

EMPRENDER. LA CUESTIÓN DE GÉNERO EN EL EMPRENDEDORISMO.

Autores: Zubeldía, María Lourdes; Viadana, Claudia Alejandra; Tomarelli, Jimena

Universidad: Instituto de Investigaciones y Asistencia Tecnológica en Administración
.Facultad de Ciencias Económicas y Estadística. Universidad Nacional de Rosario.

Email de contacto: alejandraviadana@gmail.com

Modalidad: Trabajo

Palabras clave: Cuestiones de género, Emprendedorismo, Fomento; Dificultades

Fundamentación

La mujer ha llevado adelante como mandato cultural el rol de llevar adelante todas las funciones que giran alrededor del hogar. Dentro de esas funciones se encuentran la de cuidar los hijos, todo lo referente a la educación de los mismos, ser la mediadora de los conflictos familiares entre otros tantos. Estas prácticas cotidianas son las que las llevaron a pensar que podrían asumir el desafío de ingresar en el emprendedurismo. Son cada vez más las mujeres que optan por ser las fundadoras y llevar adelante sus sueños o simplemente ser continuadoras de los negocios familiares.

En todas las épocas las mujeres asumieron la responsabilidad por la gestión de las actividades hogareñas, mientras el hombre asumía su rol de proveedor. Dentro de las responsabilidades asumidas por las mujeres les correspondía tomar decisiones sobre el control de gastos y una multiplicidad de actividades en relación a llevar adelante la administración familiar.

Este paradigma de división de roles en el seno de la familia se fue modificando a medida que la mujer se fue incorporando al mercado laboral. Esta situación llevó a un cambio en esos roles tradicionales y también abrió una cantidad de oportunidades de desarrollo laboral a las mujeres.

En la actualidad hay una tendencia a que tanto hombre como mujeres generen sus propios emprendimientos para concretar ideas, sueños y pasiones personales que pueden tener un espacio en el mercado. Los emprendimientos gestionados por mujeres tienen particularidades que están relacionados con las causas por las cuales consideran la idea de llevarlo a cabo.

Las principales causas que motivan a las mujeres a emprender, además de su realización personal, es la búsqueda de independencia en contraposición al trabajo en relación de dependencia. Hay una razón de suma importancia es que el desarrollo

del emprendimiento propio es la posibilidad de balancear la vida personal y la laboral. El dinero no es uno de los elementos más relevantes, a diferencia de los hombres que los ubican entre uno de los principales motivos para elegir emprender.

“Este fenómeno es de tal magnitud que ya se ha acuñado un término nuevo a nuestro léxico emprendedor: “mumpreneur”. Este vocablo ha surgido en Francia para definir a las jóvenes madres que están montando sus propios negocios. Engloba a un perfil de emprendedoras donde se sitúan mujeres de entre 25 y 45 años, madres, con educación superior y la mayoría con experiencia previa en puestos intermedios.La acción de estas “mumpreneur”o empresarias si así se prefiere denominarlas realza valores como la dignidad personal, la libertad, individual y económica, o la conciliación. Sin duda principios básicos en la construcción de una sociedad más respetuosa, equilibrada y justa. Sin discriminaciones injustificadas, por una lado, pero también sin abusos de posición, por el otro” (Bermejo M, 2016).)

Un punto relevante es que los emprendimientos gestionados por mujeres deberían analizarse a partir del entorno económico y social en el que se desarrollan. Fundamentalmente teniendo en cuenta ciertos valores sociales que aún pesan, tales como la falta de valoración de la mujer en los puestos de gestión, los estereotipos que diferencian las funciones según los sexos, dificultades en el acceso a formación profesional dentro de algunas disciplinas. Estos son factores que influyen en las etapas de creación, desarrollo, supervivencia y crecimiento de los emprendimientos dirigidos por mujeres.

Cuestiones de género relacionadas con la gestión de emprendimientos

Es interesante identificar algunas cuestiones relacionadas al género en el caso de la gestión de los emprendimientos, ya se los analice en su etapa inicial, en su desenvolvimiento, crecimiento y escalabilidad.

Existe una serie de factores que actúan como barreras o restricciones en las mujeres al momento de emprender. Se enumeran a continuación las restricciones más relevantes.

- Barreras relacionadas a la estima: la poca confianza en el manejo de las finanzas y una imagen negativa de ellas mismas.
- Barreras relacionadas con su función: dificultades para cumplir con los tiempos requeridos.
- Barreras sociales y culturales: falta de confianza en realizar negocios con una mujer, preconceptos sobre las funciones de la mujer relacionadas con el hogar.
- Barreras educativas: estas barreras están siendo superadas, ya que hoy las mujeres tienen mayor acceso a diversas instancias de formación profesional relacionadas a los negocios.

En el siglo XXI estas barreras han ido corriéndose gracias al cambio cultural que se ve reflejado en la participación de las mujeres en los distintos ámbitos de la sociedad. Esto se fue dando a partir del reclamo por parte de las mujeres de los derechos de igualdad con el hombre tanto en lo social, laboral y político.

Objetivos

En el presente trabajo nos proponemos establecer las características particulares de las mujeres emprendedoras. La gestión en mano de mujeres tiene particularidades comunes que es posible identificar con una cuestión de género propiamente dicho.

Asimismo, nos planteamos identificar las dificultades y barreras a las que se enfrentan las mujeres al momento de emprender.

Metas

Nos hemos formulado dos metas:

1. Identificar al menos cinco barreras a las que se enfrentan las mujeres al momento de emprender, y cinco diferencias que tienen las mujeres en la gestión de los emprendimientos, en contraste con los varones.
2. Identificar los rubros más comunes en los emprendimientos llevados a cabo por mujeres

Metodología aplicada: Estudio de caso

El estudio que se llevo a cabo es de tipo exploratorio, ya que se trata de un fenómeno relativamente nuevo y está siendo reconocido como tal, por lo que consideramos conveniente profundizar en el mismo a partir de un Caso de Estudio.

La recolección de información se realizó a través de fuentes primarias y secundarias. Dentro de las primeras se utilizaron una serie de entrevistas semiestructuradas a las fundadoras de la Comunidad Criar. Se realizó una encuesta on-line dirigida a las emprendedoras de la Comunidad Criar para relevar algunos aspectos sobre las diferentes maneras de comercialización que utilizan y la posibilidad de desarrollar algún tipo de venta on line. Dentro de las fuentes secundarias se tomaron encuestas realizadas por la comunidad entre las emprendedoras que forman parte de la misma, en relación a los programas de capacitación y las necesidades de formación en temas específicos.

Caso de Análisis: Comunidad CRIAR

CRIAR-Comunidad de Mujeres Emprendedoras lleva adelante su objetivo brindando herramientas de formación y desarrollo destinadas a mujeres emprendedoras en la ciudad de Rosario, tales como: cursos de capacitación presenciales, espacios de encuentro y sostén mutuo, redes de vinculación con otras organizaciones, actividades de mentoreo con empresarias y consultoras, además de un conjunto de recursos que posibilitan la visibilización de los proyectos (ferias comerciales, showrooms, prensa, eventos).

Para el desarrollo de las actividades se trabaja con un equipo de formadoras. Se trata de docentes y profesionales, que brindan las actividades de capacitación dentro del PROGRAMA DE FORMACIÓN DE MUJERES EMPRENDEDORAS. Estas actividades son gratuitas para las emprendedoras y el espacio es financiado por un ente público, la Municipalidad de Rosario, a partir de una alianza estratégica lograda en el año 2014.

Actualmente la organización cuenta con tres áreas:

- Coordinación y dirección: Entre las tareas se puede mencionar: organización y vinculación con otras organizaciones, reuniones de planificación, seguimiento de calendario anual, coordinación de docentes, convocatoria a emprendedoras para eventos específicos.

- Gestión y comunicación: lleva a cabo el diseño y gestión de publicaciones en línea, armado de notas de prensa, convocatoria a las emprendedoras para las actividades.
- Participación en eventos: CRIAR participa en diferentes eventos a lo largo del año (ferias, encuentros, actividades). Para la realización de estas actividades las mismas emprendedoras se organizan y dividen el trabajo.

Con el objetivo de llevar adelante un conjunto de proyectos para el año 2016, se ha conformado la nueva Comisión Directiva y se han reorganizado las tareas y funciones en áreas. Estas áreas están a cargo de un equipo de emprendedoras que trabajan en forma voluntaria y proponen la mejor manera de llevar a cabo las tareas. En las reuniones mensuales se definen los puntos y se avanza en cada tema; • Comisión de Comunicación • Comisión de Contenidos • Comisión de Capacitación • Comisión de Eventos • Comisión de Voluntariado • Comisión de coordinación y vinculación con otras organizaciones

En cuanto a la organización de la comunidad y el uso de internet, la mayor parte de las emprendedoras que participan de la comunidad difunde o comercializa sus productos a través de una página de Facebook. Según el equipo organizador, la principal fortaleza de CRIAR son los encuentros presenciales y el contacto mes a mes que permite un seguimiento del proyecto y el vínculo sostenido entre las mujeres.

Sin embargo, actualmente son los medios digitales los que posibilitan el vínculo constante con las emprendedoras participantes: las convocatorias se realizan 100% por medio de Facebook e email marketing, el envío de materiales y el contacto con las emprendedoras que hacen sus consultas es a través de Facebook.

La comunidad enfrenta el desafío es generar una oferta de servicios y capacitación en línea a un costo conveniente, que sea accesible para la emprendedora. De este modo es posible aprovechar las ventajas de democratización de contenidos que genera internet para llevar a cabo una formación de calidad a un costo bajo.

Se plantea además la necesidad de generar un espacio en el sitio destinado a la difusión de los productos en línea (Market place), compartido para las emprendedoras que deseen participar. Este tipo de espacios permiten reducir el tiempo de puesta en marcha de los proyectos emprendedores, al compartir un recurso tecnológico y posibilitar un canal de venta para que las mujeres comiencen a generar ingresos con sus proyectos. De esta manera la organización acompaña a la mujer no sólo en el momento de capacitarse sino también en todo el proceso emprendedor.

Todo este desarrollo es un proyecto colectivo de la organización CRIAR, que le permitirá generar una nueva fuente de ingresos a la Asociación Civil Comunidad de Mujeres Emprendedoras CRIAR, para asegurar el autosostenimiento del proyecto mismo y su replicabilidad a otras localidades llegando una mayor cantidad mujeres sin límites de días y horarios. Los servicios que brindaría CRIAR estarían nucleados en una única plataforma digital, y se podrían separar en dos:

- Capacitación y formación online a través de e-learning
- Canal de difusión y e-commerce colectivo para las emprendedoras

Conclusiones

Los desafíos más importantes a que la mujer emprendedora tiene que enfrentarse cuando decide concretar su idea son los siguientes:

- El ser mujer les hace más difícil el inicio del emprendimiento. Sin embargo, si bien las emprendedoras que han superado los tres años de actividad y que han podido crecer en ese período debieron enfrentar situaciones donde notaron la existencia de una predisposición general a la presencia de hombres a la hora de cerrar negocios, pero no creen que esto haya sido una dificultad.
- Las emprendedoras que han perdurado en el tiempo resaltan que es valioso no ver problemas sino desafíos a resolver. Las cuestiones referidas al financiamiento, búsqueda de proveedores y canales de comercialización son los principales obstáculos con los que se encuentra una mujer al momento del desarrollo de su emprendimiento.

En los últimos años se puede ver un crecimiento importante en la participación de la mujer en la vida económica a través de emprendimientos personales. Esta nueva situación incorporó nuevos modelos de gestión en los emprendimientos con lo que es posible establecer que las mujeres le incorporan características propias de su género.

Asimismo es posible encontrar diferencias en los elementos motivadores para llevar adelante un emprendimiento, en el que las mujeres privilegian las posibilidades de independencia y la valoración de los logros alcanzados, en tanto los hombres son motivados por la posibilidad de generar ingresos económicos.

Otra características que podría diferenciarse es en cuanto al estilo de liderazgo, ya que el hombre utiliza más la estructura jerárquica, mientras que las

mujeres se muestran más afectas a desarrollar redes, equipos de trabajo, compuestos éstos en su mayoría por mujeres.

Al analizar qué mueve a las mujeres a iniciar su propio negocio, se encuentran las siguientes causales:

- Poder generar un equilibrio entre la vida personal y la laboral.
- Control de su futuro.
- Afianzamiento de su autoestima.

Profundizando en los principales objetivos a corto y mediano plazo, se encontraron:

- Expandir su público objetivo.
- Desarrollar un Plan de Negocios.
- Aplicar para nuevas fuentes de financiamiento.

Y en cuanto a los principales rubros abordados por las mujeres emprendedoras, son:

- Ropa y Accesorios
- Belleza y Salud
- Diseño y Decoración
- Productos orgánicos y Naturales

En un estudio realizado por Carolina Ruiz et al (2012) para el Fondo Multilateral de Inversiones, miembro del Grupo BID, se observa que el porcentaje de mujeres emprendedoras sobre el total de emprendedores durante el periodo 2006-2011 en Argentina es del 42%, siendo el más alto el de Costa Rica con un 51% y el más bajo el de Pakistán con un 14% . En cuanto al financiamiento, estas autoras afirman que es importante en los nuevos emprendimientos y es fuerte la presencia de las familias y amigos en los fondos obtenidos. La financiación bancaria sólo se encuentra en emprendimientos de Alto Impacto y con cierta trayectoria en el mercado.

Mariela Vivot (2009), entre otros aspectos, analiza el el estilo de gestión de la mujer emprendedora, destacando los siguientes:

- Mayor presencia de una comunicación abierta
- Estilo de gestión interactivo
- Adaptación al cambio
- Trabajo en equipo
- Poca Planificación a largo plazo a causa de los rubros
- Alta calidad de la escucha de su equipo

La misma autora identifica que las principales las dificultades al momento de emprender son:

- Finanzas: dificultades de obtener financiamiento externo.

- Recursos humanos: No es fácil incorporar profesionales al equipo en la primera etapa del emprendimiento, dados los altos costos que deben asumirse.
- Planificación: en las primeras etapas la incertidumbre en las variables externas hace compleja la planificación.
- Manejo del tiempo: La experiencia de llevar múltiples tareas para una emprendedora hace que reporte problemas al momento de organizar sus tiempos.

Bibliografía

Alcaraz, Rodríguez, Rafael. *El Emprendedor de éxito*. 2da Edición 1997. Mc Graw Hill.

Bermejo, Manuel. "Cuestiones de género en la empresa familiar". Consultado junio 2016. <http://www.mabermejo.es/cuestiones-de-genero-en-la-empresa-familiar/>

Casacuberta Sevilla, David. "Creación colectiva", España, Editorial Gedisa, 2002.
Coque Martínez, Jorge. *Manual de Creación y gestión de empresas de inserción social*. Universidad de Oviedo. 2000

Formichela, Maria Marta. "El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local". INTA. 2004
Genescá, Enric. *Creación de Empresas*. Entrepreneurship. Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions. 2003

Nonaka, Ikujiro y Takeuchi, Hirotaka. "La organización creadora de conocimiento". Oxford. 1999

Ruiz, Carolina y Dams, Carolina. "Estudio sobre las características de las mujeres emprendedoras en Argentina". <http://es.slideshare.net/NXTPLabs/estudio-sobre-mujeres-empendedoras-argentina-iwf-1>)

Schumpeter, Joseph. *Capitalismo, socialismo y democracia*. Ediciones Folio Barcelona. 1996

Vivot, Mariela. *El perfil de la mujer emprendedora. ¿Son realmente diferentes a sus pares masculinos? Un trabajo exploratorio sobre casos argentino*. 2009. <http://live.v1.udesa.edu.ar/files/UAAAdministracion/Trabajos%20Graduaci%C3%B3n%202009/Vivot.pdf>