

La mujer emprendedora: identidad profesional y factores culturales de género

Female entrepreneurs: professional identity and cultural gender factors

CARMEN SABATER FERNÁNDEZ

Universidad de La Rioja

Departamento de Ciencias Humanas

Recibido: 18/01/2018

Aceptado: 07/05/2018

doi: <https://doi.org/10.20318/femeris.2018.4320>

Resumen. En el presente artículo se analiza la identidad de la mujer emprendedora marcada por factores culturales como la conciliación de la vida familiar y laboral y la adscripción de factores psicológicos y de personalidad basados en rasgos expresivo comunales. Se destaca la diferencia cultural que sigue asignando a la mujer las principales tareas de cuidado doméstico y la proyección vital del emprendimiento femenino más orientado a compatibilizar los ámbitos personales y profesionales. Mediante un trabajo de campo basado en entrevistas en profundidad con 10 expertos y 20 mujeres emprendedoras de la Comunidad Autónoma de La Rioja, se demuestra cómo las propias mujeres exteriorizan el proceso del emprendimiento con rasgos comunes, más allá de las limitaciones, desde una perspectiva sintética de su rol de "persona" que busca su realización y gestiona su tiempo entre sus diferentes facetas vitales.

Palabras clave: emprendimiento, mujer emprendedora, identidad femenina, sexismo, género.

Abstract. This article analyses the identity of female entrepreneurs marked by cultural factors such as balancing work and family life as well as psychological and personality factors based on common expressive features. There is still a great cultural difference that continues to appoint women as responsible for the main tasks of home care and the vital projection of female entrepreneurship more oriented to combine personal and professional fields. This fieldwork based on in-depth interviews with 10 experts and 20 women entrepreneurs from the region of La Rioja demonstrates how women themselves externalize the process of entrepreneurship with common features, far beyond limits, from a synthetic perspective of their role as "individuals" looking for personal fulfilment and managing their own time in their different life aspects.

Keywords: entrepreneurship, female entrepreneurs, female identity, sexism, gender.

* carmen.sabater@unirioja.es

1. La identidad de la mujer emprendedora

Siguiendo a Álvarez *et al.* (2013: 428), el *Informe Global 2010 del GEM* (Kelley *et al.*, 2011) pone de manifiesto que la actividad emprendedora depende del género, siendo mayor la tasa de actividad masculina. Estas tendencias persisten en el *Informe GEM España 2015* pero las diferencias van disminuyendo gradualmente (Asociación Red GEM España, 2016: 33). No obstante, estas distancias de participación en la actividad empresarial pueden tener relación con dificultades y obstáculos específicos de las mujeres (Minniti y Arenius, 2003). Partiendo de una distribución igualitaria de las habilidades empresariales en el conjunto de la población, Alsos y Ljunggren (1988) mostraron que la reducida presencia de las mujeres se debía a la existencia de barreras sociales vinculadas a los roles atribuidos y desempeñados por la mujer y a los prejuicios y estereotipos de sus capacidades y habilidades para el desempeño de ciertas actividades profesionales (Kantor, 2002).

Las identidades colectivas constituyen espacios socio-psicológicos de pertenencia que implican la existencia de características o elementos comunes que identifican y diferencian a un grupo de individuos de otros, una conciencia colectiva, sentido colectivo o representación compartida entre los miembros de tales agrupaciones, de que esos elementos o características los distinguen y diferencian. Estas identidades se expresan como un sentimiento de pertenencia a la agrupación social y el conocimiento de dicha pertenencia junto a su significado valorativo y emocional (De la Torre, 2001 cit. en Virgilí, 2011: 102).

El contenido del imaginario social de la mujer empresaria gira en torno a la compatibilidad con el doble trabajo doméstico y extradoméstico, que supone un gran sacrificio porque implica la sobrecarga de funciones. En el trabajo doméstico se llevan a cabo una serie de tareas vinculadas al mantenimiento y reproducción de los miembros de la unidad doméstica que se realiza sin remuneración dentro del hogar. En el trabajo extra-doméstico se realizan tareas vinculadas con el mercado (Jelin y Feijoo, 1980: 8). Por el hecho de que el trabajo doméstico es desempeñado generalmente por las mujeres, se llega a confundir el papel de madre y esposa con el de responsabilidad exclusiva del trabajo doméstico para ella (Pedrero, 2002). Jelin y Feijoo (1980: 80-81) denuncian la imposibilidad que tienen las mujeres de escoger entre realizar o no un trabajo doméstico, pues: “hay un compromiso ideológico previo a la domesticidad, con la “naturalidad” e inevitabilidad del rol doméstico de la mujer. Este compromiso cierra la posibilidad del cuestionamiento de esta forma de división sexual del trabajo.”

La perspectiva esencialista es una herramienta para ocultar que la asignación del rol doméstico a la mujer es una construcción cultural y no se produce por designios naturales. De esta forma, podemos visibilizar las múltiples dinámicas de discriminación que las mujeres han sufrido en las sociedades patriarcales: en primer lugar, por el hecho de que se las ha destinado a cumplir su ciclo de vida en función de lo familiar. En segundo lugar, por haber catalogado el trabajo doméstico como trabajo secundario, sin haber recibido remuneración por él, lo que ha creado la dependencia económica de la mujer y su subordinación a los que tienen poder económico. En tercer lugar, por haberlas excluido sistemáticamente de lo público, de lo académico, de lo político, de lo cultural, etc., y haberles

negado un tipo de trabajo en donde se podían asumir mayores responsabilidades sociales; por haberlas subpagado, o por negarles un contrato por posibilidades de embarazo (Freie Universität Berlin, 2018).

En la economía de mercado, se busca transformar toda actividad humana en mercancía. De hecho, se ha producido una entrada paulatina de servicios de carácter doméstico a la esfera productiva. Este hecho representa que las necesidades de la casa que, antes se desarrollaban por los propios miembros del hogar, como la preparación de alimentos, la producción de ropa y toda clase de servicios de mantenimiento de la vivienda, se trasladan paulatinamente al mercado ya que pueden ser realizados por terceros que son contratados para tal fin. Por lo tanto, queda pendiente la cuestión de cómo resolver el problema de la invisibilidad del trabajo doméstico no remunerado, una vez salvado el concepto de económico. Por una parte, es necesario ampliar el nuevo marco conceptual que considera el trabajo que se materializa en productos; mientras que, por otra parte, falta ver de qué manera se pueden considerar todos los servicios que se podrían obtener por el trabajo de una tercera persona con el mismo resultado, sea por pago, intercambio o compra en el mercado; servicios que, actualmente, al realizarse por un miembro del hogar no se valoran. La contribución del trabajo doméstico al bienestar de la familia es un hecho difícil de negar pero no ha sido reconocido a través de información estadística, al no contabilizarse ni el número de personas que lo realizan, ni el tiempo dedicado, ni la riqueza que éstas generan (Pedrero, 2002).

Desde la perspectiva feminista, se defiende “lo doméstico” dentro de la categoría de trabajo como respuesta a la reivindicación doméstica que impulsa la crítica feminista de los años 80. Las feministas establecen dos críticas centrales: la invisibilidad social de las mujeres en el trabajo doméstico no valorizado y oculto a la mirada pública y la división entre la esfera privada (lo doméstico) como lugar de las mujeres y la esfera pública como lugar de los hombres (Jelin, 2002: 190-191). Esta división genera problemáticas que pueden producir el aislamiento social, conduciendo a naturalizar dinámicas como la violencia de género.

La creciente participación de la mujer en la actividad económica puede llevar a dos situaciones familiares opuestas. Por un lado, puede incidir en la transformación de las relaciones entre hombres y mujeres, posibilitando nuevas pautas de convivencia y creando espacios para la democratización de dichas relaciones, incrementando el trabajo doméstico compartido y propiciando un nuevo balance entre derechos y obligaciones. Pero, por otro lado, puede fortalecer la institucionalización de la doble jornada de trabajo femenina y la reproducción de los papeles masculino y femenino tradicionales (Salles y Tuirán 1998). En España, la responsabilidad no es asumida de forma mayoritaria por los varones que delegan la carga familiar en las mujeres. La elevada participación en el trabajo no remunerado de las mujeres españolas se mantiene y se refuerza sobre la pervivencia de modelos familiares tradicionales en los que todos los miembros que componen el hogar permanecen durante largo tiempo conviviendo juntos, lo cual refuerza sus lazos de dependencia (García Sainz, 2002).

Asimismo, las mujeres tienen que demostrar sus habilidades en su rol. A diferencia de los hombres empresarios, las mujeres tienen que hacerse visibles en el desempeño del puesto demostrando sus capacidades para el ejercicio de la dirección, para ser aceptadas

(Virgilí, 2011: 99). De esta forma, la mujer debe desempeñar un triple rol: el trabajo privado, la tarea de dirección y la demostración de sus capacidades, al presentarse la empresa como un espacio masculinizado más representativo de capacidades instrumentales que de habilidades relacionales más vinculadas al rol femenino.

En este caso, se diferencian dos factores céntricos que determinan la identidad de la mujer empresaria y/o emprendedora frente al varón:

- 1) Su rol femenino que, culturalmente, se diferencia del masculino en creencias arraigadas a nivel social tales como rasgos de la personalidad que hacen referencia a las características que se considera que definen de forma diferente a hombres y mujeres.

En las investigaciones sobre el género, las cualidades relacionadas con la dimensión femenina reciben el nombre de “expresivo comunales” mientras que las relacionadas con la dimensión masculina se denominan “instrumentales o agente” (Bakan, 1966 basada en la distinción de Parsons y Bales, 1955).

De esta forma, muchos de los objetivos de la sociedad capitalista predefinen las actividades de éxito, de modo que se reproduce el orden en el que domina el varón (el orden patriarcal), con un predominio de los valores de la racionalidad instrumental (interés en el beneficio en lugar del interés en las personas con sus características y singularidades físicas y psíquicas) (Peris-Ortiz *et al.*, 2010: 157).

Cuadro 1: Eje Género/Sexo

Orientación del rol instrumental Competencia	Orientación expresiva comunal Cordialidad
<ul style="list-style-type: none"> • Productividad • Eficacia • Autonomía • Independencia • Fortaleza • Decisión • Agresividad • Deseo de acción • Autocontrol • Competición para el logro de metas 	<ul style="list-style-type: none"> • Afectividad • Compasión • Preocupación por los demás • Dependencia • Pasividad • Afabilidad

Fuente: Martínez y Paterna, 2001.

Si nos orientamos hacia el perfil psicológico del emprendedor o emprendedora, tenemos básicamente dos corrientes: la de *las características personales*, creada por McClelland (1961), que nos ofrece una imagen del emprendedor como un sujeto que está más motivado por la necesidad de logro que por las necesidades de poder y de afiliación. Por otro lado, Moriano (2001) estudia el perfil del emprendedor desde *la perspectiva de valores de Schwartz*, y nos señala que las personas emprendedoras orientan sus vidas hacia valores personales individualistas (poder, logro, hedonismo) más que hacia los de tipo colectivistas (benevolencia, tradición y conformidad).

En estas perspectivas se percibe el conflicto entre los valores expresivo comunales asociados a lo femenino que se orienta hacia la vocación por los otros frente a los valores instrumentales agénticos que estarían más en consonancia con el proceso emprendedor (competitividad, logro, acción, ambición) y se presentan más asociados con lo masculino.

Frente a estos planteamientos excluyentes, hay autores que tienen una visión más global del fenómeno del emprendimiento, como es el caso de Pereira (2007:31) que propone plantear el estudio del “proceso emprendedor desde una nueva orientación, centrada en las relaciones, propia de una perspectiva sistémica, y por el desarrollo de la persona, característica de una concepción humanista, esperando que esta visión dé luces acerca del campo de conocimiento del “espíritu emprendedor” (Ormeño, 2014).

Esta concepción sugiere que el espíritu emprendedor no puede entenderse sólo desde el concepto de la oportunidad, ni desde las características del individuo emprendedor y tampoco de sus capacidades de organizar efectivamente o innovar. El espíritu emprendedor se entiende en la intersección de los elementos planteados: oportunidad, características personales y capacidad de innovar. Este planteamiento abre el campo de análisis a la investigación de las circunstancias específicas que motivan la decisión de emprender, tanto en hombres como en mujeres.

- 2) La ocupación que determina la complementariedad del rol reproductivo, vinculado fundamentalmente a ser ama de casa y madre, y el rol productivo, de su actividad gerencial en la empresa o como autoempleada en una micropyme.

El trabajo reproductivo, entendido como «trabajo no remunerado que se realiza para mantener a los miembros de la familia y/o la casa» (Coltrane, 2000 cit. por Sabater, 2014: 168), era clave para el funcionamiento de la sociedad industrializada, de tal forma que, frecuentemente, suele estar asociada con su base en la organización social. En los países desarrollados, una de las principales características de las tareas del hogar es su asociación con el género que, históricamente, se ha tratado de un trabajo mayoritariamente femenino. El parentesco y la familia van a jugar un papel clave en la construcción y reproducción de las representaciones de género, asignado a cada uno de los dos sexos características, espacios y tareas, jerarquizando estas atribuciones y estableciendo relaciones de interdependencia y subordinación. De este modo se establece una división sexual del trabajo, en la que las tareas de las mujeres estarán esencialmente centradas en la reproducción y serán infravaloradas, y las llamadas tareas de producción serán realizadas por el hombre y estarán asociadas a un mayor prestigio social (Pichardo, 2008: 38 cit. por Sabater, 2014: 168).

Esta visión reduccionista presenta dos espacios diferenciados por sexo que entran en contradicción con la intersección actual de los roles reproductivo y productivo en la mujer, que se produce con mayor intensidad en el caso de la mujer empresaria. La compatibilidad entre los roles lleva a la constante búsqueda del equilibrio, sobre todo en las madres, pero también en forma de conceptualizaciones personales más amplias que no pueden reducirse a un único rol social.

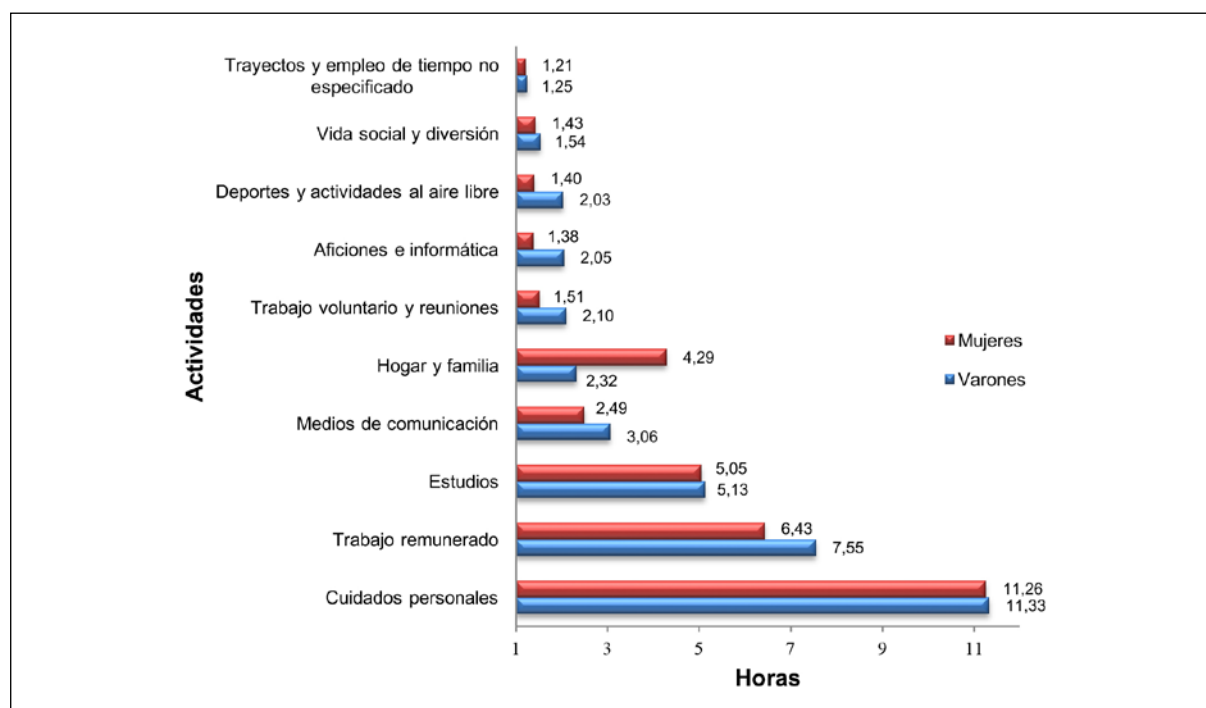
2. La conciliación de la vida laboral y familiar

La división tradicional de roles se refleja en la significativa asignación del trabajo por género, que mantiene una clara asociación del “trabajo profesional” con los varones y de los “cuidados familiares” con las mujeres. En este apartado, se utilizan las Encuestas de Uso del Tiempo como un instrumento que permite medir y hacer visible el trabajo no remunerado (Marco, 2012: 8).

Siguiendo el Gráfico 1 (INE, 2011), los varones dedican más tiempo a todas las actividades, exceptuando las tareas relacionadas con el hogar y la familia. La mujer dedica una media de 1,97 horas más que los varones a las tareas domésticas. En esta línea, el varón supera a la mujer en su dedicación al trabajo remunerado, superándola en 1,12 horas.

Los datos parecen indicar que las mujeres preferirán trabajos que, aunque no tengan tantas recompensas, tengan horarios más compatibles con sus otras obligaciones. En contraposición, se refleja una dinámica diferenciada en la organización de la jornada laboral de los trabajos masculinos con mayor dedicación horaria, mayor probabilidad de trabajar en el propio domicilio —seguramente relacionado con tener que “llevarse trabajo a casa”— y mayor probabilidad de tener jornada partida que, en general, supone dedicar el conjunto del día a las actividades laborales (Ibáñez, 2010: 147).

Gráfico 1. Tiempo medio dedicado a actividades cotidianas por sexo 2009-10



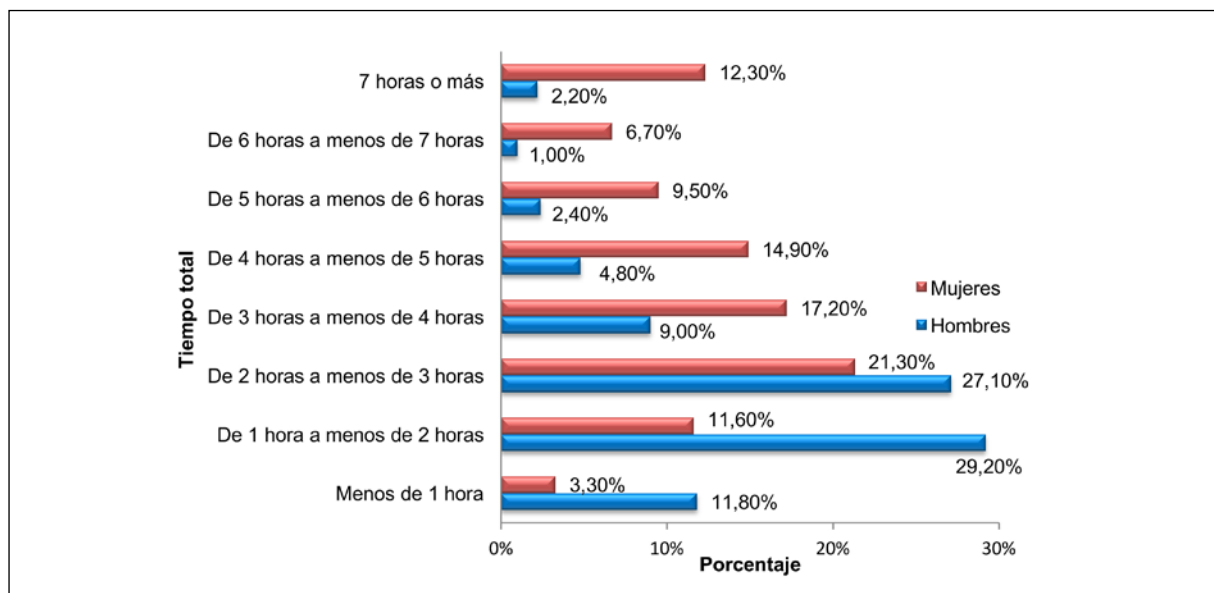
Fuente: Encuesta de empleo del tiempo 2009-10 (INE, 2011)

La mujer renuncia a actividades como aficiones, reuniones, deporte, medios de comunicación y vida social por su dedicación a las tareas del hogar y de cuidados. El siglo XXI no ha liberado a las mujeres de la carga de la reproducción social –embarazo, parto,

atención a los niños y dependientes, labores del hogar–, hecho que limita su capacidad de “trabajo productivo”, en lo que se refiere a la extensión de su jornada laboral. Se refuerza la dimensión pública del trabajo como rasgo definitorio del mismo. Tras la Revolución Liberal, “el trabajo doméstico se olvida, no se conceptualiza como trabajo o, mejor dicho, se sobreentiende que no es trabajo porque no es una actividad que tenga lugar fuera del domicilio, y para que el trabajo se sobreentienda como tal se requiere su carácter extradomiciliario” (Martínez Veiga, 1995: 156-157).

Las cargas y responsabilidades familiares siguen actuando como un obstáculo a una incorporación plena de la mujer en el mercado laboral, por ser las principales cuidadoras de la familia. La asimetría por sexos en la distribución de las tareas domésticas se expone en el Gráfico 2 (CIS, 2018) que demuestra que la dedicación femenina duplica a la masculina (2,06 horas diarias en los varones frente a 3,84 horas en las mujeres)

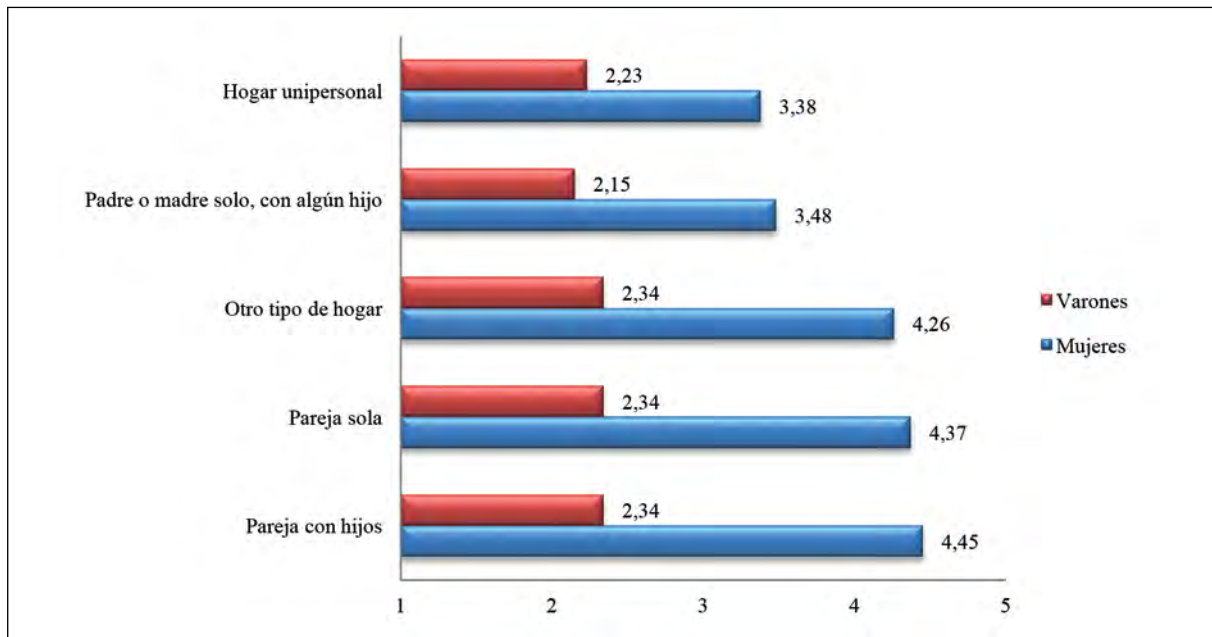
Gráfico 2. ¿Cuánto tiempo dedica a las tareas del hogar? (se exceptúa cuidado de los niños) Mayo 2017



Fuente: Elaboración propia a partir del Barómetro CIS Mayo 2017 (CIS, 2018)

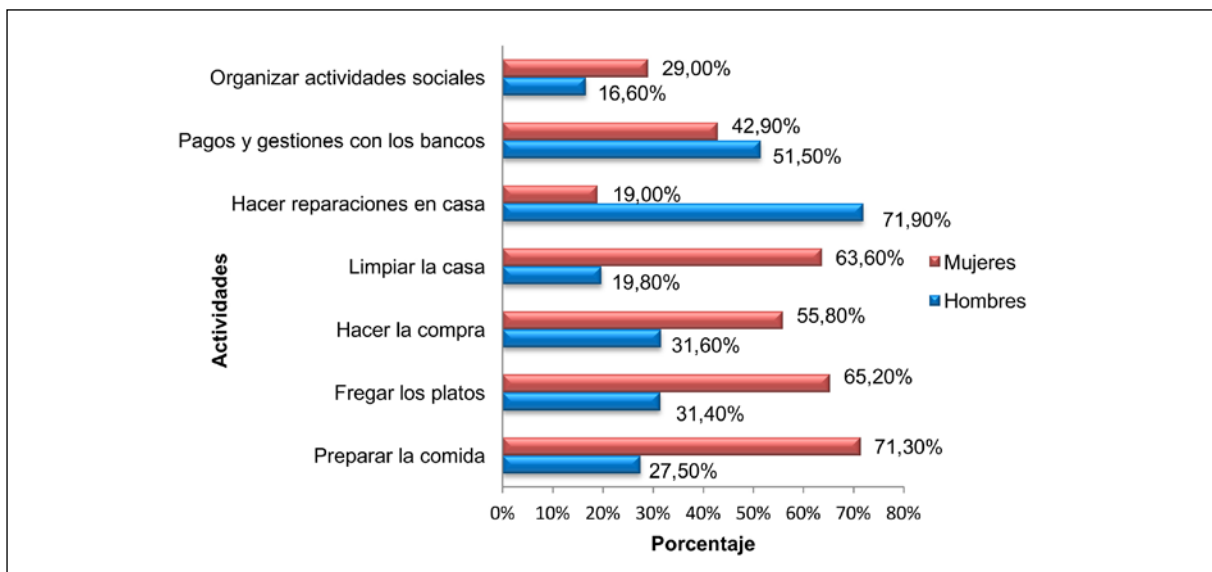
En el Gráfico 3 (INE, 2011), observamos cómo la dedicación doméstica de la mujer a las actividades del hogar es superior en todos los tipos de hogares por lo que no se limita a la familia nuclear con hijos sino que se amplía a todo tipo de situaciones familiares, llegando a duplicar la dedicación masculina a las mismas. La asignación de roles se mantiene, incluso en los hogares unipersonales, lo que avala la especialización femenina en este tipo de tareas. Pero, sin duda, el dato más significativo es la distancia con el varón: en los hogares con hijos, las mujeres duplican la dedicación de sus parejas. La incorporación de los varones al rol de cuidadores no se produce de forma completa sino sólo para tareas auxiliares, que exigen menos tiempo.

La especialización funcional por sexo se refleja en el Gráfico 4 (CIS, 2018) que recoge la participación de hombres y mujeres en las diferentes tareas del hogar: mientras el varón sólo asume la carga de las pequeñas reparaciones domésticas, la mujer se respon-

Gráfico 3. Tiempo medio de actividades en el hogar por tipo de familia (en horas)

Fuente: Encuesta de empleo del tiempo 2009-10 (INE, 2011).

sabiliza de las principales actividades domésticas (desde hacer la comida hasta limpiar la casa). Incluso, en actividades de gestión económica y de organización de actividades sociales, la responsabilidad es conjunta. Estos datos denotan sólo la inversión temporal de las mujeres en los cuidados (la “acción”) pero hay una dedicación que podemos denominar como “carga mental” que representa el tiempo destinado a la preparación y organización del espacio doméstico (“gestión de los cuidados”). Éste es un trabajo y dedicación

Gráfico 4. Participación por sexos en actividades domésticas.

Fuente: Elaboración propia a partir del Barómetro CIS Mayo 2017 (CIS, 2018)

mental mucho más invisibles y que representa la dedicación de la casi totalidad de las mujeres y que los hombres apenas empiezan a entender como tarea o trabajo, no basta con saber qué hacer y hacerlo sino que hay que prever, planificar, organizar, calcular, etc. No es hacer la compra sino saber qué comprar y qué se cena hoy, no es saber el horario de tu hijo/a en el colegio sino que es saber qué materias tiene y cuáles son sus deberes o los horarios de las actividades extraescolares... y además, son actividades que se realizan desde el cuidado.

Otro dato importante son los permisos por el nacimiento de los hijos. Mientras que estas situaciones afectan en un bajo grado a los varones (sólo un 1,06 % declaró no trabajar en la semana de referencia por el permiso por nacimiento de un hijo), la incidencia es superior en las mujeres ya que un 15,67 % declaró no trabajar durante esa semana por este motivo (EPA, 2016). Pese al aumento de los permisos de paternidad, la mayor parte de la carga de la crianza y los cuidados sigue recayendo en el género femenino que, ante la distribución de la carga de trabajo, debe renunciar a la actividad productiva para hacerse cargo de los cuidados del niño recién nacido.

La familia y el trabajo se constituyen en dos ejes centrales de la vida de hombres y mujeres. Marín, Infante y Rivero (2002) plantean que son los dos ámbitos más importantes para el desarrollo personal y social de los ciudadanos; por su parte, Navarro Ardoy (2004) analizan como son las dos redes sociales más significativas de relación entre las personas y con la sociedad en su conjunto, y en las que las personas pasan la mayor parte de su tiempo (cit. por Álvarez y Gómez, 2010: 91).

La sobrecarga de rol –tanto en lo laboral como en lo familiar– afecta a las mujeres como antecedente del conflicto trabajo-familia, lo cual se explica por las condiciones laborales (carga de trabajo y formas de contratación) y la doble jornada de trabajo (Álvarez y Gómez, 2010: 89).

Las mujeres son el colectivo más afectado por el problema de la conciliación, por diversos factores:

1. Primero, porque tras su incorporación al mundo laboral, han tenido que asumir una doble jornada de trabajo: la laboral y la familiar (Durán, 1997).
2. Segundo, porque los estereotipos de género que asignan al hombre a las tareas de la producción y confinan a la mujer al espacio de los cuidados y las tareas domésticas, siguen siendo las normas sociales predominantes;
3. Tercero, porque el incipiente desarrollo de las políticas públicas de ayuda a las familias denota que los Estados de bienestar aún no han asimilado los cambios sociales de este nuevo modelo productivo (Guirao, 2011: 4). En España, responden a necesidades coyunturales más que a situaciones estructurales que apoyen medidas efectivas para la conciliación diaria y los problemas que conlleva.

Las consecuencias más inmediatas de este conflicto entre vida familiar y laboral son: la institucionalización de la doble jornada en el caso de la mujer trabajadora que es la que experimenta con mayor intensidad el conflicto familia-trabajo; la desigualdad

laboral, por la renuncia, fundamentalmente de la mujer, a su proyección profesional; y el descenso de la natalidad, incluso por debajo de las tasas de reposición (Guirao, 2011: 5). En el año 2016, en España el número medio de hijos por mujer se situaba en 1,34 (Eurostat, 2018).

De esta forma, y siguiendo a Álvarez y Gómez (2013), Alsos y Ljunggren (1988) mostraron que la reducida presencia de las mujeres se debía a la existencia de barreras sociales vinculadas a los roles atribuidos y desempeñados por la mujer y a los prejuicios y estereotipos de sus capacidades y habilidades para el desempeño de ciertas actividades profesionales (Kantor, 2002).

Brush (1992, 1997 cit. por Peris-Ortiz et al., 2010: 157), introduce una perspectiva integradora, apuntando que la actuación emprendedora de la mujer en los negocios no está separada de sus relaciones de familia, sociales y personales, y en la medida en que alguna de estas relaciones es diferente a las del hombre, se manifiestan diferencias que le proporcionan habilidades distintas.

Gimeno y Rocabert (1998) indican la evidencia de que el desarrollo de la carrera de la mujer no sólo es diferente al de los hombres, sino más complejo debido a la influencia que ejerce la realización de diferentes roles de forma paralela. Paula Nicolson (1997) considera que, en el desarrollo de las carreras de las mujeres, existen barreras visibles como las responsabilidades familiares que asumen las mujeres como un rol social atribuido; barreras invisibles como las actitudes, las creencias y conductas de los hombres en el contexto laboral que conforman la cultura de la organización; y barreras derivadas del impacto psicológico inconsciente que esta cultura androcéntrica de las organizaciones ejerce sobre la motivación de la mujer, su autoestima, etc. En este contexto, se produce el fenómeno del “techo de cemento” que se auto-imponen las propias mujeres por el alto coste personal y familiar que va a representar el nuevo puesto: un 42% de las mujeres españolas considera que el freno al desarrollo de su talento se debe a causas intrínsecas a ellas mismas como la falta de autoconfianza y el miedo al fracaso (TNS, 2016). De forma paralela, la sociedad patriarcal valora al hombre como “objeto de aprecio” y a la mujer como “objeto de deseo”. El ‘techo de diamante’ impide que se valore a las mujeres por criterios estrictamente profesionales y merma su autoestima femenina para aspirar a un puesto de mando (Concilia2, 2018).

Sánchez-Apellániz (1999) plantea que la creación de empresas se adopta como una ‘*estrategia de acoplamiento*’ por las mujeres para compatibilizar sus carreras con el cuidado de los hijos y las tareas domésticas.

3. Objetivos

Los objetivos de este proyecto consisten, por tanto, en examinar la auto-identidad genérico profesional de las mujeres emprendedoras y empresarias de La Rioja, desde la doble perspectiva de su condición de mujer y de su ocupación como empresaria y/o emprendedora frente al rol de hombre empresario.

4. Metodología

El estudio es de naturaleza exploratoria pero la finalidad ha sido obtener la mayor representatividad sociológica, mediante una metodología basada en la triangulación metodológica con el uso de fuentes primarias y secundarias.

La metodología consta de dos fases:

- La revisión de fuentes secundarias con el estudio de fuentes documentales y estadísticas como los Informes del Observatorio GEM y artículos científicos sobre el sexismo, la conciliación de la vida familiar y laboral, el emprendimiento (perfil y dificultades para crear y mantener un negocio), la relación entre emprendimiento y la identidad femenina y los factores en los que persisten mayores diferencias de sexo a la hora de poner en marcha un negocio o darse de alta como autónomo.
- La realización del trabajo de campo y el análisis de fuentes primarias de naturaleza cualitativa, basadas en entrevistas en profundidad con 10 expertos y 20 mujeres emprendedoras.

Se define por experto a técnicos de asociaciones empresariales, de planes regionales de emprendimiento y de Sindicatos así como responsables políticos y/o líderes implicados en la igualdad y la participación de la mujer en el mercado laboral.

La muestra de expertos es opinativa ya que se justifica en la elección de individuos estratégicamente situados por una posición cercana a los emprendedores y empresarios de La Rioja bien, por su puesto laboral; bien, por su implicación en el liderazgo asociacional. Igualmente, se entrevistará a individuos, generalmente mujeres, que ostentan una posición política que reivindica los derechos de la mujer.

La muestra de empresarias es también de tipo opinativo por lo que se basa en la heterogeneidad de perfiles para garantizar la máxima representatividad sociológica.

En la composición de la muestra, se han utilizado cuotas derivadas de la tipología de emprendimiento, diferenciando emprendedoras fundadoras, así como emprendedoras de segunda generación, que continúan la actividad de las empresas familiares.

La selección se centrará en el método de la bola de nieve mediante contactos obtenidos a partir de las asociaciones empresariales y de mujeres de La Rioja y en contactos personales con mujeres empresarias y emprendedoras, para facilitar las redes de acceso en el círculo empresarial y la selección de perfiles entre las asociadas.

Con la finalidad de obtener la máxima representatividad sociológica, los criterios para la selección de la muestra se basan en los siguientes aspectos:

1. Liderazgo directivo: mujeres fundadoras de sus actuales negocios y/o continuadoras directivas de segunda generación.
2. Experiencia: emprendedoras de menos de 3 años y de más de 5 años.
3. Ramas de actividad: empresas de diferentes sectores empresariales (industria, agricultura, servicios).

4. Lugares de ubicación de los negocios, con la finalidad de recoger una mayor representatividad de la Comunidad Autónoma de La Rioja, incluyendo empresas enclavadas en lugares rurales.

5. Análisis de la información

5.1. La falta de igualdad de género en la sociedad

Todos los expertos coinciden en el reto de la igualdad de género. Mientras se siga hablando de igualdad, seguirá existiendo desigualdad.

“Respecto a la igualdad... ¡ay, madre!... es un camino que queda mucho por recorrer. Pedro Sanz lo dijo muy bien una vez, me encantó, “mientras que se hable de igualdad, sigue habiendo desigualdad”; entonces, yo opino exactamente igual mientras que estemos con los derechos de las mujeres, con la igualdad, es que la cosa no va bien. Es un camino muy largo y no está preparada para la cultura general, o sea, nos faltaría otra generación más para que, a lo mejor, consiguiéramos aproximarnos pero todavía estamos muy lejos de lo que es la igualdad” (Experto IX).

Se señala la publicidad sexista de los juguetes, la falta de delegación del trabajo de las mujeres, la pervivencia de patrones de género tradicionales –que pueden llevar a la violencia de género-, o los estereotipos que existen en torno a las mujeres emprendedoras como factores generadores de desigualdad.

“Todavía sigue habiendo distinción en los juguetes, “¿por qué si un niño juega con una muñeca, se asustan, e incluso está mal visto para los padres o para los demás padres?”. Entonces, yo en mi caso a mis hijos les han gustado las muñecas, les he comprado muñecas, pero ya les miraban y hacían sus bromas los demás padres. No estamos preparados todavía para la igualdad” (Experto IX).

“Las diferencias se deben a un tema social. La mujer no está acostumbrada a delegar el trabajo y se siguen reproduciendo patrones tradicionales que, por ejemplo, quedan patentes en el tema de la violencia de género” (Experto V).

“...no hay una discriminación directa, pero sin embargo nos encontramos con un tema cultural, social que todavía hace comentarios que pueden parecernos sorprendentes que tienen que ver con cuestiones de género clara. Como anécdota podría contar como a una emprendedora en un banco la preguntaron que qué le parecía a su marido lo que estaba haciendo... Y ni siquiera existía marido” (Experta X).

Un experto señala cómo el futuro será de las mujeres pero que representará un alto coste en la familia bien, por el estrés de la madre por la conciliación de los roles productivos y reproductivos, bien, por la delegación del cuidado en terceros. La igualdad se considera una asignatura pendiente y, pese a los testimonios que declaran que no hay

diferencias, se sigue hablando de desigualdad por la realidad social que se impone y hace ver que es un problema pendiente. De hecho, la medida que se señala para el aumento del emprendimiento femenino es un programa educativo que fomente valores, capacidades y principios equitativos en hombres y mujeres.

5.2. La diferencia de hombres y mujeres para emprender

5.2.1. La feminización de los sectores económicos

Un tema destacado es la feminización de algunos sectores que está muy extendido como concepto social: la mujer emprende más en comercio de moda, perfumería, estética, arte y creatividad... mientras que el hombre se orienta más por actividades de acción como armerías, ser camionero, construcción, industria. Además, se indica la menor valoración social de algunas actividades femeninas (arte, diseño...). Por último, se señala que, en actividades como derecho y arquitectura, no hay diferencias.

“Lo que sí es que, en la sociedad, hay sectores de empresas porque la empresa que tiene mi hermano que es una armería, si la pone una mujer, te aseguro que a la gente le va a extrañar muchísimo. Es un concepto social. Que igual si una mujer pone una carnicería, hoy en día no lo van a ver raro pero hay ciertos sectores, si una mujer pone un taller de mecánica, una armería o una empresa de camioneros y ella va de camionera todavía socialmente” (Emprendedora 12).

“En cuanto al ámbito, al campo, sí que me veo en desventaja porque el arte y las actividades creativas no tienen valor, no las valoran como se debiera, creo, porque es una forma de educar. Y, en cuanto pues al hombre y a la mujer, no lo veo pero puede ser, puede ser que exista...” (Emprendedora 15).

5.2.2. Factores psicológicos y de personalidad

La mayoría de las mujeres trabajan en sectores feminizados por lo que comparten problemáticas con las propias mujeres que están en su misma situación. Sin embargo, muchas señalan las diferencias de origen educativo que provienen, en ocasiones, de las mismas mujeres que no buscan ese reconocimiento social, que manifiestan menos ambición, mientras que a los hombres se les ha inculcado más la proyección profesional.

En general, se destaca una diferenciación entre cualidades femeninas más asociadas con la gestión doméstica y las características del hombre más enfocado a valores instrumentales:

- Las mujeres son más decididas, tenaces y constantes a la hora de montar un negocio mientras que los hombres apuestan más por valores seguros. En esta línea, la mujer es más luchadora y está dispuesta a hacer todo tipo de trabajos mientras que el hombre se queda un poco más atrás y pone más pegos.

- Las mujeres gestionan mejor los negocios y son mejores pagadoras por lo que gozan de más garantías en las ayudas económicas.
- Los hombres son más directos y agresivos de entrada, y dan más apariencia de seriedad por la imagen social que transmiten mientras que las mujeres son más luchadoras.
- Las mujeres se han educado más en una cultura del orden, de la estética mientras que los varones han podido vivir en un mundo predominantemente práctico orientado a la acción, valores que se pueden transmitir en el estilo de emprendimiento o en la actividad elegida para emprender.

Más allá del emprendimiento que requiere capacidades diversas, sí que se perciben diferencias culturales derivadas de la educación, entre los que destacan los rasgos expresivo-comunales de las mujeres:

- Las mujeres se orientan más a la competitividad de la eficacia, es decir, a optimizar su tiempo y a hacer las cosas de la mejor forma posible mientras que el tipo de competitividad de los hombres se relaciona más con la promoción y la búsqueda de un estatus social. En este sentido, la mujer trabaja más por los resultados y el hombre valora más la imagen exterior para que se refleje qué realmente trabaja bien. En un caso, se mencionaba que esto podía ser un obstáculo para el emprendimiento en sectores masculinizados como la ingeniería.
- A la hora de contratar, se prefiere a las mujeres porque se perciben como más activas, serias y organizadas para hacer el trabajo. Un aspecto valorado es el trato personal que es más suave y la capacidad para la comunicación social. Sin embargo, se indica que las mujeres pueden engañarte con más facilidad.
- Por último, se indica la vocación social de la mujer con mayor predisposición a la ayuda ya que se percibe a la mujer como más generosa.

5.2.3. Las desigualdades culturales

La incorporación al mercado de trabajo no ha representado la igualdad para las mujeres ya que siguen recayendo sobre ellas las responsabilidades familiares.

La mujer relativiza más el negocio porque siempre depende de su familia bien, por las prioridades que tiene que cambiar por sus tareas del cuidado; bien, por la responsabilidad que representa tener que mantener a la unidad familiar. Hay que reseñar el condicionamiento social que sigue sufriendo la mujer porque continúa vinculada al cuidado de las personas dependientes (menores y mayores). La mujer se presenta como la principal gestora del hogar y se siente responsable cuando deja a su marido como cuidador. Esta situación se acentúa con la llegada de los/as hijos/as a la unidad familiar. Si bien es cierto que está aumentando el número de hombres que se implican en las tareas domésticas, siguen delegando tareas por comodidad o, incluso, es el propio entorno el que se lo impide por la dificultad de conseguir permisos ya que se visibiliza que la responsable del hogar debe ser la mujer.

“El desarrollo de la sociedad tiene que evolucionar hacia apoyar mucho más, pero de forma realista, a que la mujer pueda triunfar en su negocio. Si, al final, cuando se pone el niño enfermo a quien llaman es a la mujer, o llaman al hombre o a la mujer pero el 80 % de las veces va la mujer o a llevar a sus hijos al colegio... Y, sobre todo, ese sentirse mal porque no está con los hijos pues que esté tu marido que también tiene una labor que hacer y si está él, te tienes que sentir tan bien como cuando es al revés, cuando tu marido se marcha y sabe que te los ha dejado a ti. Todavía, eso nos falta, ahí nos falta” (Experto III).

“¿En qué sí que veo diferencia? Es mi caso, antes de ser madre, la importancia que le das al trabajo y, después de ser madre, la importancia que le sigo dando al trabajo, yo soy una apasionada del trabajo pero relativizo muchísimo más al haber tenido un hijo porque el día que se ponga malo, por suerte hasta ahora no se ha puesto, ¿qué voy a hacer cancelar la reunión o cuidar a mi hijo?... pues lógicamente cuidar a mi hijo. A nivel de riesgo, no hay diferencia, creo que va más con la persona que con el sexo; pero sí que es cierto que veo diferencia, o en mi caso la ha habido de mujer emprendedora empresaria antes de tener un hijo que después porque te cambia...” (Experto VI).

“La mujer, más que tener temor al riesgo, es el peso que tiene detrás de la unidad familiar, ¿no? Porque depende de las edades: si te pillas en una edad sin cargas familiares, vas a por todas pero ya cuando tienes cargas familiares, te tienes que plantear, sobre todo ante una inversión considerable, ahí sí que te da miedo y te echa para atrás. Eso sí que es cierto porque hay muchas ideas de negocio por parte de emprendedoras que no salen adelante por ese tema, porque tienen que meter, arriesgar su dinero, su capital y, entonces, claro, miran para atrás y dicen “tengo ahí tres bocas que alimentar”. Entonces, sorprende mucho, todavía lo que es el tema de la conciliación, el cargo es de la mujer más que del hombre. Ahí hay mucha diferencia” (Experto IX).

En este tema, influyen tanto los estereotipos que la sociedad otorga a los diferentes sexos: si el hombre pone un negocio, tiene una alta aceptación social; sin embargo, si es la mujer, se asocia a que tiene desatendidas las obligaciones domésticas.

“Por ser hombre o mujer, hay diferencia por un lado sí y por otro no. Yo, por mi lado, no he visto más inconvenientes por ser una mujer que si hubiera sido un hombre. Pero sí que creo que cuando uno tiene familia, que cuando tienes hijos a tu cargo y que, en general, la sociedad todavía en muchos aspectos es un poco machista. Y si el negocio, o la empresa la pone un hombre, está bien visto o no pasa nada, porque sea la mujer la que se quede en casa cuidando de los niños pero si la que pone la empresa es una mujer, igual la otra parte no lo ve de la misma manera o no entiende que tú tengas que trabajar 14 horas pues porque la empresa es tuya y puede entender que la responsabilidad de la empresa también es tuya” (Emprendedora 10).

La incorporación femenina al emprendimiento se ha realizado más por obtener una calidad de vida y por la necesidad de llevar dos salarios al hogar. La mujer emprendedora no es tan valorada porque, por las horas de dedicación, debe abandonar una parte de su rol reproductivo que, culturalmente, está muy asentado en nuestras sociedades. No se acepta la alta dedicación del emprendimiento en la misma medida que a los hombres ya que se ve más asociada al abandono –al menos, parcial– de las actividades domésticas.

También son las propias mujeres las que ponen límites a su ascenso profesional ya que no buscan, en la misma medida que los hombres, el reconocimiento profesional. Los varones acceden al emprendimiento con menos ataduras y sin la sobrecarga de la gestión del hogar.

“Es un tema cultural. Yo creo que todavía hay muchas mujeres que no quieren acceder a determinados puestos porque creen o suponen que se les va a exigir más, que van a dejar desatendidas sus casas. A veces, no es el que no quieran sino el ¡bah, qué no! Que yo con esto me apaño que no tengo esa necesidad del reconocimiento social o profesional. Sin embargo, en los hombres, se les ha permitido más o les hemos inducido a eso, porque yo creo que cada vez están ocupándose más de sus hijos, ocupándose más de sus obligaciones familiares, domésticas y personales, ¿no? Es un tema cultural de este país en el que vivimos y de otros países mediterráneos” (Emprendedora 1).

Se declara que la igualdad se está implantando de forma gradual peses que, en países como Japón, persistan las diferencias. Sin embargo, se señala que la imagen de la mujer en el mundo de la empresa no es la misma que se tiene de los hombres a los que se les reconoce y se les valora más. Se sigue sintiendo, sobre todo por las generaciones mayores, que la mujer es menos respetada. Se cree que no se considera igual a un hombre y a una mujer y que esto también lo hacen las propias mujeres.

“Veo muchas diferencias entre el emprendimiento masculino y femenino. Yo porque tengo a mi marido detrás sino yo reconozco que hay un abismo porque a la mujer no se le hace ni caso... Como la mayoría de los que mueven las cosas son los hombres cuando hay una mujer como que la respetan menos... Mi marido sí que es emprendedor pero si no fuese cosa de dos... Los hombres lo tienen más fácil. De siempre ha sido así” (Emprendedora 5).

“Ésta es mi cuarta bodega y el principal obstáculo es el tema del machismo, el mundo del vino es muy machista, hay determinados países que no puedes estar, por ejemplo en Japón los negocios se acaban en los karaokes que son puticlubs, entonces, a una chica no la van a llevar. A ti te dejan en el hotel y se van con los hombres. Es machista. Y hay en muchas ferias, al principio cuando yo empecé, que era una niña de 22 años, me decían “tú eres la azafata” y yo les decía “yo no soy la azafata, soy la directora de exportación”. Se piensan que eres la azafata. Lo cual es un poco triste pero bueno... Ahora, hay menos obstáculos, ahora se valora más y la gente empieza a decir que hay mujeres que catan mejor que los hombres, cosa que es cierta. Ahora, por fin, se está abriendo un poco. Al principio, había mucho machismo” (Emprendedora 7).

“A nivel general, es más fácil emprender para un hombre. Pero no lo veo desde mi experiencia. Lo veo más por lo que la sociedad nos da, nos transmite, nos dice, en la sociedad que estamos todavía pero no por este tipo de trabajos. De hecho, si nos remontamos a la carrera de turismo en sí, la mayor parte son sólo mujeres. Bueno... ya está equiparándose pero, de verdad, que ha sido una carrera que siempre lo he visto, siempre lo he practicado y luego, lo he vivido. Claro, esto es una salida profesional para la gente que hace turismo, la gente se viene a colaborar con nosotros, un 98 % son mujeres” (Emprendedora 7).

“Yo estoy convencida de que las cosas no son iguales para los hombres y para las mujeres. Es una sociedad muy patriarcal, entonces, los patrones son diferentes... Siempre se ve

a un hombre como que hace mejor las cosas que una mujer, sólo por ser hombre, eso lo veo así. Lo verbalizas y te dicen: “no, no”, se lo dices a un hombre “¡qué va, qué va, eso no lo hago!” pues sí, sí, yo sí lo siento, siento que se mira a un hombre y a una mujer de forma diferente. Creo que no lo hacen sólo los hombres, también lo hacemos las mujeres” (Emprendedora 17).

“Mostrarte, es regalar de alguna manera lo que tú tienes para fuera, no sólo para tu familia, para tus personas conocidas sino regalarle al mundo y a la sociedad lo que tú tienes y, aparte, que te vean como un ser importante, como somos todas las personas, seres importantes. Y como mujer, más todavía porque necesitamos que nos vean como seres importantes a las mujeres, porque por qué eres mujer te ven como un poco menos, va a hablar de algo una mujer y un hombre y parece que el hombre tiene más autoridad y la mujer, menos” (Emprendedora 17)

5.2.4. Las características para ser emprendedor

Más allá de las diferencias culturales, se indica que tanto un hombre como una mujer emprendedora requieren las mismas capacidades (ganas, tiempo, ilusión...) y que la problemática del emprendedor es compartida por todos en proporción similar. En un caso, se señala que todos somos personas y que depende más de las circunstancias que del sexo.

Las emprendedoras entrevistadas perciben pocas diferencias en las cualidades que posee uno u otro sexo para ser emprendedor ya que, en mayor o menor medida, todos se dejan la piel.

“Desde mi experiencia, desde la mía personal, y en el sector en el que estoy trabajando, yo no he visto esas diferencias entre hombres y mujeres. Yo no me he sentido con menos competencias o con menos ideas que otras. Eso no quiere decir que entiendo o veo la realidad y que creo que sí que puede haber algunas diferencias...” (Emprendedora 1).

“Somos todas personas. Cada uno tendremos nuestra carga cultural, nuestra carga familiar de cómo nos han educado y nuestra carga propia de nuestras propias experiencias de cómo las hemos ido analizando y canalizando pero, para evitar las desigualdades, tenemos que vernos siempre como personas y tan capaz es de emprender una mujer como un hombre. Y dependiendo del sector, del entorno, tendrá más o menos dificultades pero que, probablemente, no es una condición tanto de género sino de las circunstancias que rodean esa acción, al menos, lo veo así, igual soy muy utópica o estoy pensando en un mundo ideal pero que creo que tendría que ser así. Es a lo que se debe de tender” (Emprendedora 1).

“No pienso que la mujer tenga más problemas a la hora de emprender. Yo pienso que todos somos personas, sean mujeres u hombres, no pienso que haya ninguna diferencia porque seas hombre o porque seas mujer. Pienso que es lo mismo. Todos somos personas. Igual, por ejemplo, lo que es una tienda como complementos, como es este caso o colonias, pienso que puede dar más imagen lo que es una mujer a la hora de asesorar pero un hombre puede tener las mismas capacidades por supuesto. Pienso que es igual de luchador un hombre que una mujer. No hay diferencia. Para mí. Depende como seas, como puede ser que haya mujeres que sean igual más que otros hombres, y otros hombres mejor que otras mujeres a la hora de aportar ideas. No pienso que haya diferencia porque sea hombre o mujer” (Emprendedora 4).

“No tengo mucho conocimiento de las diferencias entre hombres y mujeres pero creo que tanta diferencia, no hay... A la hora de pedir ayudas, no le van a poner pegadas, están las ayudas y ella va a acceder, va a hacer todo el papeleo y se las van a dar, sea la empresa que sea, no hay discriminación en ese sentido. Hay discriminación en la mente social, del exterior, no en las leyes. Yo sí que pienso que aunque hay que mejorar ciertas leyes, sí que se nos han abierto las puertas en muchos sentidos” (Emprendedora 12).

“No creo que haya diferencia entre hombres y mujeres autónomos. Los dos, lo mismo. Las mismas posibilidades tiene un hombre que una mujer a la hora de emprender. La cosa es ponerse. Para ponerse a emprender, lo primero es ganas, ganas y tiempo, y saber hacer algo para ti que estás de un lado para otro, al final” (Emprendedora 13).

“La pregunta sobre las diferencias entre emprendedores y emprendedoras me la han hecho alguna vez pero yo no lo veo. Yo puedo hablar dentro de mi caso particular, como observadora de la realidad, no tengo esa información, yo, en mi caso particular, no, no veo diferencias. Puede ser que sea porque el sector de trabajo social esté más feminizado... Dificultades muchas y cada día además pero no por ser mujer” (Emprendedora 14).

5.3. La autoidentidad femenina

La autodefinición de las emprendedoras es heterogénea pero comparten características comunes:

- En tres casos se definen como personas ya que no se pueden restringir a ser sólo empresarias o madres; son personas porque tienen múltiples facetas de madre, amiga, esposa, hija, emprendedora... y procuran mantener su vida personal en equilibrio. Son conscientes que su dedicación no se puede centrar única y exclusivamente en su negocio y comparten otras prioridades vitales en su trayectoria personal y familiar.

“Respecto a si me definiría como madre o como empresaria, no me definiría ni como madre ni como empresaria. Soy persona. Soy una persona. Esa persona tiene 46 años, está casada, tiene hijos y tiene una empresa y entonces, sé cuáles son mis responsabilidades, sé cada día lo que tengo que hacer y me organizo, y tengo mis proyectos de vida como pareja que, ahora mismo, es tener y cuidar a mis hijos pero tengo mi proyecto y cuando mis hijos se independicen, vivir con mi pareja y hacer nuestros proyectos, tengo mi proyecto como madre que es que mis hijos sean felices y ayudarles en la vida a que sean independientes, y tengo mi proyecto como empresa que es mantener una serie de principios que me parecen fundamentales tanto en lo laboral como en lo económico, dar trabajo a personas, tener una empresa que pueda dar trabajo a personas y que puedan compartir mi filosofía y mis principios, y si consigo todo eso, soy feliz. Pero tengo que conseguir todo, por eso no me puedo definir como una cosa u otra. Es que son las dos. Soy persona” (Emprendedora 1).

“No tengo porqué definirme. Soy mujer. Soy una mujer que tiene un trabajo que es madre y está casada, y es madre y es hija. A mí, eso de ponerme etiquetas es que no me gusta nada, yo soy una mujer como el 99,9 % de las mujeres, que tienen su familia, trabajan, y le

faltan horas al día porque, por desgracia, siempre tenemos que demostrar un poquito más” (Emprendedora 6).

“No elegiría ni madre ni empresaria. Soy una persona entonces, tengo muchas facetas, y también soy amiga, también soy esposa y también soy hija. Me parece que de lo que se trata es de tener un equilibrio de todas las facetas, o sea, ni dedicarte el 90 a la familia y 10 al trabajo ni al revés. Entonces, equilibrio... y me siento muy madre y me siento muy empresaria y me siento muy emprendedora y me siento muy amiga y muy hija...” (Emprendedora 14).

- En el caso de las madres, todas comparten su faceta de empresaria con la de madre al 50 % ya que tienen una clara vocación por la empresa pero también reconocen la importancia del rol de la maternidad en sus vidas. La caracterización es amplia ya que algunas se definen como madres trabajadoras y otras como madres y profesionales.

“Yo me definiría como una madre trabajadora. Todos tenemos que trabajar y nos realiza. Estoy contenta en el trabajo. Estoy contenta como madre y como trabajadora. Van las dos cosas tan juntas, sobre todo, en mi caso. Como llevas todo tan paralelo, tan junto, para mí es lo mismo” (Emprendedora 5).

“Yo me definiría como madre y como empresaria. Ambos. Me ha cambiado mucho la vida, las cosas se ven de distinta forma, antes no había miedo, ahora es distinto, tienes una personajilla que te está esperando en casa, es distinto. Me sigo quedando con las dos cosas porque yo quiero seguir viajando y comiéndome el mundo, pero quiero seguir siendo madre” (Emprendedora 7).

“Yo creo que soy madre y profesional al 50%, igual que madre y mujer, para mí es algo tan importante... yo, aunque tuviera todo el dinero del mundo, no dejaría de trabajar, probablemente me reduciría más la jornada para poder estar más tiempo con el niño, forma parte de mí, no puedo dividirlo” (Emprendedora 10).

“Tanto ser madre como empresaria son muy importantes para mí... Como empresaria, que no lo soy, que lo seré pero no lo soy todavía, me parece también muy importante porque es una faceta de cara al exterior que me parece que es muy importante sacar al exterior lo que tú tienes, ¿no?” (Emprendedora 18).

- En el caso de las mujeres que no son madres, se encuentra una mayor autodefinición como empresaria (en tres casos) pero también se amplía a las diferentes facetas de la empresa (directora, socia, comercial...) o se restringe a la faceta de autónoma porque la palabra “empresaria” tiene connotaciones más amplias.

“En este momento, me definiría más como empresaria. Claro, no soy madre. Yo quería montar mi negocio antes de ser madre, voy a hacer 30 años en unos días, yo decía “es ahora o nunca”, si no lo hago ahora, estoy en edad de tener familia y tendría que esperar que mis hijos pudieran ser más autónomos porque esto te come mucho tiempo. No podría ahora tener hijos, no podría dedicarles tiempo” (Emprendedora 3).

“Yo me definiría como directora, como empresaria, como socia de una empresa, como todo. Soy socia, soy la emprendedora, soy la directora, soy la comercial, yo creo que como yo, y lo digo en primera persona, lo vivo en esta empresa, no lo vive ni el gerente. No sé si por-

que tiene la felicidad de que estoy yo, que puede ser, o no lo sé pero está claro que mi desazón por la empresa y por luchar me ha llevado a estar en la punta de la pirámide, o sea, creo que soy más gerente que el gerente, y más directora que el gerente...” (Emprendedora 8).

“Yo me definiría como autónoma, empresaria ya es a nivel grande, cuando ya pueda ir ampliando el negocio y pueda ir montando, entonces podré decir “soy empresaria” “tengo trabajadores”, ahora me defino como autónoma, una pequeña currante. Me defino como trabajadora” (Emprendedora 9).

“A efectos prácticos, sí que soy empresaria. No me considero empresaria porque esto está montado como proyecto sin ánimo de lucro... Pues no me veo como empresaria. Pero, bueno, en la práctica lo estoy siendo” (Emprendedora 16).

- La parte vocacional también está presente en mujeres que se definen por el aspecto de contenido de su actividad como abogada, fotógrafa o aficionada a la agricultura.

“Yo, ahora, me definiría como abogada pero ha habido momentos que no lo tenía muy claro” (Emprendedora 11).

“Me definiría como fotógrafa y como empresaria. En este momento, tengo que utilizar más tiempo a empresaria que a fotógrafa, eso es cierto, me gustaría más dedicarle el tiempo a hacer fotos... pero tengo que dedicar mucho tiempo a echar cálculos y a hacer cosas nuevas en el local” (Emprendedora 12).

“No me definiría como artista porque la palabra es muy grande... La palabra artista es una palabra muy grande... y yo me diría artesana, quizá mejor, o persona creativa” (Emprendedora 15).

“Como agricultora, no sé si me definiré en algún momento, me parecería una suerte poderme definir así, tendría que tener una sabiduría tan grande que no tengo. Me puedo definir como aficionada a la agricultura. Soy aficionada al campo, me encanta el campo y me encantaría poder vivir del campo y en el campo” (Emprendedora 17).

6. Conclusiones

La mujer elige y organiza su aventura empresarial como un proyecto vital movido por su vocación y sus aspiraciones. Si bien es cierto que existe la presión de obtener una estabilidad económica o buscar una alternativa laboral al desempleo, predomina la elección por la oportunidad que representa la realización profesional y la gestión de la vida personal proyectada, en muchas ocasiones, por el mantenimiento económico y la conciliación con la vida familiar.

En el apartado de cualidades para emprender, podemos diferenciar la existencia de un estilo directivo femenino diferente al modelo tradicional de dirección masculina. El estilo directivo masculino se orienta hacia la racionalidad instrumental basada en una actitud objetiva (logro del éxito, autoeficacia, competencia, autonomía...). Frente al estilo tradicional de dirección masculino, el estilo de dirección más propio de las mujeres, que algunos autores han denominado como expresivo-comunal, se caracteriza porque se basa

en las características relacionales del trabajo en equipo y en red, la responsabilidad y la capacidad de gestión de diferentes áreas y proyectos.

Se está produciendo una brecha de género que hace que la mujer deba dividir sus roles: el rol profesional de su ocupación en el que debe demostrar sus competencias y habilidades laborales (ser una buena fotógrafa, abogado, agricultora...), el rol de empresaria en el que debe demostrar sus capacidades de gestión y dirección (que figura más en el ámbito de la expectativa de “llegar a ser” ya que sólo dos mujeres se identifican como tales), y el rol privado de madre (esposa, hija, amiga...) que deben compaginar con sus otras facetas vitales. La capacidad de autoorganizarse choca frontalmente con la alta inversión de horas para el negocio y con la aspiración de tener una mayor calidad de vida a la que sólo se llega en contadas ocasiones. En general, hay que elegir entre el binomio de la viabilidad económica del negocio y la disponibilidad de tiempo personal y familiar que también depende de la responsabilidad asumida por su pareja y de las presiones de su entorno.

En relación al aspecto identitario, la construcción de la identidad genérico profesional en directivas de empresa se caracteriza por la colisión entre dos sistemas de normas y valores distanciados: el del espacio privado que deben compatibilizar con el rol de género tradicional (madre y esposa) y el del espacio público de la dirección empresarial en el que deben adaptar valores androcéntricos para demostrar sus habilidades y equipararse a la valoración del hombre directivo. El eje divisorio de la identidad de la mujer emprendedora es “ser madre” ya que este hecho implica una parte importante de la realización personal y hace que la mujer se defina bien como madre y empresaria, bien como una persona con diversas facetas vitales. La identidad es siempre una identidad en transición en el sentido de que depende de las circunstancias familiares. Cuando se forma una familia, la mujer es, en la mayoría de ocasiones, la principal gestora y organizadora del hogar. En contraposición, las mujeres solteras se identifican, en todos los casos, como empresarias o como profesionales ya que no se encuentran condicionadas por el rol privado de cuidados.

Sin embargo, destaca el hecho de que una gran parte de las entrevistadas no ven diferencias a la hora de tener éxito en la aventura del emprendimiento, incluso una entrevistada señalaba que se concedían más préstamos a las mujeres. Un importante avance es que todas declaran la igualdad de capacidades pese a que algunas destaquen que la imagen profesional del hombre esté más vinculada con mayor autoridad o respeto. El mayor límite para conseguir sus aspiraciones laborales es mayoritariamente la presión social por tener una dedicación al cuidado de sus hijos/as aunque el apoyo de la pareja se vaya incrementando en las generaciones más jóvenes.

La conclusión del estudio es que no será posible lograr una igualdad laboral para las mujeres mientras no se resuelva la carga del trabajo no remunerado y de cuidado que ha recaído históricamente sobre las mujeres. Por todo ello, la CEPAL propuso la necesidad de trabajar para mejorar el acceso de la mujer a los recursos económicos, mejorar incentivos para la inserción laboral, crear políticas para conciliar mejor la vida laboral y doméstica, disminuir el déficit de infraestructura social, como guarderías o sitios de atención para ancianos y, finalmente, promover la incorporación de los hombres en las tareas de cuidado (Rodríguez y Martínez 2010 cit. en Rojas, 2010: 49). A ello habría que añadir que deben

combatirse las resistencias a cambiar las prioridades de lo laboral y lo doméstico, que el hombre debe implicarse, al menos, en el 50% de los cuidados y de su gestión y que la sociedad debe valorar la sostenibilidad de la vida más que la productividad de las personas.

7. Bibliografía

- ASOCIACIÓN RED GEM ESPAÑA (2016). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2015*. Santander: Centro Internacional de Santander Emprendimiento.
- ALSOS, GRY AGNETE Y LJUNGGREN, ELISABET (1998). *Does the business start-up process differ by gender? A longitudinal study of nascent entrepreneurs*. Disponible en <http://www.babson.edu/entrep/fer/>
- ÁLVAREZ, ADANEYS Y GÓMEZ, INGRID CAROLINA (2011). Conflicto trabajo-familia, en mujeres profesionales que trabajan en la modalidad de empleo. *Pensamiento Psicológico, Volumen 9, No. 16*, 89-106. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80118612006>
- ÁLVAREZ, MARÍA JOSÉ, REBOLLO, MARÍA ÁNGELES Y RODRÍGUEZ, MARÍA DEL ROSARIO (2013). Factores facilitadores y bloqueadores del emprendimiento femenino: orientar para el emprendimiento desde una perspectiva de género. *AIDIPE Actas del XVI Congreso Nacional / II Internacional Modelos de Investigación Educativa*, 427-435.
- BAKAN, DAVID (1966). *The duality of human existence*. Chicago: McNally.
- BANESTO Y OMEGA (2009). *Impacto de la actividad empresarial femenina en la economía española*. Madrid: Demótica Consultores, S.L.
- BIGGS, AMANDA y BROUGH, PAULA (2005). Investigating the moderating influences of gender upon role salience and work-family conflict. *Equal Opportunities International* Vol. 24 Iss: 2, 30 – 41.
- Concilia2 (2018) *Más de 20 conceptos sobre igualdad*. <http://www.concilia2.es/mas-de-20-conceptos-sobre-igualdad/>
- CORIA, CLARA, FREIXAS, ANA Y COVAS, SUSANA (2005). *Los cambios en la vida de las mujeres*. Barcelona: Paidós.
- DE LA VEGA, IGNACIO, CODURAS, ALICIA, CRUZ, CRISTINA Y JUSTO, RACHIDA (2008). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España 2007*. Madrid: Instituto de Empresa.
- DELMAR, FREDERIC Y HOLMQUIST, CARIN (2004). Women's Entrepreneurship: Issues and Policies. *2nd OECD Conference of Ministers Responsible for Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs)*. Estambul, Turquía, del 3 al 5 de junio de 2004.
- DONOSO, TRINIDAD, FIGUERA, PILAR Y RODRÍGUEZ MORENO, MARÍA LUISA (2011). Barreras de género en el desarrollo profesional de la mujer universitaria. *Revista de Educación*, 355, 187-212.
- DRIGA, OTILIA, LAFUENTE, ESTEBAN Y VAILLANT, YANCY (2005). Gender differences in entrepreneurial activity: an analysis of informal institutional factors. *50th World Conference of ICSB 2005: Golden Opportunities for Entrepreneurship*. Washington DC. Del 15 al 18 de junio de 2005.
- EUROSTAT (2018). *Estadísticas demográficas*. Bruselas: Comisión Europea.

- FREIE UNIVERSITÄT BERLIN (2018) Lo domestico. *Mujeres y género en América Latina*. Instituto de Estudios latinoamericanos. https://www.lai.fu-berlin.de/es/e-learning/projekte/frauen_konzepte/projektseiten/konzeptebereich/je_domestico/contexto/index.html
- FUENTES, FERNANDO y SÁNCHEZ, SANDRA (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada* vol. 28-3, 1-28.
- GARCÍA SAINZ, CRISTINA (2002) *Trabajo no remunerado versus mercantilización: hacia un reparto de responsabilidades entre hogar, mercado y Estado*. Madrid: UAM y Federación Española de Sociología. <http://www.fes-sociologia.com/files/res/2/09.pdf>
- GIMENO, MARÍA JOSÉ y ROCABERT, ESPERANZA (1998). *¿Poseen las mujeres que escogen opciones no tradicionales para su género unas características en común?* *Revista de Psicología de la Educación*, 23, 69-90.
- GONZÁLEZ, ROSA MARÍA (2010). El problema de género en las estructuras empresariales españolas del siglo XXI. *Revista de ICE*, 852, Enero-Febrero, Madrid: Ministerio de Economía y Comercio, 113-125. Disponible en http://www.revistasice.com/cache-pdf/ICE_852_113-126_789011C482551F2A68667ED8F7BBC55F.pdf
- IBÁÑEZ, MARTA (2010) Al otro lado de la segregación ocupacional por sexo. Hombres en ocupaciones femeninas y mujeres en ocupaciones masculinas. *Revista Internacional de Sociología* Vol.68, nº 1, Enero-Abril 2010, 145-164. Disponible en <http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/viewFile/175/175>
- INSTITUTO NACIONAL DE EMPLEO (2016). *Encuesta de Población Activa*. Madrid: INEM.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2011) *Encuesta de uso del tiempo*. Madrid: INE.
- JELIN, E. Y FEIJOO, C. (1980) *Trabajo y familia en el ciclo de vida femenino: el caso de los sectores populares en Buenos Aires*. Buenos Aires: Centro de Estudios de Estado y Sociedad.
- JELIN, ELIZABETH (2002). Introducción. Gestión política, gestión administrativa y gestión histórica: ocultamientos y descubrimientos de los archivos de la represión en Da Silva, Ludmila y Jelin, Elizabeth (comp.) *Los archivos de la represión: documentos, memoria y verdad*. Madrid: Siglo Veintiuno de España.
- KANTOR, PAULA (2002). Gender, microenterprise success and cultural context: the case of south asia. *Entrepreneurship. Theory and Practice*, 26(4), 131-143.
- LANGOWITZ, NAN y MINNITI, MARÍA (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, may 2007, 341-364.
- LANGOWITZ, NAN; SHARPE, NOREAN y GODWYN, MARY (2006). Women's business centers in the United States: Effective entrepreneurship training and policy implementation. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 19, nº 2, 167-182.
- MARÍN, MANUEL, INFANTE, EDUARDO y RIVERO, MARCOS (2002). Presiones internas del ámbito laboral y/o familiar como antecedente del conflicto trabajo-familia. *Revista de Psicología Social*, 17(1), 103-112. Disponible en <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1174/021347402753408695?journalCode=rrps20#preview>
- MARTÍNEZ, CARMEN y PATERNA, CONSUELO (2001). Autoatribuciones de género y su relación con los dominios familiar y laboral. *Revista de psicología social*, 16, 59-70.

- MARTÍNEZ VEIGA, UBALDO (1995). *Mujer, trabajo y domicilio. Los orígenes de la discriminación*. Barcelona: Icaria.
- MCCLELLAND, DAVID C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- MINNITI, MARÍA y ARENIUS, PÍA (2003). *Woman in Entrepreneurship*. The Entrepreneurial Advantage of Nations: The First Annual Global Entrepreneurship Symposium, 1-1.
- MORIANO, JUAN ANTONIO, TREJO, ENRIQUE y PALACÍ, FRANCISCO J. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social y de las Organizaciones Vol 16*, 229-242.
- MARCO, FLAVIA (2012) *La utilización de las encuestas del uso del tiempo en las políticas públicas*. Santiago: CEPAL-Naciones Unidas.
- NAVARRO-ARDOY, LUIS (2004). Trabajo y familia: un conflicto en las parejas. *Revista de Estudios de Juventud*, 67, 115-125. Disponible en http://www.injuve.es/sites/default/files/revista67_tema8.pdf
- NICOLSON, PAULA (1997). *Poder, género y organizaciones*. Narcea: Madrid.
- ORMEÑO, BÁRBARA (2014). Emprendimiento Femenino: Propuesta de un Perfil en base al propio Discurso de Mujeres, desde una Perspectiva Cualitativa. *Revista GPT Gestión de las Personas y Tecnología / Edición N° 19 / Mayo de 2014*, 20-25.
- PEDRERO, MERCEDES (2002). Género y trabajo doméstico y extradoméstico en México. Una estimación del valor económico del trabajo doméstico. *Scripta Nova. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales Vol VI*, nº 119 (28).
- PEREIRA, FERNANDO (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. *Cuadernos de Administración N° 20* (34), 11-37.
- PERIS-ORTIZ, MARTA, PERIS-BONET, FERNANDO JUAN y RIBEIRO-SORIANO, DOMINGO ENRIQUE (2010). Capacidades y mujer Emprendedora. *ICE Mujeres y Economía N° 852. Enero-Febrero 2010*, 153-165.
- ROJAS, OLGA LORENA (2010) Género, organización familiar y trabajo extradoméstico femenino asalariado y por cuenta propia. *Revista Latinoamericana de Estudios de Familia Vol. 2*, 31-50.
- SABATER, CARMEN (2014). La interacción trabajo-familia. La mujer y la dificultad de la conciliación laboral. *Lan Harremanak* nº 30, 163-198.
- SALLES, VANIA y RODOLFO TUIRÁN (1998) Cambios demográficos y socioculturales: familias contemporáneas en México. En Schmukler, Beatriz (coord..) *Familias y relaciones de género en transformación. Cambios trascendentales en América Latina y el Caribe*, 83-126. México: The Population Council/EDAMEX.
- SÁNCHEZ-APELLÁNIZ, MERCEDES (1999). Tendencias de las mujeres en el desarrollo profesional. *Reis* nº 85, 67-83.
- TNS (2016) *Mujeres InSync*. Madrid: Activia-IESE.
- VIRGILÍ, DALIA (2011). ¿Empresarias o superwomen? Estudio de identidad genérico-profesional en directivas de empresa. *Revista Clepsydra*, 10; noviembre 2011, pp. 95-108.
- WAGNER, JOACHIM (2007). What a difference a Y makes – Female and Male nascent entrepreneurs in Germany. *Small Business Economics*, vol. 28, nº 1, pp. 1-21.