



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE
LA COMUNICACIÓN

Grado en Administración y Dirección de Empresas

TRABAJO DE FIN DE GRADO

LA MUJER EMPRENDEDORA A LO LARGO DE LA HISTORIA

Presentado por Miriam Velasco Gómez

Tutelado por Jorge Lafuente del Cano

Segovia, 18 de julio de 2022

ÍNDICE

1 – INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO 2 – CONTEXTO HISTÓRICO	4
2.1 - LA EMPRESA DESPUÉS DE LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL	5
2.3 – LA FIGURA DEL EMPRESARIO	7
2.2 - LA EMPRESA Y EL EMPRESARIO EN ESPAÑA	9
CAPÍTULO 3 – LA MUJER EN EL MERCADO LABORAL	13
3.1 - PRINCIPIOS DE LA MUJER EN EL MERCADO LABORAL	14
CAPÍTULO 4 – LA MUJER EMPRENDEDORA EN LA ACTUALIDAD	17
4.1 - LA DICOTOMÍA ENTRE LA FIGURA DEL EMPRESARIO Y DEL EMPRENDEDOR	18
4.2 – LA MUJER EMPRENDEDORA ACTUAL	18
4.3 ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA FEMENINA EN EL PERIODO 2019-2020	20
4.3.1 COMPARATIVA DE ESPAÑA CON EL RESTO DEL MUNDO	20
4.3.2 CARACTERIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA FEMENINA NACIENTE Y CONSOLIDADA EN ESPAÑA EN 2018	24
4.3.3. SITUACIÓN ACTUAL A NIVEL ESTRUCTURAL DE LA MUJER EMPRENDEDORA	25
CAPÍTULO 5 – MUJERES EMPRENDEDORAS DEL SIGLO XXI	29
5.1 - ELENA BETÉS NOVOA	30
5.2 - LAURA BAENA FERNANDEZ	31
5.3 - DIANA DE ARIAS	33
6 – CONCLUSIONES	35
7 – REFERENCIAS	37

1 – INTRODUCCIÓN

Las mujeres constituyen una fuerza económica esencial en el progreso de los países incluso en los tercermundistas donde aún se encuentran diferencias sociales académicas y culturales muy patentes que obstaculizan la equidad de género. Los cambios que ha traído la globalización han venido contribuyendo a que las mujeres decidan ingresar en las organizaciones -públicas o privadas- a través de la empleabilidad o del desarrollo del emprendimiento.

Es importante conocer las motivaciones que han influido para que las mujeres decidan involucrarse en el desarrollo económico de los países de una manera más acelerada, convirtiéndose en grandes empresarias y generadoras de ingresos importantes para las familias. Aguas Fernández y León (2014)

La investigación acerca del papel del emprendimiento y su evolución en la historia está empezando a obtener cada vez un papel más importante en la actualidad. De la misma manera la atención que se le está concediendo desde diversos sectores económicos y sociales viene influenciado por su importancia como fuente de innovación, inspiración y desarrollo.

Asimismo, la figura de la mujer en este sector es de suma relevancia, es por ello, que el impulso a la iniciativa emprendedora en las mujeres adquiere una especial singularidad.

De este modo en este trabajo se tratará en primer lugar el papel histórico de la empresa y el empresario en su contexto para posteriormente adentrarse en el papel de la mujer como emprendedora y diversos aspectos tales como su inicio en el mundo empresarial, su perfil, su desarrollo y las dificultades que debe afrontar actualmente. Finalmente, se llevará a cabo un estudio de caso sobre tres figuras emprendedoras de la actualidad.

Para su elaboración se ha utilizado bibliografía especializada como el Libro ‘Historia de la empresa mundial y de España’ así como otra documentación, entre la que destaca el informe GEM, en este caso, haciendo referencia al periodo 2019-2020.

CAPÍTULO 2 – CONTEXTO HISTÓRICO

2.1 - LA EMPRESA DESPUÉS DE LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

Siguiendo a Casado (1998) la situación de la empresa va a cambiar totalmente después de la Revolución industrial. Esta transformación no sucede de una manera abrupta y veloz, sino que sufre un cambio lento, duradero y con variaciones en el tiempo.

Esta industrialización acontece un cambio en todas las empresas factureras tanto en Europa como en América. Para llevar a cabo un análisis y justificación de ese proceso de Revolución Industrial de gran lentitud, hay que valorar las diferentes regiones geográficas, pues las modificaciones van a variar en función de la etapa productiva que estudiemos.

Este cambio al que hacemos referencia y comúnmente se ha denominado Revolución Industrial, comienza a manifestarse a mediados del siglo XVIII en Gran Bretaña, continúa extendiéndose por Bélgica y Francia a finales de este siglo. A partir de 1820 continúa su expansión por Alemania y EEUU, Canadá y Japón.

En sus inicios destacan las industrias textiles y siderurgias británicas y más adelante se extiende por otras zonas geográficas con diferentes ritmos. Comienza una nueva era para muchas empresas, con innovaciones tecnológicas, incrementos en producción y productividad.

Dentro de la historia económica de la empresa surge una nueva etapa, y pasa a tener una gran importancia la gestión de la producción. En esta etapa da comienzo una búsqueda en la reducción de costes de producción y distribución. Esto se debe a una muestra de interés por el mercado, y, por ende, curiosidad por la tendencia de este.

Con esta búsqueda surgen nuevas formas de gestión, el empresario empieza a desviar su mirada del taller familiar artesanal, para orientarla al taller, a la nave, a la imagen de lo que hoy conocemos como fábrica.

Este pausado cambio que va a producirse hasta mediados del siglo XIX nos va a permitir observar una cooperación entre antiguas y novedosas técnicas de gestión empresarial, dando lugar a denominar a esta etapa como revolución.

Esta inminente revolución se caracterizó por materializar diferentes cambios (Casado, 1998):

- Introducción de la ciencia y tecnología del momento a la visión empresarial. Es decir, las innovaciones llegaron al campo del negocio.
- Se amplió la visión del mercado del nacional al internacional.

- Traslado del mundo rural al mundo urbano en diversos aspectos sociales y económicos.
- Despersonalización del trabajo, el paso del taller familiar a la gran fábrica.
- Desarrollo de un movimiento creciente del sector primario al secundario y terciario.
- Auge del capital que sustituye lentamente a la fuerza humana.
- Aparición de nuevas clases sociales por su unión con los medios de producción (burguesía industrial y proletariado).

El aumento de capital provocado por la revolución agrícola impulsó un incremento en las inversiones y el desarrollo comercial. Además, la capacidad industrial fue aumentando y existía una mayor disponibilidad de recursos naturales.

Con todo ello surgieron nuevas políticas económicas a favor de la industria, así como una expansión de mercados.

Se puede decir que la revolución industrial, fue un proceso complejo, lento y diferente que marcó un antes y después en la economía mundial. La aparición de la nueva tecnología, vino acompañada de máquinas y múltiples innovaciones; se produjo una optimización de la producción humana y un aprovechamiento de las economías de escala. Teniendo en cuenta que cuando hablamos de una economía de escala nos referimos a ese tipo de industria cuyo objetivo consiste en ahorrar costes a través de una producción masiva, realizando una gestión y estrategia basada en producir la mayor cantidad posible, se pretende crear una mayor confianza de cara al inversor mirando la producción a medio y largo plazo. En otras palabras, hacemos referencia a empresas de gran tamaño que buscan la eficacia productiva.

Esta innovación tecnológica a la que aludimos no se otorgó en todos los sectores a la vez, la industria textil fue pionera en cambios en sus primeras fases.

Este arranque de la Revolución industrial no se produjo únicamente por la innovación en maquinaria y procesos de producción, sino que se vio acentuado por el transporte, el impacto del ferrocarril, y la reducción de costes en la forma de distribuir la producción. Estos hechos dieron lugar al fin de mercados que la proto industria pretendía mantener, afectando al modelo que se concebía de empresa.

A consecuencia de esta Revolución Industrial, va a surgir lo que se denominó “Factory System” (Casado,1998). Este término hace alusión a las modificaciones en la dinámica de organización

del trabajo: personas que trabajan de manera agrupada en un mismo sitio, próximos entre sí, con empleados de mayor rango que se encargan de afianzar un control. De esta forma se crea una manera de trabajar más centralizada, permitiendo una mejor división de tareas, con maquinaria más compleja y concluyendo en una mayor producción en cadena, todo ello supone una notable mejora de la productividad

El auge de la innovación generada ayudó a consolidar esta forma de trabajo compleja y centralizada

Esta variabilidad provocó que la visión empresarial no tuviera tanto en cuenta el capital circulante sino en el capital fijo, entendiéndolo como esa inversión en maquinaria tan importante a principios del siglo XIX.

Otro de los cambios más trascendentales en estos momentos, fue la creación de la máquina de vapor, ya que producía una fuerza mecánica que nada se asemejaba a lo anteriormente conocido. Cuanto mayor era la máquina de vapor menos gastos fijos se requerían.

A finales del siglo XIX cada vez más industrias, entre ellas la industria algodonera, ya había modificado su proceso de producción a uno más centralizado, incluyendo en su producción grandes espacios y un mayor número de operarios.

Si como hemos mencionado la relación entre el capital circulante y el capital fijo ya se vio modificada con la innovación en nueva maquinaria, aún se alteró más con la eficacia de los transportes. A raíz de la existencia del ferrocarril, los stocks eran cada vez más pequeños para mercados más amplios, surgiendo esa relevancia que mencionábamos de aumentar la producción reduciendo los costes aprovechando las economías de escala.

2.3 – LA FIGURA DEL EMPRESARIO

Si bien esta era la perspectiva que tomaba la industria a comienzos de la Revolución industrial, debemos preguntarnos cómo se desarrolló o evolucionó la figura de empresario.

A principios de la revolución Industrial surgía un alto nivel de coincidencia entre las personas dueñas del capital y las que dirigían la industria. La historia de muchas empresas se compone del desarrollo y vivencias de una larga historia de una saga familiar. Así pues, esto nos hace

cuestionar si ese personaje, esa definición de “empresario” tenía algún precedente, o si procedía de algún determinado grupo social o religioso.

Este debate fue estudiado bastante tiempo después y varios son los autores que confrontan en una misma opinión acerca de la figura del empresario. Personas como Karl Marx, Thomas Carnegie o Crouzet han aportado su opinión a lo largo de la historia.

Esta polémica se remonta a los años 70 del siglo XIX donde personas como Karl Marx afirmaban que para que surgiera un fenómeno como la RI se requería una gran acumulación de capital, y para acontecer dicho suceso se requería una intervención violenta del estado por parte de la burguesía originando un proceso hacia el capitalismo.

Esta teoría en los últimos análisis quedó revocada ya que la técnica sencilla que se necesitó a principios de la RI no requirió una gran acumulación de capital.

Las diferencias que encontramos entre unos empresarios y otros pueden deberse a múltiples factores. No solo afecta la región en la que se encuentren, sino que hay significantes diferencias entre unos y otros en función a las estructuras económico-social en las que se movieron.

Diferentes teorías, como la de Weber, admiten y afirman las coincidencias en la pertenencia a sectas, grupos inconformistas, privados o religiosos, enseñanzas oficiales más conservadoras y emergentes, nuevas universidades, más dispuestas a conocer nuevas técnicas enfocadas al negocio. Todo esto concluye en la existencia de centros educativos donde se formaron generaciones de hombres con aprendizajes más innovadores dirigidos a la concepción de industria.

Llegando a este punto, las preguntas que surgen, centrándonos en la RI, es si la figura del empresario pertenecía como tal a algún tipo de clase social. En definitiva, la respuesta se encuentra en el análisis de la endogénesis y exogénesis del empresariado de la primera revolución industrial. Es decir, del análisis cuantitativo de padres e hijos que trabajaron en el mismo sector. Este análisis se refleja de manera aproximada dado que los datos en aquella época no se podían contrastar al 100%, y a lo largo de los años muchos se han ido desatendiendo.

Las conclusiones a las que se puede llegar es que una gran sección de empresarios del momento procedía de lo que denominábamos la proto industria, es decir, pertenecían a círculos familiares

cercanos al trabajo a domicilio, artesanos, empresarios dotados de cualidades y habilidades que invierten en nuevas fábricas.

Otra parte de ellos proviene de mayoristas, los cuales se cambiaron a la nueva actividad industrial o apoyaron en mayor o menor medida ese nuevo sector. Sin lugar a dudas, la mayor parte de estos provenían de orígenes industriales o artesanales, es decir, varones que continuaban con la tradición familiar.

Así pues, el análisis concluye que no hay un posible rastro de campesinos, muy pocos propietarios terratenientes y casi ninguno de procedencia obrera. Por tanto, las clases medias eran quien alcanzaban el nombre o la figura de empresario, y no se daba la existencia de ningún “*Self Made Man*”, término que viene a referirse a aquel hombre, que pese a las adversidades familiares y económicas ha desarrollado una actividad que le proporciona beneficios, y un puesto meritocrático en la sociedad

Se puede concluir que a nivel europeo la figura del empresario procede mayoritariamente de una clase media, y no tanto de una clase alta. Solo quizá el caso de EEUU puede mostrar casos de grandes empresarios que han instituido desde cero, y en muy poco porcentaje debido a una mayor movilidad social y más oportunidades de negocio.

2.2 - LA EMPRESA Y EL EMPRESARIO EN ESPAÑA

La situación en España tras la Revolución Industrial seguía marcada por un gran predominio agrario. Se mantenía una estructura organizativa principalmente familiar y por una unión al mercado limitada con una gran tendencia al autoconsumo (Núñez Romero-Balmas, 1998).

La dinámica consistía en vender una parte de la producción por parte de algún miembro de la familia con el fin de obtener cierta liquidez que les permitiera proseguir con la producción, obtener un mínimo de productos para su consumo y tener bienes de capital.

España tenía estructuras principalmente agrícolas y campesinas descapitalizadas en su gran mayoría. Fue el crecimiento gradual de una población tanto urbana como rural lo que llevó a un crecimiento en el sector.

Una vez más España estaba caracterizada por un desarrollo y crecimiento pausado, creando una debilidad en el Estado que no podía invertir a mayor escala. El aislamiento y la pobreza de las regiones no permitieron que las ciudades se comportaran como centros activos de consumo y fueran competentes, capaces de especializarse en productos agrícolas y de optimizar las innovaciones e inversiones turísticas.

Más que la historia económica y empresarial, fue la historia social la que permitió una evolución, dados los problemas que coexistían de distribución de tierras y desigualdad a desarrollar un interés en la distribución de renta y la restructuración de la demanda interior.

Como mencionábamos anteriormente, en cuanto al modelo de explotación, predominaban las pequeñas familias que tenían en propiedad una pequeña finca que era explotada por sus propietarios. En el lado opuesto, y en una menor proporción, existían propietarios con grandes terrenos que arrendaban el terreno a cambio de una renta en metálico que les permitía no responsabilizarse de los problemas de gestión y manipulación agrícola, pero les autorizaba la autoridad de exigir una correcta y competente comercialización.

De esta forma, dadas las circunstancias excepcionales a nivel terrestre que se otorgaban en nuestro país y a las facilidades de transporte (Nuñez-Romero Balmás, 1998) permitieron a las empresas de este país desenvolverse en países desarrollados de una manera exitosa. Productos como el vino sufrieron una gran exportación a lo largo del siglo XVIII y una buena comercialización en los mercados extranjeros. Igual de reputado fue el comercio del aceite, por su calidad en nuestro país y el aumento de demanda de grasas industriales por parte de países extranjeros más desarrollados

Hubo innovaciones en el sector de la oliva, para poder competir contra un nuevo mercado de aceites vegetales llegados de zonas tropicales, promoviendo un impulso innovador e inversiones en nuevas tecnologías.

El sector primario español, seguía una dinámica tradicional tanto en lo económico como en lo empresarial, sin embargo, a principios del siglo XIX era necesario una modernización que estrictamente brindara cambios empresariales. Es decir, había que empezar a actuar y comunicarse de manera diferente, implicándose más en los mercados, cada vez más

competentes y competitivos para conocer nuevas perspectivas más amplias que llevaran a una flexibilidad y especialización del mercado, permitiendo desarrollar una mayor innovación en los sectores tecnológicos y en nuevos modelos organizativos.

En relación a la figura del empresario, (Valdaliso, s/f), los estudios sobre los orígenes sociales y geográficos plantean la misma dinámica que en la perspectiva del resto de Europa. Propietarios, fabricantes, especialmente preindustriales y obreros cualificados, comerciantes son los principales que se transformaron en esta nueva figura a principios de la Revolución Industrial. Más adelante, se incorporaron nuevas figuras con estudios superiores como ingenieros abogados... Así pues, se mantiene la figura del noble, que se adapta a las nuevas directrices marcadas por el capitalismo incipiente del siglo XIX. Las nuevas oportunidades de negocio, o la industrialización no llevaron a una mayor movilidad social no al menos, en la línea de la creación de un empresario *self-made man* más propagada por los países de habla inglesa.

La investigación histórica (Valdaliso, s/f) ha evidenciado que esa figura de empresario que se crea así mismo ha sucedido en escasas ocasiones y que, en la mayoría de casos, en esta época la mayor parte de aquellos llamados empresarios venían de familias cuyo padre tenía independencia económica, o había ya una previa tradición empresarial. Así pues, en las regiones de Castilla, Andalucía, Cataluña y País Vasco, hubo una continuidad entre los empresarios que existían en el antiguo régimen, y los que surgían tras la primera industrialización.

Asimismo, hay otra característica que coincide con lo visto en el panorama europeo: una tendencia a diversificar negocios y a mantener una parte de capital, que no solo producía renta, sino que permitían tener una especie de fondos de reserva para épocas que pudieran presentar mayores dificultades

A principio del siglo XX, con la necesidad de aumentar el capital, las familias de largo recorrido empresarial, empiezan a dar cabida a nuevos accionistas creando sociedades anónimas, manteniendo su hegemonía en los altos cargos y puestos directivos, que permitían dejar un legado a sus herederos.

Así pues, en cuanto a la formación, la figura del empresario tiende a tener una característica común y es a tener una actitud favorable hacia la educación, demostrada no solo con su persona sino con la de sus descendientes, siendo muy común el envío de hijos a formarse al extranjero.

CAPÍTULO 3 – LA MUJER EN EL MERCADO LABORAL

A lo largo de este trabajo se va a hacer referencia a la ‘mujer trabajadora’. Este concepto debe considerarse desde una perspectiva de finales del siglo XVIII en adelante. Y en relación a mujeres con cierta capacidad económica y un nivel de estudios, preparadas para realizar un trabajo más técnico.

Se debe recordar que, antes de la Revolución Industrial, en las sociedades precapitalistas las mujeres presentaban un importante papel como fuerza de trabajo, principalmente agrícola. Comúnmente existía una unidad económica familiar donde tanto el varón como la mujer llevaban a cabo un papel similar en cuanto a fuerza laboral agrícola.

El cambio estructural sucedió más adelante con el desarrollo de una sociedad más liberal, un movimiento general a una economía de mercado, llevando a cabo una división de la fuerza de trabajo, y la asignación de lugares de trabajo diferenciados en función del género.

Empezó a aparecer una infravaloración del trabajo femenino, desplazando a la mujer de zonas de trabajo dónde siempre se había desarrollado, como puede ser el trabajo del lino.

3.1 - PRINCIPIOS DE LA MUJER EN EL MERCADO LABORAL

Tras la Revolución Industrial, el papel de la mujer avanzó en un pequeño porcentaje, en relación con resto de aspectos económicos. Esa transformación se llevó a cabo más por mero desarrollo histórico imparables, que por un avance feminista o movimiento inclusivo.

El papel de la mujer seguía manteniéndose fiel al hogar y la crianza, y cualquier intento de independencia o desarrollo laboral, no suponía más que una doble ocupación y exceso de responsabilidad. Estos pequeños avances a los que hacemos referencia en el ámbito laboral no llegaban a tener una duración prolongada, pues solo se veía lícito que la mujer trabajara en cortos periodos de tiempo siempre y cuando el varón que residía en el hogar no pudiera suplir los gastos que acarrearía esta, o bien trabajar antes de casarse.

Es difícil hallar información acerca de la mujer emprendedora, pues no existe registro de una modificación progresiva o un desarrollo del perfil de estas mujeres. En un paisaje donde no era bien visto trabajar y recibir un salario individual a cambio, mucho menos se llegaba a contemplar la idea de que una mujer desarrollara un negocio por cuenta ajena. Si a lo largo de la historia, en periodos como la Revolución Industrial o precedentes, se manifestaba la opción

de que una mujer desempeñara una nueva idea de negocio esta, ante la ley, se plasmaba como obra y trabajo del varón que residiera dentro de su ámbito familiar. Este hecho se desarrolló mucho entre artistas y escritores, donde era común conocer obras creadas por mujeres y firmadas bajo el seudónimo de un varón.

La mujer trabajadora en el siglo XIX ya tenía su lugar en el creciente mercado tanto en Europa como en EEUU. La mujer trabajadora se podría llegar a considerar un producto de la Revolución Industrial no tanto porque esta época creara puestos para ella, sino porque se visibilizó una problemática real, donde se enfrentaba el significado de la femineidad con el trabajo productivo.

La incorporación de la mujer a un puesto de trabajo era una incompatibilidad con el pensamiento racional de la época. Empezaron a surgir cuestiones, dudas y preguntas, todas ellas llevaban la incógnita de cómo una mujer debía trabajar por una remuneración, como influía el desempeño laboral en el cuerpo de una mujer, cuál era el trabajo idóneo y adecuado para que una mujer pudiera ingresar en el mundo laboral sin tener que dejar de lado sus responsabilidades maternas y familiares.

La industria de la vestimenta fue una de las pioneras en incorporar a las mujeres a desarrollar su carrera laboral, esto se debía a que se consideraba que dicho trabajo tenía una continuidad de una responsabilidad que ellas tenían dentro del hogar. Análogamente, muchos fueron los problemas o inconvenientes que emanaron; largas jornadas de trabajo, compaginadas con una carga familiar y de trabajo doméstico desmesurado, con una irrisoria retribución, llegando hasta realizar jornadas de 4 de la mañana a 9 de la noche (Scott, 1993).

De este modo, aunque la industria textil nos ofrezca un ejemplo de la inclinación de la función laboral de la mujer en aquella época los empleos que empezaban a resaltar a finales del siglo XIX eran aquellos que hacían referencia al comercio y servicios. Estos empleos requerían una especie de formación, ya que empezaban a salirse dentro del molde establecido de habilidades aprendida en el trabajo doméstico. Sin embargo, la fuerza de trabajo femenina a la que siempre se dirigían continuaba siendo el mismo perfil de mujer, niñas y jóvenes solteras que no hubieran contraído matrimonio aún, y no tuvieran una familia u hogar al cual dedicarse a tiempo completo. Ejemplos de estos nuevos puestos delegados a mujeres pueden ser secretarías, archiveras, compañías de teléfono, vendedoras, maestras... Empezaba a verse un mayor abanico laboral, pero igual de sesgado.

Así pues, a lo largo del siglo XIX se llevó a cabo un cambio, un traslado, del servicio doméstico a esos empleos denominados de “Cuello Blanco” (Scott, 1993).

Por ejemplificar, en EE. UU. en 1870 un 50% de las mujeres empleadas con salario eran criadas, un 40% ejercían en oficina, dependienta o maestra. Esto mostraba la opción de incluir a las mujeres en el mundo laboral, pero continuaba apareciendo una discriminación en los restantes puestos de trabajos, pues no se las consideraba válidas para puestos denominados productivos, es decir, aquellos más técnicos. Se abre camino a las mujeres de clase media para empezar a trabajar.

La incorporación progresiva de la mujer al mercado laboral ofrece la posibilidad de buscar y analizar aquellos casos en los que se aprecian los rasgos característicos del emprendimiento. Casos que se dan de forma más evidente, a lo largo del siglo XX.

CAPÍTULO 4 – LA MUJER EMPRENDEDORA EN LA ACTUALIDAD

4.1 - LA DICOTOMÍA ENTRE LA FIGURA DEL EMPRESARIO Y DEL EMPRENDEDOR

Es importante resaltar la diferencia existente entre estos dos términos puesto que, aunque en muchas ocasiones se toman como sinónimos, existen diferencias notables que es necesario reseñar.

Los empresarios serían aquellas figuras que toman sus decisiones apoyándose en la experiencia acumulada y teniendo en cuenta que todos los demás agentes van a actuar de forma parecida, de manera que con su actuación no se produce ningún tipo de alteración económica significativa.

Mientras que los emprendedores serían aquellos que, identificando las oportunidades que se les presentan en el mercado, rompen con ese estado de estancamiento originado por la actuación rutinaria del resto de agentes. De esta forma, inician el proceso de desarrollo de la economía, rompiendo con el equilibrio preexistente mediante la innovación (Peñaherrera y Cobos, 2012).

Descendiendo en detalle al tema que nos ocupa, el papel de la mujer emprendedora, se afirma que a pesar del número creciente de mujeres que están creando empresas, se presentan obstáculos en el surgimiento de su rol empresarial como la conciliación familiar, que iremos viendo a continuación.

4.2 – LA MUJER EMPRENDEDORA ACTUAL

Hoy en día la mujer tiene una posición más representativa en el campo del empresariado; pero sin llegar a superar el liderazgo que el varón tiene en esta carrera profesional.

Los esfuerzos empresariales de las mujeres continúan creciendo como fuerza impulsora en la economía en general. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2004; 2012; 2014), la tendencia muestra que los hombres son más activos en el empresariado que las mujeres.

Con respecto al perfil de las mujeres empresarias, se sostiene que existe una menor predilección por el riesgo en las mujeres que en los hombres, dado que la mujer tiene menos confianza en su capacidad de tomar decisiones. Otros autores comparten que las mujeres apoyan en mayor

nivel las redes sociales y muestran una menor preferencia en prácticas individuales sistemáticas en su toma de decisiones. (Brush, 1992)

En lo referente a la experiencia, en algunas investigaciones se muestra que las mujeres que han trabajado en cargos administrativos o gerenciales antes de pasar a ser empresarias o emprender pueden desarrollar mayores habilidades empresariales (Stuetzer, Obschonka & Schmitt-Rodermund, 2012); sin embargo, esta experiencia no disminuye los miedos, las dificultades y las barreras que la mujer debe asumir para dar cumplimiento a las tareas como empresaria.

En conclusión, los estereotipos de mujeres y hombres empresarios, permiten identificar diferencias de género, que se asocian en la mayoría de los casos con obstáculos de discriminación para mujeres, y de oportunidades y apoyo para los hombres.

Heller (2003) menciona que estos estereotipos obedecen a razones históricas, al desarrollo del trabajo en las organizaciones y a los contextos específicos particulares, que han conducido a una fuerte masculinización en la cultura de las organizaciones.

A nivel internacional se ha reconocido que la participación laboral femenina ha aumentado en los últimos 20 años, “(...) la absorción de esta fuerza laboral en el sector formal se ha visto limitada por la disponibilidad de empleos, por la segregación ocupacional y porque la mujer debe integrar actividades económicas con sus responsabilidades familiares”.

La importancia de las mujeres en su incorporación plena al mundo laboral, como empresarias o trabajadoras, es un fenómeno relevante en las últimas décadas en todo el mundo. En España, además de las iniciativas para un mejor conocimiento de la situación de la mujer y para afianzar la igualdad (Ley Orgánica 3/2007 para la igualdad efectiva; Plan Estratégico para la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres 2008-2011), los datos sociales muestran una tendencia inequívoca en la incorporación de la mujer al conocimiento, al trabajo y a los puestos de dirección.

Existe una basta literatura sobre las condiciones políticas y sociales de la mujer en las sociedades capitalistas desarrolladas, sobre sus condiciones laborales y el modo en que éstas deben ser modificadas para obtener mayor equidad y productividad, y sobre sus características distintivas con respecto al hombre y los efectos que esto produce.

4.3 ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA FEMENINA EN EL PERIODO 2019-2020

Desde hace mucho tiempo se analiza la actividad de las mujeres en el ámbito emprendedor. Aunque debería de existir una paridad en varones y mujeres a la hora de arrancar en cualquier proyecto la realidad actual es diferente.

El último Informe GEM Global ("Global Entrepreneurship Monitor - Informe GEM España 2019-2020", 2022) muestra que la tasa de emprendimiento femenino es un 75% respecto a la de los hombres, y solo en 9 de los 59 países que analiza este estudio comprende tasas de emprendedores por género equitativas, o en un porcentaje irrisorio el porcentaje de empresas encabezadas por mujeres los superan.

No obstante, es un suceso poco sorprendente puesto que, somos conscientes de que las diferencias entre hombres y mujeres persisten en la sociedad actual. Es un hecho verídico, que las mujeres tienen menos representación y que dentro de los trabajos más técnicos, presentan menos posiciones en cargos de liderazgo.

El interés femenino por emprender se ha visto alterado gracias a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (Naciones Unidas, 2015), ya que conseguir una alta representación por parte de las mujeres del mundo, es una distinción de justicia moral y de la ética actual.

4.3.1 COMPARATIVA DE ESPAÑA CON EL RESTO DEL MUNDO

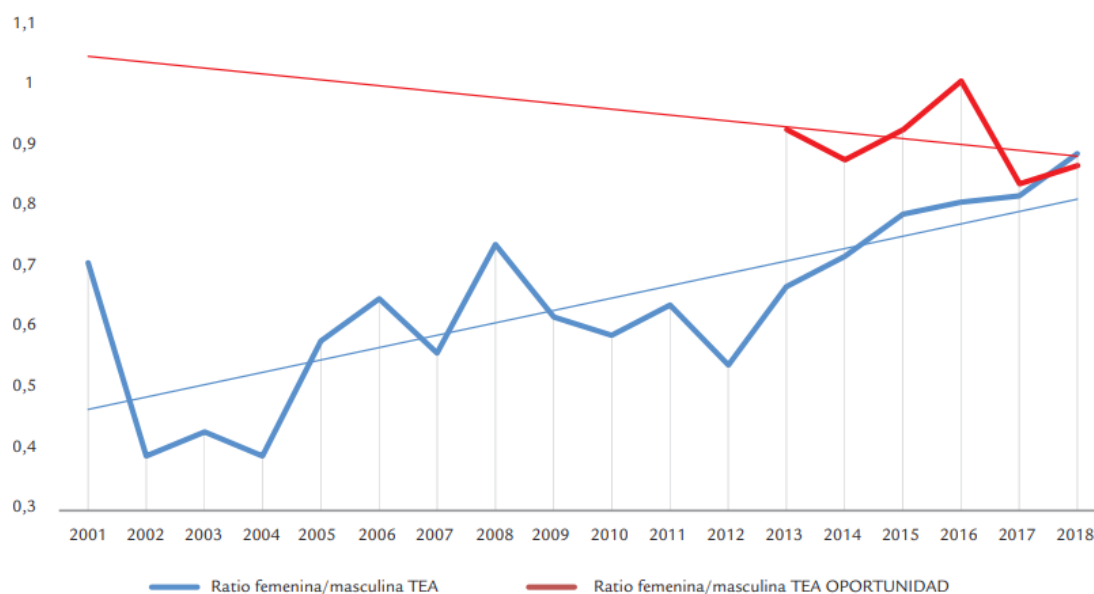
El emprendimiento femenino como muchas otras actividades tiene que valorarse teniendo en cuenta el nivel de desarrollo del país.

A nivel global la Tasa de actividad femenina emprendedora, lo que comúnmente se define con las siglas TEA por su nombre en inglés *Total Early-Stage Entrepreneurial Activity*, está en un 10,2%. De este mismo modo, en el resto del mundo encontramos tasas como un 21,8% en África sub-Sahariana, un 6% en Europa y un 9% en las regiones MENA Acrónimo del inglés refiriéndose al Medio Oriente y el norte de África.

Para hacer un correcto análisis de la evolución, del cómo y cuándo emprenden las mujeres, la comparativa de España se hará con Europa puntualizando en ciertos momentos con otros países más desarrollados.

De esta forma el Informe Gem España 2018-2019, nos expone que la tasa de actividad femenina emprendedora es de un 6% en relación al 6.8% otorgado a los varones, teniendo en cuenta el mismo rango de edad y las mismas variables. Esta comparativa nos permite confirmar, que hay una mayor tendencia a emprender por parte de los hombres. Así pues, la TEA que hace referencia al género masculino ha oscilado entre el 5,4% (2010) y el 9,7% en (2007) y la femenina 3.9% (2009) y su máximo de un 6% en 2018. Aunque estos datos puedan resultar inferiores, nos deja ver la creciente tendencia del género femenino.

GRAFICO 1 – Evolución de las ratios TEA femenina/masculina y TEA por oportunidad femenina/masculina en España

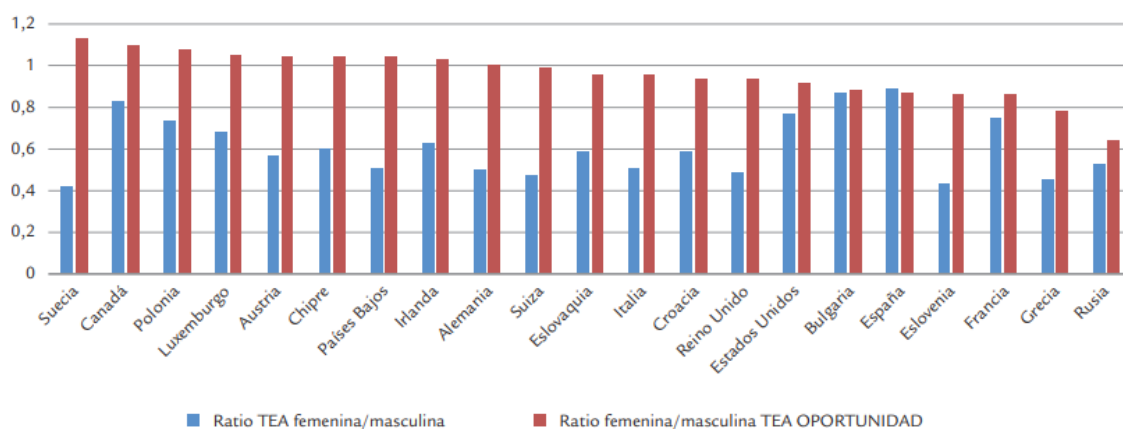


Fuente: Estudio GEM Global (datos disponibles para el periodo 2001-2018).

Si analizamos el gráfico anterior podemos observar cómo a lo largo del periodo 2011-2018 ha habido una disminución en diferencia por género en relación con la actividad emprendedora en España. Hablamos de un valor de 0,71 en 2001 y de un 0.89 en 2018, en base a los cambios sociopolíticos y económicos que se han ido relatando en ese periodo.

Además, si afinamos el análisis, no solo es que se haya reducido la diferencia por género en cuanto a actividad emprendedora, sino que, si nos fijamos en el gráfico siguiente la TEA por oportunidad (variable que mide el emprendimiento en función de la motivación por emprender y no la necesidad por falta de trabajo, con la finalidad de aumentar ingresos y ser independiente) en el periodo 2013-2018, periodo en el que conocemos datos, las analogías entre hombres y mujeres se han ampliado.

GRAFICO 2. – Ratio TEA femenina/masculina y TEA por oportunidad femenina/masculina, comparativa internacional.



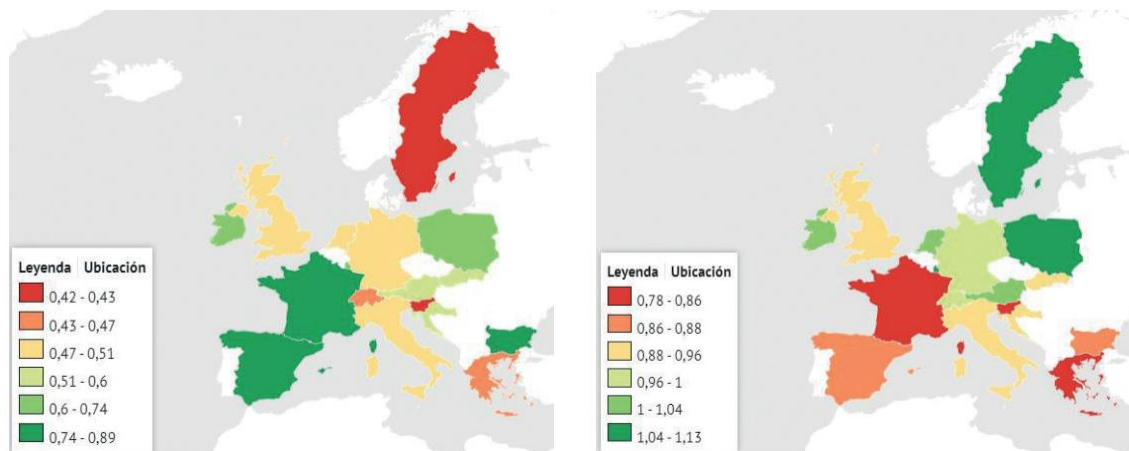
Fuente: Estudio GEM Global (datos disponibles para el periodo 2001-2018).

Esta disminución en la brecha de género por oportunidad a la hora de emprender es relevante, ya que el emprendimiento por oportunidad y no por necesidad presentan una mayor innovación, una mayor voluntad de crecimiento y como consecuencia, una mayor demanda de empleo.

De este modo, la conclusión que podemos sacar de ambas gráficas es que uno de los motivos por el cual está aumentando la tasa de mujeres emprendedoras es como una alternativa laboral por las barreras encontradas a diario por numerosas mujeres. Así pues, por una parte, es positivo ese crecimiento en emprendimiento para un país, y por la otra, debemos ser conscientes de que un mayor emprendimiento por necesidad, a la larga tiende a provocar una mayor precariedad laboral.

Hablando a niveles más generales, si comparamos el TEA de España con el resto de Europa podremos observar que España se sitúa en las posiciones más altas por encima de países como Alemania, Italia, EEUU o Canadá. En cambio, si de nuevo nos centramos en un emprendimiento por oportunidad podemos ver que España y otros países como Bulgaria, EEUU, Francia empeoran con respecto a sus anteriores mencionadas posiciones.

GRÁFICO 3. – Comparativa ratio TEA femenina/masculina y TEA oportunidad en Europa (2018)



Fuente: Estudio GEM Global (datos disponibles para el periodo 2001-2018).

Si nos fijamos en la imagen anterior, se puede observar el diferente comportamiento de los emprendedores en Europa. Mientras que España, Francia, Bulgaria tienen una menor tasa en diferencias por género, en la imagen de la derecha, teniendo en cuenta el emprendimiento por oportunidad, Polonia y Suecia son los países que tienen la menor tasa de divergencia, y Francia y Grecia muestran las mayores diferencias.

4.3.2 CARACTERIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA FEMENINA NACIENTE Y CONSOLIDADA EN ESPAÑA EN 2018

Continuaremos nuestro análisis sobre el emprendimiento femenino enfocándonos en las diferentes iniciativas llevadas a cabo. Con ello podremos hacer una diferenciación entre aquellos negocios que se encuentran en su fase inicial y aquellos que ya se pueden considerar consolidados. Hablaremos de esta forma, de particularidades como el tamaño, sector, innovaciones tecnológicas, exportación y perspectivas de desarrollo.

Si nos fijamos en la TEA, según los datos obtenidos por el observatorio GEM España en 2018, nos indican que el 46,9% de la actividad emprendedora está dirigida por mujeres, es decir, un 6% de las mujeres adultas de este país. Por otro lado, si hablamos de empresas ya consolidadas, es decir, aquellas que disponen de una actividad laboral de más de 42 meses, las diferencias son un poco mayores, con un porcentaje de 45,6% un 5,5% de mujeres españolas entre los 18 y 24 años.

Si hablamos del tamaño de los negocios, las empresas creadas por mujeres tienden a no tener empleados (un 56.5% vs al 37,3% que si tiene empleados). Si hacemos referencias a las empresas con empleados, estos porcentajes varían un poco, siendo aun así las empresas creadoras de empleo microempresas (un rango de 1 a 5 empleados). Si hacemos referencia a esas empresas que tienen más de 20 empleados a su cargo hablamos de un 1.9% de empresas nuevas, y un 2.4% de las ya consolidadas.

Esta tendencia no es un rasgo nacional, si no es algo que sucede a nivel global, las empresas creadas por mujeres crean menos empleo que aquellas que han sido creadas por hombres, diez puntos superiores las empresas creadas por varones que aquellas que se han llevado a cabo por mujeres.

Si hacemos referencia a los sectores por los que las mujeres tienden a crear empresas en una mayor proporción, suele haber una mayor inclinación a los sectores ligados a la prestación de servicios y orientados al consumidor. Estos sectores se caracterizan por tener una menor aportación económica inicial, y por ser sectores donde la presencia femenina lleva ligada muchos años, pudiendo encontrar nuevas ideas de negocio.

Si realizamos una comparativa con las iniciativas que promueven los hombres en el emprendimiento, tanto al principio de la creación del negocio como después cuando este está más consolidado, los varones tienen una mayor presencia en el sector transformador, y en sector servicios a empresas.

Es decir, de manera general la actividad emprendedora masculina se distribuye de forma más equilibrada entre los sectores que ofrecen un servicio a la empresa, servicios orientados hacia el consumidor y sectores más transformadores. Así pues, se establece que hay diferencias en cuanto la participación en el ámbito profesional entre hombres y mujeres en los distintos sectores de la actividad económica.

En relación con el grado de tecnología llevado a cabo por las empresas, se puede apreciar que las mujeres suelen operar en sectores donde la innovación tecnológica tiene un peso menor. Esto contrasta con las empresas incipientes masculinas donde los varones están más implicados en un uso intensivo de esta.

En contraposición, observamos en cambio que las mujeres traen mayores servicios innovadores, y que dicha diferencia es perceptible si comparamos las nuevas empresas incipientes con las ya consolidadas.

De esta forma, en comparación con las variables que miden la TAE nivel global, España representa un porcentaje superior en cuanto a innovación, y si bien entre empresas consolidadas creadas por hombres y mujeres no hay una gran diferencia, sí hay cierta distinción en las de nueva aparición.

4.3.3. SITUACIÓN ACTUAL A NIVEL ESTRUCTURAL DE LA MUJER EMPRENDEDORA

En los últimos años el estudio de la mujer emprendedora ha tenido su foco de estudio en la propia mujer, en su perfil y en su desarrollo, desde el ámbito personal hasta académico y profesional.

Si bien, hace relativamente poco, se modificó la perspectiva de dicho foco trasladando este al contexto de vida de las mujeres, su implicación a la hora de emprender y como afectaba al ámbito familiar.

Así pues, diferentes factores como el contexto familiar, social, empresarial, institucional ejercen una presión y fuerte incidencia sobre los aspectos laborales de la mujer como capital humano, financiero y reputacional. Es decir, factores claves a la hora de desarrollar una carrera empresarial, así como a la hora de acceder a nuevos recursos y resultados.

Según el criterio del feminismo liberal, la sociedad condiciona a la mujer estableciendo controversias que se reflejan en el ámbito legal y cultural, por tanto dicha discriminación también permanece latente en el ámbito empresarial. Esta perspectiva feminista liberal, apela a eliminar dichas trabas, para buscar una equidad, una igualdad de oportunidades.

Por otro lado, la perspectiva feminista social, aboga porque estos factores, este contexto que rodea a la mujer viene por una estructura social de roles, valores y expectativas que provoca que las personas de género femenino tiendan menos a emprender, u otra posibilidad, que sus expectativas empresariales sean mucho menores.

Si nos centramos en una perspectiva más constructivista, es decir, aquella que se centra en teorías del aprendizaje cuyo foco queda en la construcción de conocimientos a través de experiencias pasadas y presentes por un sujeto, el género es una construcción social, que está condicionada por factores impuestos por la institución y que afectan a los diferentes roles e identidades que las personas como individuos aceptamos. Si bien, esta construcción de género difiere en la época en la que nos encontremos o en función de la cultura, los patrones de conducta interiorizados, y las creencias culturales, promueven un sistema que empujan a la desigualdad.

Así pues, para poder entender el contexto en el que las mujeres se desenvuelven a la hora de emprender es importante centrarnos en la desigualdad de género a nivel genérico y luego centrarse en diferentes factores.

El índice de Brecha Global de Género, publicado cada año por el Foro Económico Mundial ("Global Entrepreneurship Monitor - Informe GEM España 2019-2020", 2022) nos indica cómo y en de que forman están distribuidos de forma igualitaria los recursos y oportunidades entre hombres y mujeres, en 150 países estudiados.

“Según el último informe publicado (Foro Económico Mundial, 2018), España ocupa la posición 29 de 149 en el ranking, con un índice global de desigualdad de género de 0,746 (medido en un rango de 0 a 1, donde 1 expresa perfecta igualdad de género). La mayoría de los

países de nuestro entorno se sitúan por encima en este ranking, destacando Islandia, Noruega y Suecia en el podio (0,858, 0,835 y 0,822, respectivamente). Para el cálculo de este índice global de desigualdad de género se recogen a su vez puntuaciones en cuatro áreas claves o subíndices: participación económica, oportunidad y salarios, representación en las estructuras políticas de toma de decisiones y educación y salud". ("Global Entrepreneurship Monitor - Informe GEM España 2019-2020", 2022)

Si hacemos referencia a otros estudios que también analizan las desigualdades por género, podemos mencionar el estudio de Índice de Desigualdad de Género de las Naciones Unidas, que analiza tres puntos de vista que influyen a la desigualdad de género: salud, participación económica, política y educación.

Así pues, en su último informe (Naciones Unidas, 2019) y teniendo en cuenta en este análisis a países con desarrollos similares, España quedaría en el puesto 13 de 36. Siendo el número 1 el país con menos desigualdad. Es decir, España se encontraría a nivel intermedio a la hora de ser un país sin desigualdad de género.

Así pues, que las mujeres tengan menos posibilidades de encontrar una independencia financiera es obligarlas a frenar su carrera profesional tanto como empleadas, tanto como empleadoras.

Si analizamos los datos que nos proporciona el INE sobre el salario de hombres y mujeres en el 2019, indican que el salario medio de las mujeres es un 22,17% menor que el de los hombres. Sin tener en cuenta que de media la mujer dedica en labores domésticas una media de 26,5h semanas frente a las 14h por parte de los varones. Esto datos reflejan como los roles de géneros siguen estando latentes en la sociedad actual, y llevan a un conflicto permanente entre la mujer y la conciliación familiar, haciendo que sea un motivo de gran importancia de las mujeres a la hora de emprender.

Así pues, este conflicto trabajo-familia afecta a las mujeres que deciden emprender de dos formas diferentes ("Global Entrepreneurship Monitor" - Informe GEM España 2019-2020", 2022). Así pues, nos encontramos:

- Intromisión del trabajo en la familia
- Intromisión de la familia en el trabajo.

En referencia a esta cuestión, Poggesi, Mari y de Vita (2019) mencionan en su estudio que esta intromisión del trabajo en la familia afecta de manera considerable aumentando un posible conflicto a la hora de separar la dedicación del tiempo en el trabajo e implicación en la profesión con la vida familiar. De esta forma, si se consigue una flexibilidad laboral, ese tiempo, ese conflicto, se verá reducido.

Por el otro lado, las empresas también se ven afectadas por las familias, esa intromisión de la familia al ámbito profesional, aquellas mujeres que aparte de empresarias tienen un hogar o son madres tienen muchos más factores estresantes. Así pues, la mujer es consciente de que no puede abarcar el problema de otra forma porque es un problema que no se puede eludir, y se considera por tanto una responsabilidad intrínseca.

CAPÍTULO 5 – MUJERES EMPRENDEDORAS DEL SIGLO XXI

A continuación, como estudio de caso, voy a presentar la vida de tres mujeres españolas emprendedoras del siglo XXI. Tres mujeres muy diferentes entre ellas, cuyo recorrido tanto en lo personal como en lo profesional difiere en grandes aspectos. No obstante, poseen en común la valentía de haber llevado a cabo una idea de negocio y haberla rentabilizado, consiguiendo no solo beneficios económicos, sino aportar valor a la sociedad en diferentes ámbitos.

5.1 - ELENA BETÉS NOVOA

En primer lugar, voy a hablar de Elena Betés Novoa, fundadora de Rastreator.com y CEO de Penguin Portals.

Elena Betés Novoa nació en 1977 en Canadá, donde pasó su infancia y adolescencia. Tras acabar secundaria su formación continuó con el Colegio Universitario de estudios financieros situado en Madrid donde comenzó a estudiar Administración y Dirección de Empresas.

Inició su carrera profesional como auditora en Arthur Andersen en el año 2000 y tras un tiempo en dicha empresa, comprendió que ese no era su lugar. Elena Betés expone en varias entrevistas que un sistema de trabajo donde la presencia de largas e irregulares jornadas de trabajo eran la forma de demostrar el compromiso con la firma discrepaba de su forma de ser y trabajar.

Tras continuar sus estudios financieros en diferentes universidades y trabajar en diferentes partes del mundo como Londres, EEUU o Bolivia, entre otros, la llevó al convencimiento de crear su propia empresa, donde poder implementar sus propias creencias y ejercer su trabajo bajo sus propios valores.

Así pues, empezó en el mundo empresarial con Puntoseguro.com en 2004, comparador de seguros online. Este primer proyecto se llevó a cabo con una inversión muy pequeña, donde la estrategia no estaba del todo marcada, lo que le impidió alcanzar un mayor capital. Más tarde, apareció la oportunidad de trasladar este mismo negocio a Alemania. Pese a las dificultades impuestas por el idioma, Elena Betés conocía los pasos operacionales que debía seguir en el negocio, y trabajó allí como Country Manager durante dos años. Finalmente, el proyecto de negocio PuntoSeguro.com quebró ante la no posibilidad de abarcar una mayor cantidad de capital e inversión. Elena Betés considera que esa quiebra fue un punto de inflexión, y que fue una de las etapas que más la hizo aprender y a valorar a las personas que trabajaron con ella.

Volviendo a España en el año 2008 y ya siendo madre, encontró una nueva oportunidad en Admiral Group con el que pudo lanzar al mercado español un nuevo comparador de seguros. De esta manera nació *Rastreator* idea de la que presume con orgullo, dado que considera que es una organización líder en distribución donde se valoran las nuevas gestiones de ideas y el capital humano.

Ahora se encuentra repartiendo “*Rastreators*” por el mundo, como ella misma define. Intentando implementar a otros lugares la idea de comparador de seguros de la mano de Mapfre y Admiral Group, llegando a países como México (2017), Turquía (2018) India (2019) ...

Así pues, esta emprendedora de 45 años de edad, no solo se dedica a supervisar los comparadores de seguros que ella misma fundó, sino que además gestiona y monitorea proyectos como Confused.com (UK), Compare.com (USA), propiedad de la compañía de servicios financieros Admiral Group.

Asimismo, en el año 2018 creó Penguin Portals, agrupando todos los comparadores de servicios financieros, llegando a facturar más de 180 millones de euros, manteniendo una cultura de atención al cliente, y creando entornos de trabajo donde pretende cambiar el mundo apoyando un lugar de trabajo donde se contemple el valor de las personas y haya una mayor igualdad de género en el ámbito laboral.

5.2 - LAURA BAENA FERNANDEZ

Laura Baena Fernández, nacida en 1981, mujer que siempre hace hincapié en su segundo apellido en honor a su madre, es una mujer emprendedora que empezó su carrera profesional como licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la facultad de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Málaga. Después, continuó su vida académica, con la especialización, mediante el Instituto Europeo de Diseño (IED) en Artes Visuales.

Su vida laboral se desarrolló en varias Agencias de Publicidad trabajando como creativa publicitaria. Al llegar a un puesto de mayor responsabilidad como supervisora creativa, se dio cuenta de las dificultades que presentaba una mujer a la hora de compaginar la vida familia como madre y cumplir en su puesto de trabajo. Así pues, en marzo de 2014 fundó el Club de

malas madres, ejerciendo como Directora creativa, reivindicando un lugar propio para mujeres y madres, donde se promueve la lucha por una conciliación familiar y laboral.

Malas madres es una red que se describe como “madres que tienen mucho sueño, poco tiempo, alergia a la ñoñería y ganas de cambiar el mundo, o al menos de no morir en el intento”

“Malas madres” nació en 2014, de la mano de Twitter, con fin de desprender a las mujeres del rol de “madre perfecta”.

Por otra parte, es presidenta y cofundadora de la asociación “Yo no renuncio”, proyecto impulsado por el Club de Malasmadres desde 2015, donde trata de visibilizar la ausencia de medidas legales de conciliación familiar con propuestas como el Teléfono Amarillo de la conciliación teléfono que ofrece asesoramiento legal a todas aquellas mujeres sin formación en el sector legal en lo que respecta a la conciliación.

Laura Banes y su club de malas madres, poseen muchos reconocimientos, tales como ser incluida en el “Ranking Choiseiul”, que consiste en los 100 profesionales españoles entre 30 y 40 años que lideran la excelencia profesional y empresarial, o su reconocimiento como “Personaje social 2019” por la revista Compromiso Empresarial gracias a su intento de visibilizar un problema actual como es la conciliación.

De la misma forma, ha recibido el Premio a “Personalidad Online del año” Premios 20blogs, donde destaca por su lucha por la conciliación, así como, por la igualdad de género, llevándola a considerarla como una gran influencer española. (“Laura Baena creadora del Club de Malasmadres. BCC Speakers.”, 2022, <https://grupobcc.com/speakers/laura-baena/>).

Laura Baena llevó a cabo un perfil reivindicativo de la idea de “madre” con el propósito de obtener una nueva visión social. Mujeres luchando por compaginar la maternidad, sin perder la identidad de mujer, poniendo humor a los dramas cotidianos, y sacando a la luz los intentos fallidos de ser madres perfectas, rompiendo estereotipos y “des-romantizando” la idea de mujer y madre.

Llegando al millón de mujeres y madres en redes sociales (@malasmadres en *Twitter* e *Instagram*) con el objetivo común de visualizar un problema actual que es la conciliación familiar, continúan en su lucha reivindicativa intentando que las nuevas generaciones de madres no tengan que renunciar a vivir su maternidad, ni a continuar con su desarrollo y avance profesional.

5.3 - DIANA DE ARIAS

Diana Arias es una mujer emprendedora que ha ganado, junto a Patricia Acebes y Ana Isabel Martín, la primera edición de Ventures4Inclusion, una iniciativa de la compañía Indra para fomentar el emprendimiento social, creada junto a la Fundación FDI y HandsOn Spain, que pretenden fomentar la integración y el desarrollo. ("Diana de Arias, Patricia Acebes y Ana Isabel Martín, ganadoras en la 1ª convocatoria de Ventures4Inclusion - dicatic", 2022, [https://www.soziabile.es/mujeres-emprendedoras-con-discapacidad-ventures4inclusion#:~:text=Diana%20de%20Arias%2C%20Patricia%20Acebes,Integraci%C3%B3n%20\(Fundaci%C3%B3n%20FDI\)%20y%20HandsOn](https://www.soziabile.es/mujeres-emprendedoras-con-discapacidad-ventures4inclusion#:~:text=Diana%20de%20Arias%2C%20Patricia%20Acebes,Integraci%C3%B3n%20(Fundaci%C3%B3n%20FDI)%20y%20HandsOn))

Estas mujeres han sabido sacar provecho a la tecnología y usarlo en sus propios proyectos, que no solo llaman la atención con diferentes negocios, sino que, además, facilitan la inserción laboral de otras personas que tienen discapacidad.

De esta forma, la iniciativa emprendedora de Diana Arias viene de la creación de “Decedario” una herramienta para aquellas personas que tienen diversidad funcional y que se explicara más adelante

A los 23 años, tras una lesión, Diana de Arias sufrió un daño cerebral adquirido (DCA). Tras una larga recuperación, Diana se propuso ayudar a aquellas personas que tuvieran una discapacidad como la suya y necesitaran ganar en calidad de vida. Su proyecto trata de promover el desarrollo inclusivo y sostenible en la sociedad actual desde un punto de vista de igualdad y diversidad.

De esta forma, la CEO de Decedario expone que, durante la pandemia, los negocios y proyectos como el suyo, sufrieron las consecuencias económicas que esta trajo consigo, y que gracias a financiación por diferentes organismos pudo continuar con su labor.

Tras el suceso que le cambió la vida, Diana de Arias tuvo que aprender de nuevo a hablar, escribir, comer ... a realizar todas las tareas básicas que le permiten tener una vida normal. En ese proceso de recuperación reparó en que las actividades llevadas a cabo por los equipos multidisciplinares de especialistas exponían problemas a la hora de ser utilizadas, o no eran tan ventajosas como en un principio parecían. Muchas de estas actividades, consistían en fichas cognitivas, que afectaban a la motivación e ilusión de las personas que luchaban por recuperar su vida anterior, ya que se consideraban monótonas y aburridas, y no motivaban al paciente o

el alumno a una pronta recuperación. Todo esto implicaba una gran inversión de tiempo por parte de médicos y especialistas, ya que debían adaptar cada actividad a cada individuo teniendo en cuenta no solo su enfermedad.

De esta idea surgió Decedario, de la mano del diseño gráfico, y la metodología de un pasatiempo, Diana supo llevar a cabo una plataforma con múltiples juegos y actividades cognitivas que ayudan a la recuperación de muchos pacientes. Cuando Diana creó esta herramienta recibió un gran y positivo *feedback*, tanto fue el impacto social, que decidió compartirlo y hacerlo público.

A día de hoy, Decedario se considera el único material de estimulación cognitiva, con más de 500 ejercicios de atención, memoria, estimulación del lenguaje entre otras muchas funciones.

De esta manera gracias a la innovación y tecnología, la idea llevada a cabo por Diana de Arias se ha transformado en una herramienta indispensable para muchas familias y clínicas, desarrollándose no solo en España sino también en Latinoamérica, llegando a 8 países diferentes.

Se estima que ya ha habido más de 763 profesionales beneficiados, y que han recibido un total de 13 premios y reconocimientos, tales como “Mujer emprendedora de referencia 2020” y “Lista Forbes de impacto Social 2021” para reconocer el trabajo tratando patologías relacionadas con el lenguaje, la comunicación y la psicomotricidad. (“Diana de Arias | Decedario, 2022, <https://www.decedario.com/diana-de-arias/>”

Así pues, su iniciativa, Decedario, se ha convertido en una herramienta terapéutica, para promover la estimulación cognitiva, que no solo ayuda a aquellas personas que hayan sufrido un DCA sino a muchas otras patologías que conllevan dificultades en el aprendizaje o comunicación, enfermedades como Parkinson, Alzheimer o Dislexia, incluso como entrenamiento para personas de tercera edad que quieran mantener su actividad cerebral activa.

6 – CONCLUSIONES

- 1- La Revolución Industrial brindó un cambio de perspectiva a la hora de entender las dinámicas de trabajo. Trajo consigo una cooperación entre antiguas y novedosas técnicas de gestión empresarial que permitieron empezar entender la empresa como actualmente existe.
- 2- Este cambio de perspectiva empresarial nos ofrece una nueva figura, el empresario. Personas, principalmente varones que muestran un interés y una formación mayor por los negocios, y que mayoritariamente proceden de familias que tenían en propiedad un pequeño taller que ha ido creciendo en varios aspectos, desde una ampliación en el mercado, hasta innovaciones en su producción aplicando nueva tecnología.
- 3- Por otra parte, a raíz de muchos de estos cambios y con la introducción del capitalismo, se empezó a desarrollar una división de trabajo por género, trayendo cambios estructurales que muchos perduran a día de hoy.
- 4- Estos matices en el trabajo de la mujer se pueden ver en muchos ámbitos y entre ellos en el emprendimiento femenino.
- 5- El estudio GEM nos ha permitido corroborar que cada vez son más las mujeres que emprenden, siendo mayor el número de varones, pero viendo un aumento de la paridad entre ambos a largo plazo.
- 6- El estudio GEM nos ha mostrado que los motivos por los que emprenden las mujeres y los hombres son diferentes, siendo algunos de estos: una mayor flexibilidad laboral, o una búsqueda de oportunidad por parte de las mujeres, y una mayor ambición o simpatía al riesgo por parte de los hombres.
- 7- El estudio de caso nos ha permitido analizar tres ejemplos diversos de mujeres emprendedoras en España. A pesar de la idea generalizada, en este trabajo se ha podido

comprobar cómo el emprendimiento femenino actual en España se encuentra en niveles muy similares, y en ocasiones superiores, al del resto de Europa. Esta circunstancia no implica que aún quede un largo camino por recorrer en otros aspectos.

7 – REFERENCIAS

BIBLIOGRAFÍA

- Aguas Fernández, T. A., Rojas Gómez, A. M., y León, Y. M. (2018). Características de las mujeres emprendedoras (Tesis de pregrado). Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá. <https://bit.ly/3RzpBib>
- Alsos, G. A., & Ljunggren, E. (1998). Does the business start-up process differ by gender? A longitudinal study of nascent entrepreneurs, *Journal of Enterprising Culture*, 6 (4), 347-367. doi: 10.1142/S0218495898000205
- Álvarez, M^a. J, Rebollo, M^a. A., & Rodríguez, M^a. R., (2013). Factores facilitadores y bloqueadores del emprendimiento femenino: orientar para el emprendimiento desde una perspectiva de género. En Cardona, M.C, Chiner, E & Giner, A (eds.), *Investigación e Innovación Educativa al Servicio de Instituciones y Comunidades Globales, Plurales y Diversas* (pp. 427-435). Universidad de Alicante https://www.uv.es/aidipe/congresos/Actas_XVI_Congreso.pdf
- Bruni, A., Gherardi, S., & Poggio, B. (2004). Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs. *Journal of Organizational Change Management*, 17(3), 256-268. doi: <https://doi.org/10.1108/09534810410538315>
- Brush, C. G. (1992). Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-30. doi: <https://doi.org/10.1177/104225879201600401>
- Brush, C. G. (1997). "Women-Owned Businesses: Obstacles and Opportunities." *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 2(1), 1-24 .

- Brush, C. G., de Bruin, A. & Welter, F. (2009), A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8-24. doi: <https://doi.org/10.1108/17566260910942318>
- Burke, R. J. (2007). Career Development of Managerial Women: Attracting and Managing Talent. En Bilimoria, D. y Piderit, S. K. (eds.), *Handbook on Women in Business and Management* (pp.109-131). Edward Elgar Publishing, Northampton, Massachusetts
- Calás, M. B., & Smircich, L. (1999). Past Postmodernism? Reflections and Tentative Directions. *The Academy of Management Review*, 24(4), 649–671. doi: <https://doi.org/10.2307/259347>
- Calás, M. B., Smircich, L. y Bourne, K. A. (2007). Knowing Lisa? Feminist analyses of «gender and entrepreneurship. En Bilimoria, D. & S. K. Piderit (eds.) *Handbook on women in business and management* (pp.78-105) Edward Elgar Publishing, Northampton, Massachusetts. doi: <https://doi.org/10.4337/9781847204134.00011>
- Chinchilla, N., García, P., & Mercadé, A. (1999). *Emprendiendo en Femenino*. (1º Ed.). Editorial
- Casado Alonso, H., & Fatjó Gómez, P. (1998). Capitulo 2. La empresa en los inicios de la Revolución industrial (1720-1850). - *Historia de la empresa mundial y de España* (1º Ed.). Editorial Síntesis, S.A
- Guirao, C. (2011). Nuevas formas de relación trabajo productivo y sociedad: la conciliación de la vida familiar y laboral. *Prisma Social: revista de investigación social*, 6, 1-27. <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353744578005.pdf>

- Kantor, P. (2002). Gender, Microenterprise Success and Cultural Context: The Case of South Asia. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 131 - 143. <https://doi.org/10.1177/104225870202600408>
- López Posada, L.M., & González Rubio, J. (2015). Entrepreneurship y género: mitos y realidades de la mujer empresaria. *Revista FACCEA 5 (1)*, 35-43. <https://bit.ly/3uMs533>
- Molina Valenzuela, M. (2019). *Experiencias de mujeres emprendedoras rurales castellanoleonesas*. Universidad de Valladolid (Segovia)
- Nuñez Romero-Balmás, Gregorio (1998). Capítulo 9 - Empresas y empresarios en España a mediados del siglo XIX. *Historia de la empresa mundial y de España (1º Ed.)*. Editorial Síntesis, S.A
- Olaz Capitán, Á., & Ortiz García, P. (2016). Perfil sociodemográfico y caracterización de las empresas de la mujer emprendedora en España. Fortalezas y debilidades. *Lan Harremanak. Revista De Relaciones Laborales*, (32), 234-248. doi: <https://doi.org/10.1387/lan-harremanak.15413>
- Peñaherrera León, M. y Cobos Alvarado, F. (2012). La creatividad y el emprendimiento en tiempos de crisis. *Revista Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 10 (2), 239-247.
- Pérez Cabrera, A. M^a., & Tallón Fernández, M^a. D. (2017). Estudio de la mujer emprendedora: El medio rural como oportunidad. *RA&DEM, Revista de Administración y Dirección de Empresas*, 1, 1-12. <https://bit.ly/3ywZNuu>
- Sara Poggesi & Michela Mari & Luisa Vita, 2019. "Women entrepreneurs and work-family conflict: an analysis of the antecedents," *International Entrepreneurship and Management Journal*, Springer, vol. 15(2), pages 431-454, June.

- Sabater Fernández, C. (2018). La mujer emprendedora: identidad profesional y factores culturales de género. *FEMERIS*, 3(2), 55-78. doi: <https://doi.org/10.20318/femeris.2018.4320>
- Scott, W. J. (1993). La mujer trabajadora en el siglo XIX. En G. Duby & M. Perrot (eds.) *Historias de las mujeres en occidente* (pp.405-436). Editorial Taurus
- Soziable.es. (2022, 4 de marzo). Tres mujeres emprendedoras con discapacidad son premiadas en la primera edición de la lanzadera Ventures4Inclusion. *Soziable.es*. <https://bit.ly/3z48HBm>
- Stuetzer, M., Obschonka, M. & Schmitt-Rodermund, E. Balanced skills among nascent entrepreneurs. *Small Bus Econ* 41, 93–114 (2013). <https://doi.org/10.1007/s11187-012-9423-2>
- VALDALISO, JESÚS M^a (s. f.). *La competitividad internacional de las empresas españolas y sus factores condicionantes. Algunas reflexiones desde la historia empresarial**.

RECURSOS ELECTRÓNICOS

- Baena, L. (artista de la grabación). Baena, A. (presentadora). (2022, 17 de enero). *Entrevistamos a Laura Baena, su parte más íntima y personal* [Episodio 49]. En el Blog de Malasmadres. <https://clubdemalasmadres.com/podcast-laura-baena/>
- Betés Novoa, E. (2021, 20 de febrero). *Experiencia y trayectoria profesional y logros de Elena Betés Novoa, Fundadora de Rastreator.com y CEO de Penguin Portals*. Consejo Social UC3M. <https://bit.ly/3Ixtal2>
- De Arias, D. (s.f.). *Sobre mí*. Decedario. Consultado Julio 2022 <https://www.decedario.com/diana-de-arias/>

- Telefónica. (2022, 14 de febrero). *Entrevista a Laura Baena, Malasmadres. Conciliación y maternidad* [video]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=HS4AAAn4wHk>
- Estudio GEM España 2019_20 - (2022). GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Retrieved 15 July 2022, from https://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2020/06/Informe-GEM-Espa%C3%B1a-2019_20.pdf