran la misma intención por emprender”. Esta es una de las conclusiones que ha destacado Ana Alarcón, responsable de emprendimiento en Acción contra el Hambre.

Las diferencias entre hombres y mujeres en el emprendimiento son cuantitativas, pero también cualitativas, tal y como se expone en el documento *Diagnóstico y kit de herramientas metodológicas sobre igualdad de género en el emprendimiento para jóvenes*. Esta investigación ha sido elaborada en el marco de la estrategia en género 2018-2020 para el Departamento de Acción Social de Acción contra el Hambre y dentro del Programa Vives Emprende. El objetivo de este análisis es analizar la brecha de género en el mercado laboral entre los menores de 30 años a través del emprendimiento.

Aunque es cierto que en los últimos años se ha notado un progreso de igualdad de género en el ámbito laboral, la iniciativa emprendedora sigue un peldaño por detrás. De hecho, en el último informe *GEM* se observa cómo la presencia de las mujeres en el proceso emprendedor es muy pobre, pero también en la creación del negocio y en la dirección del mismo.

Brecha de género

Esta brecha de género no solo hace referencia al menor número de emprendedoras, sino a la calidad del

emprendimiento. Según el análisis, las mujeres emprenden más en el comercio minorista o en servicios orientados a otras personas. Es decir, en los trabajos menos remunerados.

El Observatorio Estatal de la Igualdad en el Emprendimiento muestra cómo las iniciativas empresariales de las mujeres se basan en el sector servicios. De hecho, el 85% de las emprendedoras se concentra en este sector, frente al 65% de los hombres emprendedores. Esto se debe a que actividades como el comercio tienen pocas barreras en entrada. Sin embargo, tienen una alta competencia, además de márgenes de beneficio muy reducidos. Por tanto, la supervivencia de estos negocios es menor.

De igual manera, las empresas creadas por mujeres se expanden más lentamente y suelen ser más pequeñas. La inversión de las emprendedoras suele basarse en mano de obra y no en capital para buscar nuevos procesos de producción, expansión a otros mercados o innovación empresarial. De hecho, tal y como se extrae del informe, las emprendedoras crean empresas con menor base tecnológica, sufriendo una menor visibilidad que dificulta su internacionalización. Los sectores de mayor impacto tienen una presencia de mujeres aún muy reducida.

Sexismo

La falta de innovación en los negocios creados por mujeres provoca que las tasas de crecimiento sean mayores en las empresas creadas por hombres. Sin embargo, el emprendimiento feme-



nino es algo necesario en países desarrollados y en vías de desarrollo para la emancipación laboral y familiar. Incluso, en el informe se destacan las estrategias empresariales de las mujeres, que son aperturistas en cuanto a las innovaciones y a los cambios en las estructuras y relaciones laborales.

Entonces, ¿qué causas son las que provocan esta brecha de género? ¿Por qué los sectores de emprendimiento son más precarios en mujeres? En primer lugar, el documento apunta a la discriminación laboral femenina. Es decir, ya en los trabajadores por cuenta ajena existe la segregación horizontal y vertical del mercado de trabajo, el techo de cristal, la brecha salarial, etc. Pero en el emprendimiento se añaden discriminaciones específicas.

En el informe se alude a la literatura para explicar el tema. En base a ello, se plantea el tipo ideal weberiano, es decir, qué constituye un/a

buen/a emprendedor/a. En este sentido, se valoran las competencias y capacidades de hombres y mujeres emprendedores. La finalidad es determinar hasta qué punto influye el género para emprender. Hasta dónde está impregnado el rol de género imperante masculino en la figura del emprendedor.

Factores que influyen

Con todo ello, la investigación sobre el género y el emprendimiento diferencia tres tipos de factores que influyen en la discriminación y barreras del emprendimiento: individuales, sociales y macroeconómicos. Aunque

el estudio se basa en los dos primeros.

En el marco social, destaca el carácter sexista y las actitudes machistas del mundo empresarial. A la hora de afrontar la vida profesional (y también la personal) las mujeres tienen una autopercepción por la cual se ven menos preparadas o con menos aptitudes para emprender. Esto se traduce en una menor autoestima y mayor pesimismo por miedo al fracaso. Los factores sociales se conectan directamente con los individuales.

La finalidad de la investigación es la de poner de manifiesto la realidad de la brecha de género, pero también proponer cambios. En este sentido, una de las conclusiones más determinantes es que la educación empresarial comienza en los centros educativos. Es vital que desde la enseñanza obligatoria se inste a que se elimine la exclusividad masculina de los rasgos identificativos del emprendimiento.

Las mujeres se autoperciben como menos preparadas para emprender

Otras claves

► **Últimos días del modelo 347 para autónomos.** Cuando los autónomos realizan operaciones con terceros deben justificarlas presentando el modelo 347. Se trata de una declaración correspondiente a operaciones con terceros. Es de carácter anual y la deben realizar aquellos autónomos o empresas que hayan llevado a cabo operaciones con clientes o proveedores por encima de los 3.005,06 euros, incluyendo el IVA. Este año el plazo para presentar el documento acaba el 2 de marzo.

► **El plan de acogida en una pyme.** La comunicación interna es uno de los elementos más importantes a la hora de medir el éxito de una organización. Una de las principales herramientas en esta área debe ser el manual de bienvenida, también llamado plan de acogida, cuando un nuevo empleado entra en nuestra pequeña o mediana empresa. Así lo destacan desde el software de facturación para pymes y autónomos Hólded, quienes recuerdan que se trata de un documento que se entrega a las personas que se incorporan a la organización, y que marcará tanto la forma de operar como la percepción que tenga de la compañía.