



NEGOCIOS EN FEMENINO

LA MUJER, MOTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO

Pese a la menor presencia de féminas en sectores como la tecnología o la agricultura, cada vez más mujeres emprenden en estos ámbitos con resultados que generan beneficio económico e impacto positivo en el entorno

ANA BELÉN RAMOS

El campo, la tecnología, la ciencia, la informática... algunos campos han sido históricamente cotos económicos reservados casi en exclusiva al hombre, pero también esto está empezando a cambiar. Cada vez más mujeres se ponen al frente de proyectos innovadores que empiezan a ser reconocidos por tener un sello propio y por ser un motor de desarrollo económico de las zonas en las que se instalan.

Es el caso de Andrea Barber, la joven emprendedora detrás de Rated Power, una *start up* española dedicada al diseño y producción de ingeniería para plantas fotovoltaicas. Barber ha sabido hacerse un hueco en el sector tecnológico, donde sólo uno de cada cuatro puestos están ocupados por una mujer y donde, además, «tenemos menos que decir que los hombres, ya que son ramas predominantemente masculinas», comenta.

Este factor, más que un freno, supone para muchas un revulsivo, una oportunidad para demostrar que hay caminos para explorar. Con ese espíritu lanzaron su aventura Marta Plana y Lucía Iborra. La primera es la cofundadora de Digital Origin,

una empresa de servicios financieros *online*, y la segunda preside Visual Nacert, una plataforma que permite que los agricultores dispongan de información relevante para aumentar la productividad y sostenibilidad de sus cultivos.

Ambas viajaron esta semana junto a Barber al Global Entrepreneurship Summit, un acto organizado por el Gobierno de Estados Unidos en la India para estrechar lazos económicos entre empresarios de todo el mundo.

El *networking* es uno de los puntos fuertes del liderazgo masculino, frente a la capacidad de planificación y de crear equipos que se atribuye a las mujeres en cargos de dirección.

La colaboración y la creación de redes profesionales para compartir conocimientos, experiencias y recursos son algunos de los rasgos que representan a las nuevas generaciones de mujeres empresarias. Su objetivo no busca solo obtener el mayor beneficio económico posible, sino también aportar valores y actitudes que generen un impacto positivo y duradero en sus respectivos entornos.

No es casual que el medio rural sea una de las áreas donde más están aumentando los proyectos con sello



Una mujer durante una jornada de trabajo en el campo. GUSTAVO RAMIREZ

femenino. Susana Gordo es un ejemplo de este compromiso con la evolución y la sostenibilidad de un ámbito asociado tradicionalmente a los hombres. Gordo es la cara visible de Masía Ana, un proyecto de agricultura ecológica que busca poner al alcance de todos verduras y hortalizas «con un sabor auténtico», tal y como reza en su página web.

Su apuesta por un trato directo y cercano con los consumidores, su preferencia por las variedades locales de la huerta valenciana que los acoge y su compromiso con la necesidad de concienciar a los clientes de un consumo sano y responsable les valió en 2016 el premio Excelencia a la Innovación para Mujeres Rurales.

Gordo es un exponente de que el emprendimiento agrario es cada vez más importante para la mujer. De hecho, un 54% de las personas que quieren comenzar un negocio en el sector rural son féminas, según datos del Instituto de la Mujer, organismo que ha creado una plataforma *online* para que las empresarias puedan promocionar y vender sus productos como parte del proyecto *Desafío Mujer Rural*. Aunque muchas deciden lanzarse en solitario, otras prefieren rodearse de compañeras

con intereses e inquietudes comunes y optan por las cooperativas.

Este fue el modelo elegido por Sájies, una empresa de trabajo asociado formada exclusivamente por mujeres y dedicada a la confección de ropa y otros artículos textiles. Con más de 30 años de experiencia en el sector, llegaron a superar la treintena en los mejores años del negocio, aunque la crisis las obligó a reducir sus puestos.

Ubicada en San Pablo de Buceite (Cádiz), es uno de los estándares del empleo de mujeres en la zona rural de Campo de Gibraltar y hacen bandera de ello.

Numerosos informes ratifican que las empresas encabezadas por directivas obtienen mayores rentabilidades. «Hay estudios que apuntan a un incremento del beneficio neto del 6% en las que apuestan por el liderazgo femenino, otros que señalan un aumento en el valor de las compañías del 60% cuando entre los fundadores hay al menos una mujer», resalta Marian Fernández, responsable de Macro de Andbank España. Desde el punto de vista cualitativo, «facilitamos la escucha, lo que genera buen ambiente y menor conflictividad laboral», añade.

LOS NEGOCIOS

LIDERADOS POR

MUJERES SON

MÁS RENTABLES

QUE LOS

ENCABEZADOS

POR HOMBRES

Preparados desde ayer

18 años por delante de la regulación, certificando a los mejores asesores financieros.

