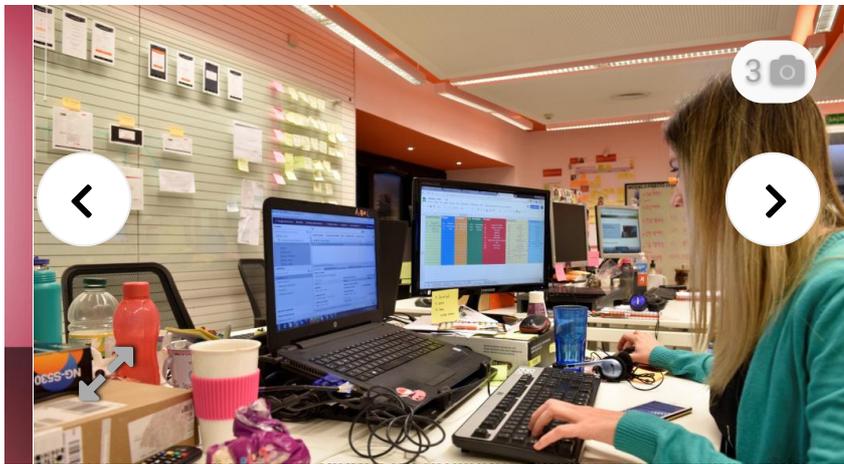


PUBLICIDAD

NEGOCIOS • EMPRENDEDORAS • ★ Sólo suscriptores

Mujeres emprendedoras: el desafío de pensar en grande



Liderazgo: Solo el seis por ciento de proyectos liderados por mujeres logra sobrevivir tres años después de su inicio. (Damiro Berroa/Archivo)

★ Sólo suscriptores

Ver más notas



PAULA MARTÍNEZ

Domingo 07 de marzo de 2021 - 00:10



- La participación femenina es alta en emprendimientos de necesidad, autoempleo o subsistencia.
- Pero es muy limitada en iniciativas de alto impacto, con potencial para transformarse en empresas que crezcan, generen empleo y sean globales.
- ¿Qué hace falta para dar ese salto?

PUBLICIDAD

Más de Emprendedoras

NEGOCIOS

Bancor firmó acuerdo de mentoreo para emprendedoras cordobesas



NEGOCIOS

Soñando en grande pasó de Córdoba a Silicon Valley



NEGOCIOS

Las fundaciones Avon y Macro premian a mujeres con proyectos sociales



NEGOCIOS

Ropa usada: una cordobesa creó un negocio que ya les genera



se ve en la cantidad de nuevas iniciativas que surgen todos los días (la pandemia fue un buen ejemplo).

Sobre la base de la pirámide de los emprendimientos, la participación femenina es grande, pero, en la mayoría de los casos, ese impulso queda en proyectos de baja escala, muy ligados al autoempleo: artesanías, comidas, pequeños negocios y servicios profesionales, entre otros.

Cuando se analiza los proyectos de impacto con potencial de crecer, de escalar, de generar empleo o de ser globales, las mujeres escasean. El sector emprendedor no es ajeno a lo que sucede en el resto de la sociedad.

“Prácticamente la mitad (42 por ciento) de los emprendimientos que nacen en el país son liderados por mujeres. Sin embargo, apenas el seis por ciento logra sobrevivir después de los primeros tres años. Y, de los que lo hacen, es muy bajo el porcentaje que logra altas tasas de crecimiento”, dice un estudio de Emprendedoras Stem en

★ Sólo
suscriptores

PUBLICIDAD

PUBLICIDAD

Por las provincias

Tragedia en el Bermejo: el segundo cadáver identificado pertenece a una mujer boliviana

Alberto Fernández propuso llevar al Congreso y convertir en ley el plan estratégico de vitivinicultura

La original y exitosa modalidad de regreso a clases presenciales en una escuela de Mendoza

Se escapó de la comisaría y su madre le ruega que no se entregue a la Policía

PUBLICIDAD

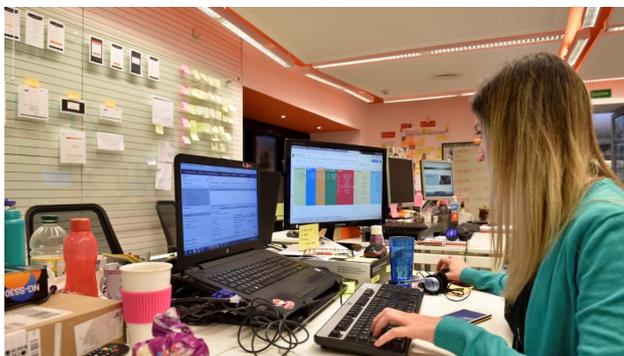
En Córdoba, el dato también queda en evidencia en encuestas con distintos públicos objetivos. El Observatorio Emprendedor de la Facultad de Ciencias Económicas (FCE) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) relevó un 64 por ciento de mujeres en su muestra de emprendedores de 2019. La mayoría de ellas eran monotributistas o no estaban formalizadas.

Por su parte, el Registro de Emprendimientos Incubados 2020 en distintas instituciones de la provincia, relevado por la Agencia Córdoba Innovar y por Emprender, arrojó que, entre los fundadores, el 27 por ciento eran mujeres y la mitad de los proyectos tenía, al menos, una mujer en el equipo.

Sin embargo, cuando la Agencia realizó el Registro de Emprendedores Dinámicos e Innovadores, encontró sólo 10,3 por ciento de socias femeninas. Y cuando analizó el destino del capital emprendedor, surgió que, desde 2010 hasta 2020, en 18,3 por ciento de las *startups* que captaron

monto total.

A nivel nacional, la Asociación Argentina de Capital Privado, Emprendedor y Semilla (Arcap) tiene datos similares. En el primer semestre del año pasado, 2,9 por ciento de los equipos fundadores invertidos estaban compuestos sólo por mujeres, 77,1 por ciento sólo por varones y el resto era mixto. Menos del nueve por ciento tenían una CEO mujer. Y, en total, 13,8 por ciento de los emprendedores que recibieron financiamiento fueron mujeres.



Liderazgo. Solo el seis por ciento de proyectos liderados por mujeres logra sobrevivir tres años después de su inicio. (Ramiro Pereyra/Archivo)

Barreras y desafíos

Silvia Torres Carbonell, directora del Centro de Entrepreneurship IAE, señala que “hay un enorme potencial en las mujeres para desarrollar proyectos, sobre todo en las áreas Stem (ciencia,

PUBLICIDAD

Carolina Costa, quien participa de diversas instituciones del ecosistema emprendedor cordobés, coincide en que "los emprendimientos escalables tienen alguna solución tecnológica; que haya menos mujeres en tecnología tiene impacto".

“Hay obstáculos de todo tipo, internos y externos”, explica Torres Carbonell, quien también dirige el programa Wise, para emprendedoras Stem, y que tiene abierta su inscripción para la edición 2021. Entre los temas internos, enumera “el miedo al fracaso, la mayor aversión al riesgo, el excesivo perfeccionismo o que muchas no se sienten capacitadas”.

Además, cree que "hay un tema de menor ambición en general en las mujeres: su único objetivo no es ganar plata, sino que hay más de propósito y por eso, muchas veces, se quedan con proyectos que no escalan tanto".

laboral en general. “Eso se soluciona con formación, con acompañamiento, con redes, fomentando proyectos mixtos, integrados entre hombres y mujeres. La complementariedad es fundamental”, recomienda.

Acota que no es menor conciliar la vida familiar y laboral y las dificultades del acceso al financiamiento para los proyectos de alto impacto.

“Las mujeres somos emprendedoras por naturaleza, pero nos encontramos con las dificultades generales del género. A las mujeres les cuesta llevar a las organizaciones a niveles más avanzados”, remarca Julia Bearzi, directora ejecutiva de Endeavor.

Las barreras son diversas: “El obstáculo más grande es acceder a financiamiento, que haya fondos de capital de riesgo que inviertan en empresas lideradas por mujeres; también el hecho de que la carga del cuidado familiar siga recayendo más en ellas, y la falta de redes de contacto relevantes dentro del ecosistema emprendedor”.

las barreras internas: la autoconfianza, la dificultad de exponernos, el síndrome del impostor, asumir riesgos. Hacia afuera, desde las organizaciones, la formación de redes, de programas y de acompañamiento es clave", añade.

Gisela Veritier, inversora ángel y directora del Founder Institute y del Icdá (la escuela de negocios de la UCC), coincide en que el espíritu emprendedor es intrínseco a la condición femenina, pero hay dificultades en cómo se manifiesta a la hora de consolidar empresas.

“En emprendimientos de oportunidad, las exigencias son mayores y las barreras son más rígidas. A las mujeres les cuesta más dejar un proyecto laboral y asumen menos riesgos si no están cubiertas económicamente, porque tienen que cuidar de su familia. Es importante que el Estado y las organizaciones apoyen a que se animen, a reducir la incertidumbre para que no sea un salto al vacío”, subraya.

Natalia Bartolomei, directora de Adventure Club, acota que “en

familia que apoya en lo doméstico”.

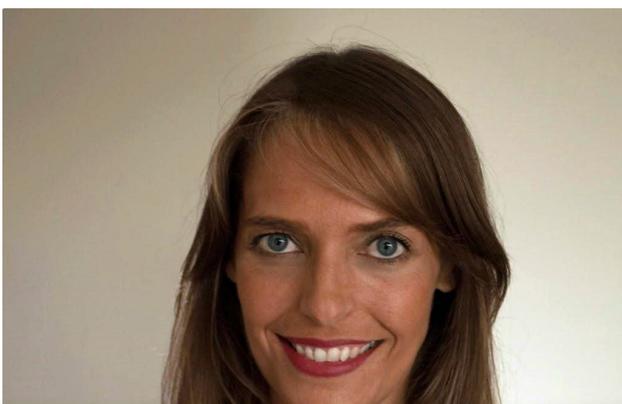
El rol del ejemplo

Un tema que todos los estudios resaltan es el papel del *rol model* (modelo de rol). Los ejemplos de mujeres que ya realizaron este camino son fundamentales para impulsar a que más de ellas lo sigan.

Silvia Aisa, responsable del Observatorio Emprendedor de la FCE, señala que “era muy relevante en las mujeres emprendedoras que muchas de ellas venían de familias emprendedoras”.

De todos modos, señala que “en los equipos hay alta participación de mujeres, pero muy pocas son las líderes del proyecto”.

En primera persona





Gisela Veritier (Icda y Founder Institute). *Las barreras para las mujeres deben ser tratadas en las agendas. Apoyar para que el camino de emprender no sea todo de incertidumbre y un salto al vacío para ellas.*



Silvia Aisa (Observatorio Emprendedor-FCE de la UNC). *En los equipos emprendedores hay mujeres, pero tienen menos exposición. Se necesitan más modelos para que las mujeres puedan seguir y se animen.*





Silvia Torres Carbonell (Centro Entrepreneurship-IAE). *Hay que ver la mirada femenina distinta como una ventaja, un aporte diferente. Promuevo los equipos mixtos, la complementariedad y la diversidad.*



Natalia Bartolomei (Addventure Angel Club & Academy). *En la inversión ángel, las mujeres son escasas: es de altísimo riesgo y hay que contar con un excedente económico que pocas de ellas manejan.*





Julia Bearzi (Endeavor Argentina). *Cuando una mujer emprende, logra que el proyecto trascienda y crezca, genera un impacto social y se transforma en un ejemplo para la comunidad, para la región, para el país.*



Carolina Costa (Alaya Capital Partners). *Es positivo que haya una apertura y que los fondos internacionales pongan el tema de género en agenda. Las organizaciones necesitan personas especialistas y comprometidas.*





Modelos. Consideran clave aumentar la visibilidad de mujeres que lideran empresas para contagiar. (Ramiro Pereyra/Archivo)

El acceso al capital emprendedor, una de las grandes barreras

El financiamiento es uno de los grandes limitantes para que cualquier emprendimiento pueda escalar y transformarse en una empresa que genere empleo y dinamice la actividad. En el caso de los proyectos liderados por mujeres, el panorama es más difícil aún.

En el trabajo WeGrow, que realizaron el Fomin y la consultora EY sobre emprendedoras en Latinoamérica, se enumera, entre otras cuestiones, que las mujeres, en general, comienzan su empresas con menor capital y eso limita su desempeño en términos de ingresos, de rentabilidad y de supervivencia; tienen además más aversión a solicitar y tomar préstamos.

últimos años que menos del 25 por ciento de las iniciativas que recibieron inversiones en Argentina tienen alguna mujer entre sus fundadores y sólo 10 por ciento tiene una CEO mujer.

Entre las razones sobre ese bajo acceso al capital, está, por un lado, la menor cantidad de mujeres que encaran proyectos escalables, pero también hay una barrera del otro lado, desde la escasa cantidad de inversoras.

El año pasado, en Córdoba se formó el club de inversores ángeles Addventure y, de los más de 30 socios fundadores, hubo una sola mujer. “El tema se puso en agenda y este año nos vamos a ocupar para hacer un plan con especialistas en género. Queremos incluir más inversoras, pero es algo que no se puede hacer de la noche a la mañana, lleva tiempo”, explica Natalia Bartolomei, directora ejecutiva de la organización.

En general, todos los fondos de capital emprendedor tienen escasa participación femenina. Según Arcap, en el país, el 20,9 por ciento

que la totalidad cuenta con algún varón. Entre los inversores ángeles argentinos, sólo cinco por ciento son mujeres.

Bartolomei señala dos limitaciones: por un lado, la menor aversión al riesgo femenina, cuando la inversión ángel es de altísimo riesgo. Pero, sobre todo, el capital disponible: “Para esto hay que tener un excedente económico. En general, el hombre es el que tiene y maneja mayor excedente, porque sus salarios son más altos. En muchos casos, los excedentes son por herencia y ahí también predomina la decisión de los hermanos varones”.

Arcap también menciona que “las principales barreras que encuentran las mujeres para iniciarse en la actividad ángel es su aversión al riesgo y menor cultura inversora o educación financiera, además de patrimonios más pequeños porque ocupan menos cargos directivos y reciben menores sueldos”.

Carolina Costa, coordinadora institucional de Alaya Capital

mujeres, porque puede haber dudas sobre su compromiso y sobre la posibilidad de escalar un negocio cuando tienen una familia, por ejemplo. “Además, hay cuestiones relacionadas con las redes de contacto; las mujeres van menos a estudiar al exterior, realizan menos posgrados presenciales y, en general, emprenden más con familiares”.

Pero destaca como un punto clave la generación de redes, como Mujeres Inversoras, Mujeres en Venture Capital. “Una de las formas de superar las brechas en el acceso al financiamiento es incorporar más mujeres inversoras ángeles”, remarca.

Una de ellas es Marta Cruz, cofundadora de NXTP, que creó un grupo de inversoras de Latinoamérica. Ella dice que “la única manera de que haya más mujeres en fondos de inversión es mostrar a las mujeres que ya lo hacen, que vean que son de carne y hueso, que lo pueden hacer, que hay diferentes modelos y caminos, que cuenten sus experiencias y que compartan con otras”.

En esta nota



EMPRENDEDORAS EMPRENDEDORES

DESARROLLO
EMPRENDEDOR

Agregá un comentario

Espacio de *marca*



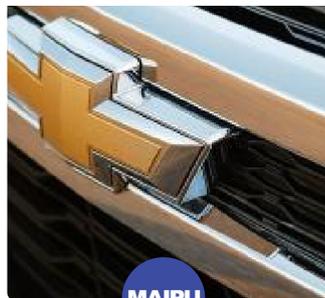
MAIPU

ESPACIO DE MARCA
Oportunidad para el sector agropecuario: pagá con granos tu 0km en Maipú
por MUNDO MAIPÚ



GRUPO EDISUR

ESPACIO DE MARCA
Steel frame: optar por una construcción más sustentable
por GRUPO EDISUR



MAIPU

ESPACIO DE MARCA
24 cuotas fijas a tasa 0%: financiación especial para adquirir un Chevrolet 0km
por MUNDO MAIPÚ



GRUPO EDISUR

ESPACIO DE MARCA
Vestidor abierto en la habitación de los niños: ¿Buena o mala idea?
por GRUPO EDISUR

PUBLICIDAD

NEGOCIOS • MERCADO AEROCOMERCIAL

Aerolíneas Argentinas reactiva más vuelos desde Córdoba

PUBLICIDAD