

La UMH radiografía a las emprendedoras: más formadas y con miedo al fracaso

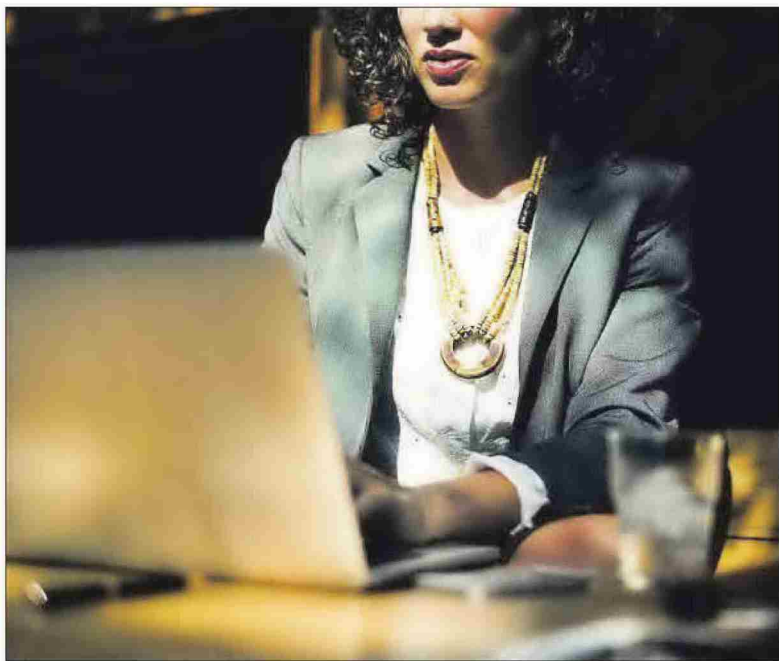
► El estudio pone de relieve que el principal freno para que las mujeres emprendan sigue siendo la falta de conciliación de la vida familiar y profesional ► Las normas culturales y sociales inculcadas les llevan a tener poca confianza en sí mismas

RUBÉN MÍGUEZ

■ Si bien hay más estímulos y apoyos para que las mujeres emprendan que hace tres años, sigue habiendo una brecha con los hombres que, de momento, no se salva. Así lo señala un estudio de la Universidad Miguel Hernández (UMH) de Elche. En este trabajo, realizado desde 2019 hasta 2021, se han encuestado a 3.000 personas, junto con entrevistas a un panel de 30 emprendedoras y agentes del ecosistema emprendedor. Los resultados ponen de manifiesto que el porcentaje de participación de las mujeres de la Comunidad Valenciana en el proceso emprendedor está actualmente en unos dos puntos menos que la de los hombres.

El estudio «Actividad emprendedora de las mujeres de la Comunidad Valenciana», que han dirigido los profesores del Departamento de Estudios Económicos y Financieros de la UMH María José Alarcón e Ignacio Mira, radiografía a la mujer emprendedora. Los resultados ponen de relieve que cuentan con más estudios superiores, están más formadas que los hombres. Sin embargo, son menos ambiciosas y que menor autoeficacia, es decir, menos confianza en sí mismas que los varones y mayor miedo al fracaso. Las normas culturales y sociales inculcadas les llevan a tener menor tolerancia al riesgo al tener poca confianza en sí mismas.

Entre los resultados de la investigación destaca, también, una tendencia de reducción de diferencias en los porcentajes de emprendimiento por sexo a lo largo de los últimos años, con la excepción de 2020, ya que en pandemia esta diferencia se incrementó a 3,8 puntos. El estudio detecta que las mujeres de la Comunidad Valenciana emprenden principalmente por necesidad, al igual que ocurre en el caso de los



Una mujer emprendedora frente a su ordenador

UNSPPLASH

hombres, si bien ellas lo hacen en un porcentaje mayor (85% frente al 76%). Además, las mujeres emprenden más en solitario, sus iniciativas son de menor tamaño, se orientan más al sector servicios y consumo, recurren menos al desarrollo de innovaciones y cuentan con una menor orientación exportadora.

La percepción de oportunidades de negocio por parte de las mujeres es menor en todo el período analizado y el miedo al fracaso es otra de las características clave que marcan la diferencia a la hora de emprender. En el 58% de las mujeres de la Comu-

nidad Valenciana ese miedo sería un freno para iniciar un negocio, mientras que, en el caso de los hombres, este dato se sitúa en el 51%.

El estudio, en el que también han

El porcentaje de emprendimiento por parte de las féminas está dos puntos por debajo al de hombres

participado otros docentes de la UMH como María Cinta Gisbert, Marina Estrada de la Cruz, Jesús Martínez y José María Gómez, pone de relieve que el principal freno para que las féminas emprendan sigue siendo la falta de conciliación de la vida familiar y profesional. También, una menor autoevaluación de su capacidad para emprender constituye un hándicap al emprendimiento femenino. En cuanto a las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana, el panel experto entrevistado considera que, en general, las normas sociales y cultu-

rales apoyan más a los hombres que a las mujeres, en cuanto que promueven en ellos, una mayor asunción de riesgos, autosuficiencia, autonomía e iniciativa personal. Los encuestados reconocen, también, que en los últimos años se han reforzado los estímulos y apoyos para que las mujeres emprendan y éstas están mejor valoradas por la sociedad.

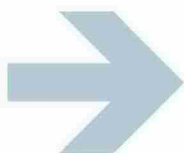
Recomendaciones

El grupo experto considera que el principal factor de impulso a la creación de empresas por parte de las mujeres lo constituye contar con la financiación necesaria y unas ayudas públicas que incentiven el emprendimiento femenino. Así, para evitar que perciban que tienen más dificultades para iniciar un negocio y se evite el miedo al fracaso, propone diseñar medidas tendentes a promover el empoderamiento de las mujeres, así como reducir la burocracia y facilitar la formación y el asesoramiento en materia de creación de empresas.

El ámbito educativo es otra de las claves desde las que trabajar, desplegando políticas que promuevan la actividad emprendedora como opción de empleo y desarrollo profesional de las mujeres en igualdad de condiciones con los hombres. El estudio también refleja que sería importante promover, en el seno de las empresas creadas por mujeres, el uso de las nuevas tecnologías y la innovación.

Los expertos piden avanzar en las medidas que permitan compatibilizar todas las esferas de la vida, la familiar, la personal y la profesional y apostar por la corresponsabilidad mujer-hombre, en igualdad de condiciones y responsabilidades en el ámbito privado, lo que consideran «imprescindible» para lograr una igualdad real en el ámbito público.

LAS CLAVES



1

CONCILIACIÓN El mayor hándicap

► Los expertos piden avanzar en las medidas que permitan compatibilizar todas las esferas de la vida, la familiar, la personal y la profesional y apostar por la corresponsabilidad mujer-hombre, en igualdad de condiciones y responsabilidades en el ámbito privado

2

EDUCACIÓN Más estudios superiores

► Las mujeres valencianas emprenden, principalmente, por necesidad. Su edad promedio es menor que los hombres, y su nivel educativo es mayor. Se concentran en mayor porcentaje en el nivel de educación superior, mientras los hombres lo hacen en educación secundaria

3

SECTORES Más orientadas a servicios

► Las mujeres emprenden, en mayor medida, en solitario. Se orientan más al sector servicios y al de consumo. El principal factor de impulso a la creación de empresas lo constituye contar con la financiación necesaria y ayudas públicas que incentiven su empoderamiento

4

NORMAS SOCIALES Más apoyo a los hombres

► Las normas sociales y culturales apoyan más a los hombres que a las mujeres, en cuanto que promueven en ellos, en mayor medida, la asunción de riesgos, la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal. La menor autoeficacia en las mujeres les frena a emprender

5

INNOVACIÓN Impulso al desarrollo

► Dado que las iniciativas de las mujeres se concentran, fundamentalmente, en el sector servicios, recurren menos al desarrollo de innovaciones y tienen una menor orientación exportadora. Es necesario consolidar, diversificar y modernizar las iniciativas que lideren