

# La pandemia descubre nuevas emprendedoras

La tasa de creación de proyectos liderados por mujeres supera por primera vez a los pilotados por hombres

POR SUSANA CARRIZOSA

**E**staba harta de trabajar y malvivir como falsa autónoma en estudios donde no me alineaba con sus valores y para los que el cliente era lo menos importante”, confiesa la arquitecta Sandra Borge, quien ha lanzado su empresa Me Home Studio “para crear hogares vitamina”. En Sevilla, Tiffany de la Torre vio la oportunidad de aunar sector jurídico y digital para cofundar eDefense y ahora repite con Back2.Me, *start-up* de objetos perdidos que va por su segunda ronda de financiación. Borge y De la Torre forman parte de una larga lista de mujeres emprendedoras, 600.000, según se desprende del informe del Observatorio del Emprendimiento de España (2021-2022), que han comenzado a romper techos de cristal y estadísticas.

Las mujeres que inician proyectos empresariales por su cuenta lo hacen aliadas a una tecnología doméstica y unas redes sociales “que abren una potente colaboración entre mujeres para dejar de ser eternas rivales”, según Borge. Una senda que impulsa un perfil de emprendedora que se mueve entre los 30 y los 45 años, de las que casi la mitad cuenta con estudios universitarios y crea empresas en el sector de servicios al consumidor (51%) y a empresas (31%). Cuando una emprendedora se pone en contacto con otras colegas a través de las plataformas digitales, lo hace, según la fundadora de Me Home Studio, para definir mejor su proyecto, mejorarlo y hacerlo crecer desde la transparencia, validando su modelo de negocio con otras mujeres en la misma situación. “Una ayuda que nos da una fortaleza desconocida para creer en ti misma y seguir adelante. Empezar es duro y, aunque podemos, nos lo tenemos que creer”, añade esta empresaria.

Es precisamente en esos comienzos en fase semilla donde por primera vez la tasa de emprendimiento femenino (5,6%) ha superado al masculino (5,4%), de acuerdo con el último informe del Observatorio. Un *sorpasso* que los expertos justifican por

## FORMACIÓN

### Colectivos vulnerables

**Formarse para emprender comienza a ser también una palanca de motivación para los colectivos más vulnerables de mujeres inmigrantes, en paro de larga duración, perfiles sin cualificación, familias monoparentales o víctimas de violencia de género. Mujeres que nunca se habían planteado emprender, “pero dispuestas a aprender para montar un negocio sobre todo en servicios, comercio, hostelería y textil”, apunta Marta Bona, presidenta de la Asociación Nacional de Mujeres Emprendedoras y Autónomas, Anmeya.**

**Esta asociación, que apoya con asesoramiento en el plan de negocio, acompañamiento en todas las fases y sobre todo para empoderar a la mujer a confiar en ella, suma en los últimos cinco años 120 incorporaciones “y va a seguir aumentando”, vaticina Bona. Y lo justifica porque la mujer, cuando inicia un negocio, “es muy constante, pide créditos inferiores al hombre, no arriesga más de lo que puede y está acostumbrada a gestionar la economía doméstica”.**

una pandemia que se ha cebado con la destrucción de empleo en sectores con más presencia de mujeres y, en consecuencia, ha multiplicado los motivos para lanzarse a la aventura empresarial. Este impulso emprendedor en femenino arroja 33.204 autónomas más al cierre de 2021, con un total de 1.205.016, lo que supone un incremento del 2,8%, según un informe de la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos, ATA. Por su parte, la Seguridad Social contabiliza hasta el mes de agosto un total de 1.204.416 autónomas.

Si tradicionalmente la mujer montaba un negocio por oportu-



Sandra Borge, fundadora de Me Home Studio. Abajo, Isabel González, cofundadora de Mila Bonis.



bien en sus hogares, o de Sara Vicente, funcionaria de carrera a la que el cuerpo le pidió emprender para ofrecer educación financiera a niños de 6 a 12 años, “y enseñarles desde la paga a gestionar su dinero”. Pero también el de Katia Simone, fundadora de AOKlubs, premio de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Sevilla a la mejor iniciativa emprendedora 2022 con su empresa de cosmética ecológica africana o la de cosmética natural Mila Bonis lanzada por las socias Isabel González y Virginia García. “La decisión de empre-

nder vino del acelerón digital que trajo la pandemia y de la ilusión de trabajar para una misma en un sector respetuoso con el medio ambiente”, comenta González.

Otro motivo de emprendimiento que lidera la mujer y que crece tras la crisis sanitaria son los servicios de *coach* en salud mental. Desde el punto de vista geográfico, Canarias está viviendo un auténtico bum de proyectos. Desde la red de emprendimiento Charter 100 Gran Canaria destacan las ventajas de emprender en las islas, “donde se desgrava el 90% de los beneficios y contamos con un IVA reducido del 7%”, anima su presidenta, Nardy Barrios.

El mundo digital requiere manejar de forma diferente la forma de emprender y dominar las redes sociales. La consultora Lucía Jiménez ha diseñado el Método Focus, que enseña a “planificarse para emprender”. Su receta pasa por decidir, antes de nada, con qué tipo de cliente se quiere trabajar y conocer muy bien su perfil y necesidades. “Es fundamental identificarse con él para conectar con éxito y poder ayudarle con el servicio que se ofrece”, relata. Para esta experta, el segundo paso tiene que ver con la elección de una red social donde el perfil del cliente elegido sea más numeroso. A partir de ahí, Jiménez recomienda empezar a crear contenido educativo para ganar confianza y combatir el habitual síndrome de la impostora que invade a la emprendedora novata.

Un contenido que lleva a participar en conversaciones para darse a conocer, lo que abre la puerta a los mensajes privados, que suponen la antesala a un cliente. Sólo entonces la experta aconseja lanzar una web con fotos profesionales. “Los primeros cinco clientes son muy importantes porque van a validar tu servicio y a recomendarlo, por lo que es crucial ser honesto y transparente e informarlos de que por esos les damos un precio de lanzamiento”. Llegados a este punto, es el momento para ofertar el curso *online* sobre tu servicio, “que no debe exceder las cuatro semanas ni pasar de los 300 euros”.