



Els valors de les emprenedores

A Catalunya, i en general a Espanya, hi ha un constant augment de creació d'empreses per part de les dones. Emprenen per necessitat: volen sortir de l'atur, busquen un equilibri entre la vida personal i la laboral, i es volen realitzar professionalment.

La Núria aixecava la persiana del seu cafè i botiga de productes ecològics mentre recordava com havia començat tot. Havia acabat farta d'enviar currículums i d'assistir a entrevistes laborals en les quals sempre li deien el mateix: «Ja li trucarem, senyora Castells, però el fet de tenir tres fills és un impediment». O bé: «Entengui que hi ha candidates més joves i amb més disponibilitat que vostè». ¿Per quin motiu preconcebia que no tenia disponibilitat, si sempre els prometia i explicava que ho tenia tot organitzat i que per a ella la feina era molt important? Però tot havia sigut inútil. Sí, tenia tres fills, però havia sigut executiva d'una multinacional i dominava perfectament tres idiomes, tenia un MBA i havia demostrat la seva eficiència en moltes ocasions.

¿Com podia ser, pensava la Núria mentre es preparava el primer cafè del matí, que hagués d'ocultar que tenia tres fills? Aquells fills que l'havien fet madurar i desenvolupar unes competències de gestió del temps, de paciència, d'intuïció, de diplomàcia i de gestió de les emocions que abans no tenia. Ella es trobava a si mateixa més valenta i més forta que abans de tenir-los. Així que, després de pensar-ho molt i de vèncer la resistència de la família, va decidir crear el seu propi negoci. Feia quatre anys que havia inaugurat la seva empresa.

La Núria és una de tantes dones (una tercera part de les professionals, segons un estudi recent de l'Observatori Dona Empresa i Economia de la

Cambrà de Comerç de Barcelona) que es veuen forçades a abandonar el lloc de treball per no poder conciliar. El món empresarial, creat i pensat en clau masculina, qualifica l'èxit segons la dedicació i el temps presencial; una disponibilitat absoluta és imprescindible per aconseguir l'èxit. Aquestes bases són antigues i antiquades i es basen en el cicle de vida masculí que no té rellotge biològic per ser pare. Si a aquestes exigències hi afegim una falta de coresponsabilitat dels companys i de la societat amb les tasques de la llar i la criança dels fills, és evident que les dones estan carregant amb tot el pes, fins i tot el de perdre la carrera professional.

Elles sempre pensen que quan els nens vagin a l'escola tornaran a treballar. Es diuen que és temporal. Però avui, igual que fa 20 anys quan vaig iniciar el moviment de dones emprenedores com a directora per a Espanya del programa *Re-travallar* de la Unió Europea, encara és molt di-

Només el 40% de les dones que volen emprendre se'n surten, però un cop fet, resisteixen més i tenen una menor taxa de fracàs

ficil tornar a treballar després d'una excedència. A les dones se les pressiona perquè tinguin fills, però una vegada n'han tingut, el mercat de treball les penalitza i la societat no se'n responsabilitza.

Des de fa dècades a Catalunya i en general a Espanya, hi ha un constant augment de creació d'empreses per part de les dones. Volen sortir de l'atur, busquen un equilibri entre la vida personal i la laboral, volen superar el sostre de vidre i realitzar-se professionalment. Els homes emprenen quan veuen una oportunitat de negoci i, sobretot, quan tenen un interès econòmic. Les dones emprenen per necessitat.

¿Com es mesura l'èxit?

Segons l'últim informe GEM (Informe GEM Espanya 2013), les dones representen el 45% de les persones que volen emprendre. Només ho aconsegueixen el 40%, però una vegada ho han fet, elles resisteixen més i tenen una taxa més baixa de fracàs. S'ha d'apuntar que les dones fan un balanç diferent de l'èxit del negoci, no pensen únicament en el benefici econòmic, sinó en un equilibri sostenible entre la part econòmica, social i la conciliació. En aquest sentit, aposten pel món local i sostenible, i gairebé mai per negocis especulatius.

Les dones són més prudentes i donen moltes voltes a les coses abans d'actuar. Normalment, quan un home crea una empresa obté el suport de la seva companya i, fins i tot, de la família. A elles els resulta, en canvi, més difícil obtenir el suport de l'entorn familiar, sobretot quan tenen fills. Les dones tenen més aversió al risc, però sobretot tenen en compte la compatibilitat amb la família.

La segregació horitzontal que hi ha en el mercat de treball existeix en l'emprenedoria femenina. Elles provenen, la gran majoria, de carreres i formacions relacionades amb les lletres, les humanitats, les ciències de la salut, de l'educació o de la comunicació i creen empreses en el sector dels serveis a les organitzacions, a les persones i el sector del comerç. El 60% dels negocis de petit comerç local els creen dones i dirigeixen el 70% dels comerços de l'àrea metropolitana (segons els estudis de l'Observatori Dona Empresa i Economia).

La segregació vertical que es constata en totes les organitzacions, com en la societat en general, també s'aprecia en el món empresarial. Elles representen gairebé el 70% del comerç, però en tots els gremis, patronals i associacions del comerç, la gran majoria són homes. Passa el mateix en les patronals i les associacions empresarials: la presència de les dones és tan sols del 5% o del 10% en els llocs de decisió econòmica i empresarial.

Hem de tenir en compte que és en aquestes organitzacions on circula la informació privilegiada, on hi ha la visibilitat, l'accés a l'administració pública i, per tant, els contactes necessaris i, de vegades, imprescindibles per col·locar-se en el mercat.

Obstacles a salvar

Tal com ja vaig exposar el 1998, «l'emprenedoria per part de les dones té uns obstacles importants a salvar: formació empresarial, accés al finançament (malgrat que la creació dels microcrèdits per a emprenedores ha sigut un gran avenç), accés als llocs de decisió i xarxes empresarials, visibilitat, una societat més responsable amb els treballs d'atenció i més conciliadora, més serveis i uns horaris europeus» (*Mujer emprendedora: Claves para crear y dirigir empresas excelentes*, Gestión 2000, Barcelona, 1998).

A més a més d'aquests reptes com a societat, ara se n'hi ha d'afegir un més: les dones han d'estar presents en el món de les empreses tecnològiques, que són les de més valor econòmic, social i de futur.

Anna
MERCADÉ



Directora de l'Observatori Dona, Empresa i Economia de la Cambra de Comerç de Barcelona.

Pedagoga, màster en Formació de Formadors, creadora dels primers microcrèdits per a dones emprenedores.