

El emprendimiento femenino, la asignatura pendiente de la universidad - El Economista - 18/03/2015

El emprendimiento femenino, la asignatura pendiente de la universidad

Las mujeres tienen menor presencia que los hombres en carreras técnicas y de ciencias, por lo que están menos preparadas para montar una empresa o 'startup', en su mayoría de base tecnológica

P. G. N. MADRID.

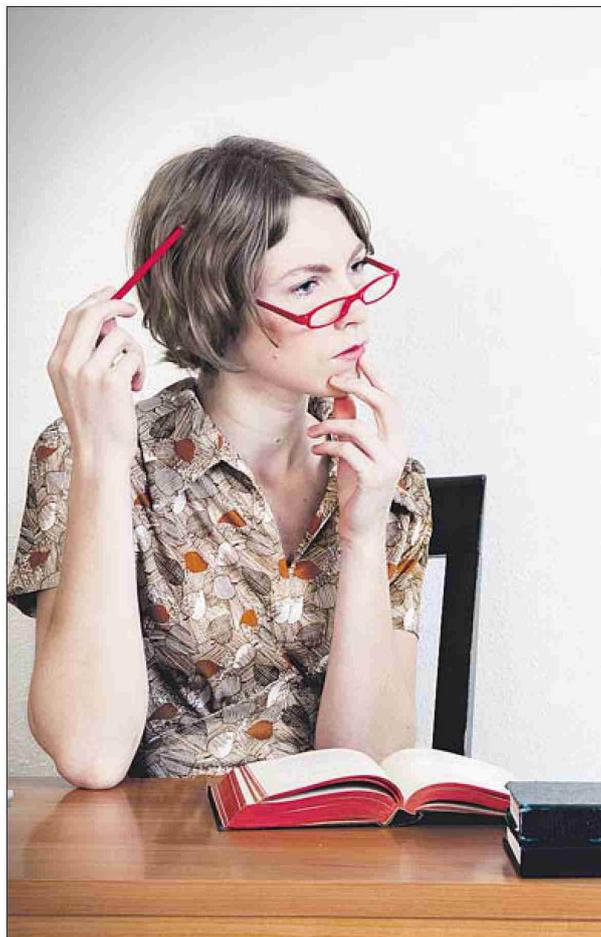
A pesar del incremento de los últimos años, el porcentaje de mujeres emprendedoras sigue siendo significativamente menor que el de hombres, según el informe *Mujeres Emprendedoras en la Universidad Iberoamericana: casi todo por hacer*, editado por RedEmprendia con el respaldo de Banco Santander, a través de Santander Universidades.

El informe también destaca que las mujeres españolas han incrementado la diversidad en las carreras que eligen, si bien sólo el 9,2 por ciento está en carreras técnicas y el 5,3 por ciento en carreras de ciencias. No sólo se destaca una menor presencia femenina en carreras técnicas (las mujeres apenas representan el 30 por ciento de los alumnos del área de ingeniería) sino también una menor tasa de éxito en la finalización de sus tesis doctorales ("lastres vocacionales").

Emprender en Psicología

La participación de la mujer en el emprendimiento de origen universitario tiende a disminuir a medida que se avanza en el proceso de emprender. Así, según indica el estudio, sólo un 14 por ciento de las empresas analizadas cuenta con mujeres entre sus promotores. Las mujeres suelen emprender mucho más en los ámbitos como la psicología o la sociología.

El perfil de la mujer que emprende es joven, con formación superior y baja experiencia internacional. Entre los factores que condicionan el emprendimiento femenino destacan la mayor aversión al riesgo, menor disponibilidad de capital, la existencia de estereotipos y la falta de referentes visibles para las mujeres. Aún se siguen poniendo etiquetas según una persona estudie una ca-



ISTOCK

**PRÁCTICAMENTE
NO HAY MUJERES
CREANDO TECNOLOGÍA,
A PESAR DE QUE SON LAS
QUE MÁS LA CONSUMEN**

rrera u otra, es decir, la sociedad continúa pensando que las mujeres deberían estudiar ramas que son propias para ellas.

El estudio muestra que en casi un millar de empresas egresadas de las universidades de RedEmprendia (red universitaria iberoamericana),

la presencia femenina es reducida en la totalidad de los sectores de actividad analizados. Destaca especialmente la escasa participación de la mujer en el sector tecnológico, al que se asocian muchas de las empresas de origen universitario.

Según Carolina Arce, fundadora de la plataforma Smartkidi (plataforma que enseña a las madres y padres a estimular a su descendencia de 0 a 4 años mediante videos) y ganadora del programa One Billion Women Impact 2014, "las mujeres hoy son las mayores consumidoras de tecnología, sin embargo, no están considerando la opción de estudiar carreras de base tecnológica. Prácticamente no hay mujeres creando tecnología. ¿Cuántos productos o nuevos servicios se está perdiendo el mundo?"

Las mujeres abandonan

El estudio muestra cómo la participación de la mujer a la hora de emprender es menor cuando la fase del proceso está más avanzada. Es decir, en la primera fase, que se centra en la capacitación emprendedora, las mujeres representan algo menos del 42 por ciento, sin embargo, en la etapa de asistencia técnica, previa a la constitución de la pyme, ellas son el 34 por ciento. Por su parte, en la última fase de creación, las féminas representan el 28 por ciento. El informe confirma que esto se debe a que las mujeres se han incorporado más tarde al fenómeno del emprendimiento y porque desisten antes de materializar su proyecto en negocio.

Por otra parte, RedEmprendia ha creado M3, Mujeres que Mueven el Mundo, un conjunto de iniciativas para impulsar el emprendimiento femenino universitario en Iberoamérica, desde la concepción de la idea hasta su consolidación e internacionalización.