

NEGOCIOS & INNOVACIÓN **START-UP** | Tema de portada

# Emprender en el ecosistema start-up, en femenino y con éxito

En España solo el 33% de las 'start-ups' están lideradas por una mujer, una cifra mayor que en el ecosistema global, donde el porcentaje es del 18%

Pilar Maurell

**E**n España, un tercio de las *start-ups* españolas tiene a una mujer como CEO o co-fundadora; mientras que en el ecosistema global, el porcentaje se reduce al 18%, según los datos del portal especializado *startupsxplore.com*. Hemos hablado con tres mujeres emprendedoras que han creado su *start-up*.

Estel Mallorquí es fundadora y directora de biWel, una empresa que diseña e implanta programas integrales de promoción y prevención de la salud, bienestar y calidad de vida para personas que trabajan en organizaciones. Considera que existen las mismas oportunidades en el ecosistema para hombres y mujeres porque las tienen “todas aquellas personas que tengan una idea, quieran presentarla y deban moverse para buscar quienes le puedan dar apoyo. La otra cuestión es si realmente la sociedad, que es muy patriarcal, nos toma en serio igual que a un hombre. Aquí tengo mis dudas”.

Mallorquí, que asegura recibir más currículos de hombres que de mujeres, “y es algo que me sorprende negativamente”, cree que

Los motivos por los que hay menos mujeres liderando 'start-ups' que hombres son variados, lo cierto es que sigue sin haber paridad en las carreras técnicas y existe un factor cultural que muchas veces limita.

uno de los motivos por los que todavía haya tan pocas mujeres liderando *start-ups* es cultural: “Pienso que aún está mal visto que seamos emprendedoras, que tengamos una actitud más proactiva, de buscar, de investigar, de ser pioneras. Nos han educado en la máxima de que las mujeres tienen que tener hijos entre los 27 y los 35 años, y si no van tarde. Este reotipos como este hacen reflexionar”.

## SIN MIEDO

Desde su experiencia, Mallorquí recomienda a las mujeres que quieran emprender “que no tengan miedo, que analicen mucho y hablen con mucha gente que haya emprendido. También que expliquen su idea sin miedo a que se la copien, porque para que tenga éxito la deberán ejecutar igual o mejor que ellas. No es solo la idea que triunfa sino la ejecución y la gente con quien te rodeas”.

Eva Tomás es la fundadora y CEO de Manzaning, una aplicación móvil para comprar en tiendas de barrio, con sede en Barcelona Activa. Sobre la igualdad de oportunidades apunta a la realidad. “Hay más hombres que mujeres de manera que alguna coyuntura habrá detrás. No sé si porque es un sector muy tecnológico o porque el perfil de riesgo de las *start-ups*

## Mejores rendimientos pero lastradas por los estereotipos

Según un estudio del banco sueco Nordea Bank sobre 11.000 empresas cotizadas de todo el mundo, aquellas dirigidas por mujeres ganan más en Bolsa que las llevadas por hombres. Desde 2009, las empresas que tenían a mujeres en los puestos de máxima responsabilidad o al frente del consejo de administración obtuvieron mejores rendimientos que el índice MSCI World –que replica 1.600 grandes empresas de 23 países-, según recoge Bloomberg. En este periodo han logrado un rendimiento del 25% de media anual, más del doble que el 11% del MSCI World.

Para Merche Aranda, directora del Máster Desarrollo Directivo, Inteligencia Emocional y Coaching de EAE, “el valor de la seguridad, de la predictibilidad, la capacidad de proyectarse a largo plazo son los

valores diferenciales”. Porque en su opinión, “el liderazgo femenino siempre ha estado ahí. Ciertamente es que siempre ha sido silencioso y pausado aunque desarrollado con la determinación de quien tiene la capacidad de enfocar la resolución de los problemas con la perspectiva de un lejano horizonte y no con la ansiedad del corto plazo”. Por otra parte, los estereotipos de género, el impacto y el coste de las bajas por maternidad o la “falta de agresividad” de las mujeres a la hora de perseguir los objetivos profesionales son las principales barreras a la llegada de la mujer a puestos de responsabilidad, según el estudio internacional de la consultora Price Waterhouse Coopers, que ha encuestado a ejecutivos de 70 países que representan a 328 empresas (50 de ellas españolas) y casi 4.800 profesionales.



resulta menos atractivo para las mujeres”. Sin embargo, Tomás cree que “ahora hay mucha más gente que se lanza a emprender que hace unos años, socialmente y profesionalmente está mejor visto, y las empresas valoran estos perfiles. Aún así ves que hay un mayor crecimiento en el número de hombres emprendedores y el efecto no es igual en las mujeres”.

Como Mallorquí, esta emprendedora reconoce que “arrancar un proyecto requiere mucho tiempo y dedicación, y aquí quizás haya una dificultad de conciliación importante que entiendo que, cuando eres mujer, tienes en cuenta”. Respecto a su vivencia personal, con inversores, por ejemplo, “nunca he tenido un *feedback* directo negativo por ser mujer pero sí que me he preguntado hasta qué punto influye. Los inversores que tengo ahora son gente que me conoce mucho, que ha confiado en el proyecto, en mí y en mi trayectoria. Más allá de eso sí que se plantea la pregunta de la dedicación, cuál y el plazo, y los inversores pueden considerar que un hombre es una apuesta más segura”.

A pesar de ello, “invitaría a más mujeres a hacer este paso y a arriesgarse. Se habla del techo de cristal y muchas veces somos nosotras las que lo ponemos, las que pensamos que hay cosas que no podemos hacer. Hay retos cada día, como qué tipo de gestión queremos hacer con el equipo, reflexionamos mucho sobre cómo nos ven... Pero lo cierto es que las



mujeres tenemos una capacidad de empatía bestial, que es muy buena a la hora de gestionar equipos”.

#### CUESTIÓN CULTURAL

Laura Blanco es fundadora de Anufra, una ingeniería y consultoría especializada en temas relacionados con las aguas o los terrenos. Acaba de empezar un doctorado industrial “y cuesta ver a mujeres”. Sobre el hecho de que haya más hombres que mujeres en el sector se pregunta “si tiene que ver con la vocación técnica o con algo más cultural. Normalmente

un perfil masculino tiende a algo más técnico, manipulable, que uno femenino, pero creo que en parte es inducido. Pienso que hay muchas chicas que creen que no podrán desarrollar las profesiones más técnicas y no es verdad.

“Para mí nunca ha sido una limitación ser mujer y en cuanto a las *start-ups* creo que cada vez hay más. Organizativamente son muy buenas, muy resolutivas y a mí siempre me han gustados los equipos plurales”, afirma Blanco que recomienda “tener predisposición y ganas. Porque el esquema habitual es el que tu quieras no el que hay”.

## Los proyectos

**biWel.** Estel Mallorquí inició su proyecto en 2012 con 25 años, en plena crisis y con una idea muy revolucionaria en un mundo, el de la salud laboral y los recursos humanos, a veces demasiado arcaico. “Las crisis son positivas porque ha habido un cambio de valores y de perspectiva, y muchas de las empresas más innovadoras se dan cuenta de que cuidar a sus trabajadores les reporta muchos beneficios sociales y económicos. Cuando lo explicaba en 2012 me decían que esto no llegaría nunca a España o que lo haría dentro de muchos años”, recuerda Mallorquí. Y es que desde biWel crean programas con actividades físicas, menús saludables o prácticas de *midfundless*. Ya han ganado un premio Injuve del ministerio de Sanidad, acaban de crear una plataforma e-health que ayuda a centralizar y gestionar todo el proyecto de empresa saludable y el año próximo quieren internacionalizarse hacia Latinoamérica.

**Manzaning.** Eva Tomàs trabajaba en Tordera y vivía en Barcelona, “cuando llegaba a casa estaba todo cerrado, o tenía que hacer la compra el sábado por la mañana. Busqué qué alternativas había para comprar online en las tiendas de barrio de siempre y no las había. Así empezamos a desarrollar Manzaning, también para dar una solución digital a este pequeño comercio que, por el hecho de no estar digitalizado, está perdiendo competitividad”. Su solución permite hacer la compra online y chatear con el tendero. En su app ya hay 400 tiendas y han cerrado un acuerdo con los mercados de Sant Gervasi y de Lesseps, en Barcelona. En los próximos meses “queremos lanzar la web transaccional, seguir creciendo en número de tiendas y ampliar nuestro abanico de servicios a los comercios para que Manzaning se convierta en su partner digital”.

**Anufra.** Es una consultoría que estudia temas relacionados con las aguas o los terrenos, que fundó Laura Blanco con un socio hace diez años. “Pasamos por toda la crisis pero en este momento estamos en crecimiento”, explica. “Sabemos que damos un valor cualitativo muy bueno y nos está saliendo bien. Nuestra idea es crecer y ya tenemos una serie de estrategias claras”. No han querido pasar por aceleradoras ni incubadoras porque tienen muy claro que el valor añadido de su producto es la calidad que ofrecen y no se pueden permitir crecimientos rápidos. Su intención en el futuro es definir un 'software' y comercializarlo.

PER EXPERIÈNCIA, PER PRESTIGI, PEL SEU JUST VALOR

GRAU  
POSTGRAU

ESTUDIANT AVUI.  
PROFESSIONAL SEMPRE.

TÍTOLS  
UNIVERSITARIS

30+ YEARS TRAINING  
MBAs

MÀSTER  
POSTGRAU

ECONOMIA  
DIGITAL ICEMD

MADRID  
BARCELONA  
VALÈNCIA  
SEVILLA  
SARAGOSSA  
MÀLAGA  
GALICIA  
PAMPLONA  
BILBAO  
GRANADA  
CURITIBA  
BRUSQUE

ESIC BARCELONA  
CAMPUS POSTGRAU C/ Maria Cubi, 124  
CAMPUS UNIVERSITARI Passeig Santa Eulàlia, 2  
info.barcelona@esic.edu | 93 414 44 44

www.esic.edu/barcelona

ESIC  
BUSINESS & MARKETING SCHOOL  
Impulsem els teus reptes.

EMPRESA  
MÀRQUETING  
ECONOMIA DIGITAL

+50  
ANYS

Innovant i formant professionals  
globals per l'empresa i el màrqueting.  
Fomentant l'emprenedoria i  
l'economia digital.