



Las mujeres en Galicia se embarcan más en el emprendimiento que ellos

► Las féminas ven menos oportunidades y su miedo a fracasar es mayor, pero se lanzan más y eso solo pasa en 3 autonomías

M.N. (AGN)

SANTIAGO. A diferencia de lo que ocurre en el conjunto de España, en Galicia las mujeres se lanzan al emprendimiento más que los hombres. Un 5% de las féminas en la comunidad pilotaban un negocio propio con hasta tres años y medio de andadura en 2020 —el último ejercicio para el que hay datos—, mientras entre los varones la ratio estaba en el 3,5% tras caer con fuerza en el último lustro. Se trata del tercer año consecutivo en el que ellas presentaron tasas más elevadas de actividad emprendedora. En España, esa mayor apuesta por el autoempleo entre las mujeres que entre los hombres solo se da en Galicia, Baleares y Canarias, lo que guarda relación con la cultura o el «matriarcado».



María Sande de Coca-Cola; el presidente de la CEG, Juan Vieites; y la profesora de la USC Isabel Neira. PEPE FERRÍN

Lo explicó ayer la directora-técnica de GEM-Galicia y profesora de Economía Financiera y Contabilidad de la USC, la balearense Isabel Neira, en la presentación en Santiago de los datos relativos a Galicia de un estudio elaborado por el Observatorio de Emprendimiento de España con datos de GEM, realizado en el marco de un programa impulsado por Coca-Cola para apoyar el emprendimiento femenino.

El informe revela que a las mujeres les cuesta más que a los varones ver oportunidades para embarcarse en su propio negocio, aunque finalmente se lanzan más que ellos, en la mayor parte de los casos a costa de invertir sus ahorros personales. Ellas suelen poner en marcha acciones menos ambiciosas, en buena medida porque los hombres se mueven más por el objetivo de ganar dinero y las fémi-

nas valoran sobre todo prosperar a nivel profesional y personal.

Otra de las conclusiones es que la mujer teme más al fracaso. Ese miedo a que su proyecto naufrague es una espada de Damocles para el 44% de emprendedoras. Isabel Neira atribuyó ese tono más «pesimista» en parte a una cuestión cultural que puede trabajarse.

En la jornada organizada por la Confederación de Empresarios de Galicia (CEG), la profesora de la USC apostó por ayudar desde las administraciones a crear empresas y facilitar su cierre. También abogó por introducir la educación emprendedora en los colegios.

Más allá de la cuestión de género, puso de relieve que casi el 30% de los emprendedores en Galicia lo hacen siguiendo una tradición familiar. No siempre cogen las riendas del negocio de sus padres, sino que se reinventan y, con esa impronta del autoempleo, ponen en marcha otras empresas. «Para alguien que se ha criado como emprendedor es difícil ser asalariado», afirmó la docente.

Apoyo

Coca-Cola ayuda a féminas a crear empresas a través de la formación

«Empoderar» a las mujeres para que creen empresas es el objetivo de un programa de formación y capacitación impulsado por

Coca-Cola que este año celebra su sexta edición. **Gira Mujeres** está dirigido a féminas de entre 18 y 60 años que quieran hacer realidad una idea de negocio o que ya lo tengan y busquen darle un giro o reinventarse tras la crisis del covid.

Inscripción

El plazo de inscripción está abierto. La iniciativa ofrece formación online en grupos reducidos para brindar conocimiento y habili-

dades para desarrollar proyectos vinculados a la alimentación y las bebidas y/o al turismo y ocio.

5.000 euros a ganadores

Al final del itinerario se seleccionarán 24 proyectos finalistas, entre los que se elegirán cuatro ganadores que recibirán cada uno 5.000 euros de capital semilla, como explicó la jefa de comunicación del área noroeste de Coca-Cola Partners Iberia, María Sande.