



# Women in digital startups.

Análisis de las diferencias entre startups digitales lideradas por mujeres y por hombres.

**Berta Pérez Pey**

Proyecto de investigación

Del MBA en Digital Business de Three Points

Julio, 2020

Partner Académico:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

Una escuela de:

**OBS** Business  
School

[threepoints.com](https://threepoints.com)



# Índice

<b>Capítulo 1</b>	Introducción	04
<b>Capítulo 2</b>	Estado del arte	06
<b>Capítulo 3</b>	Metodología	18
<b>Capítulo 4</b>	Explicación de la muestra	20
<b>Capítulo 5</b>	Recogida de datos	22
<b>Capítulo 6</b>	Análisis de los datos	33
<b>Capítulo 7</b>	Resultados	48
<b>Capítulo 8</b>	Discusión y conclusiones	51
	Referencias bibliográficas	62
	Anexo	66



## Capítulo 1

# Introducción



A través de la innovación, la inversión y el desarrollo de productos y servicios, los sectores público y privado desempeñan un papel importante en la promoción de la igualdad de género y la mejora de la vida de las mujeres. Si bien las mujeres representan más del 50% de la población mundial, también representan el 70% de las personas que sufren hambre en el mundo<sup>1</sup>.

El objetivo de este trabajo es analizar la presencia femenina en el ecosistema emprendedor digital en Cataluña especialmente, para analizar cuáles son las principales causas de la brecha digital de género y apuntar posibles soluciones para superar esta situación.

El planteamiento general de este trabajo es que los resultados sirvan para proponer recomendaciones con el fin de orientar acciones de cambio en las organizaciones públicas y privadas para que contribuyan a promover la igualdad de oportunidades en el sector digital, haciendo especial incidencia en el Objetivo de Desarrollo Sostenible<sup>2</sup> (ODS) número 5 sobre lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

El sector TIC se enfrenta a importantes desafíos en las próximas décadas y va a necesitar atraer y retener al mejor talento para superarlos. Y esto pasa necesariamente por aprovechar el talento femenino, que se caracteriza por tener más desarrolladas las competencias que demandan las empresas actualmente: trabajo en equipo, transparencia, polivalencia y compromiso<sup>3</sup>.

## Preguntas de investigación:

Las preguntas de investigación claves para entender la brecha digital de las mujeres emprendedoras en las startups digitales y facilitar propuestas al final del proyecto son:

1. ¿Cuáles son las principales razones para la escasa presencia de mujeres emprendedoras en el sector TIC?
2. ¿Qué obstáculos frenan la presencia de mujeres emprendedoras en el sector TIC?
3. ¿Qué acciones/políticas pueden ayudar a fomentar la presencia de mujeres emprendedoras en el sector TIC? ¿Cómo fomentar las vocaciones digitales en las niñas y jóvenes?

---

1. "Las mujeres están por debajo de los hombres en ... - UN News." 14 feb.. 2018 2. "Desarrollo Sostenible – United Nations ...." 3. "PISA 2018: Insights and Interpretations - OECD."





## Capítulo 2

---

# Estado del arte



La transformación digital de la sociedad y la economía es un fenómeno actual imparable. Las nuevas tecnologías facilitan oportunidades de crecimiento en entornos globales para las pymes y los emprendedores.

El estudio “Women in the Digital Age”<sup>4</sup> publicado por la Comisión Europea muestra que en la Unión Europea **hay 4 veces más hombres que mujeres con estudios relacionados con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC)**. También señala que la digitalización podría suponer un incremento anual de 415.000 millones EUR en el PIB de la UE, y un aumento en el número de mujeres en empleos digitales podría traducirse en un impulso anual de 16.000 millones EUR para el PIB de la UE. Con el objetivo de aumentar la participación de las mujeres en el sector digital, desde la Comisión Europea se prevé desarrollar acciones centradas en tres áreas principales: hacer frente a los estereotipos, promover las habilidades y la educación digitales, y abogar para tener más mujeres empresarias.

Para superar la brecha de género digital a nivel local, es necesario establecer **estrategias centradas en la educación y la formación en las TIC**, según los diferentes rangos de edad de las mujeres. Es imprescindible realizar cambios en el modelo educativo para formar a los educadores en materia de género, particularmente a aquellos que trabajan con niños de entre 8 y 12 años, que son edades esenciales en la generación de las brechas de género y los estereotipos acerca de las tecnologías y los estudios STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas).

## **El estado del arte se ha estructurado en los siguientes apartados:**

1. Mujeres en el sector digital en Europa.
2. Mujeres en el sector digital en Barcelona.
3. La brecha de género en el empleo.
4. Cultura de igualdad inclusiva y diversa.
5. Acceso a financiación para startups.
6. Formación, talento y progresión profesional.
7. El fracaso y la salida voluntaria.

---

4. “L’augment de la brexa digital de gènere preocupa la ....” 15 ene.. 2019, <http://punttic.gencat.cat/article/laugment-de-la-brex-a-digital-de-genere-preocupa>

# 1

## Mujeres en el sector digital en Europa

Según el estudio “Women in Digital” de la Comisión Europea (2019)<sup>5</sup>, las mujeres están subrepresentadas en la economía digital:

- Solo 1 de cada 3 graduados en Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas (STEM) es mujer.
- Solo el 17%, 1 de cada 6, especialistas en TIC en la UE son mujeres.
- El 53% de las empresas que intentan contratar especialistas en TIC encuentran dificultades para encontrar personas cualificadas.
- Las mujeres que trabajan en TIC ganan casi un 20% menos que los hombres.
- Solo el 19% de los empresarios europeos de TIC son mujeres.
- El 93% del capital invertido en empresas europeas este año se destinó a equipos fundadores exclusivamente masculinos.

### —> Cuadro de Indicadores Mujeres en Digital 2019

- Women in Digital Scoreboard 2019<sup>6</sup>-

El cuadro de indicadores de la Comisión Europea sobre las mujeres en el ámbito digital (WiD) supervisa la participación de las mujeres en la economía digital. El cuadro de indicadores evalúa el desempeño de los Estados miembros en las áreas de uso de Internet, las competencias de los usuarios de Internet, así como las competencias especializadas y el empleo en base a 13 indicadores divididos en estas 3 categorías:

- Uso de internet (uso regular de internet, personas que nunca han usado internet, banca online, uso de redes sociales profesionales, cursos online, consultas online o votaciones, usuarios de eGovernment).
- Competencias de los usuarios en el uso de internet (competencias digitales básicas, competencias digitales superiores a básicas, competencias de software básicas).
- Competencias especializadas y empleo (graduados STEM, especialistas en TIC, brecha salarial de género)

Algunos de los hallazgos clave del marcador de WiD 2019 muestran que:

- Al igual que en 2018, Finlandia, Suecia, Luxemburgo y Dinamarca tienen la puntuación más alta en el marcador de WiD.
- Las mujeres menos digitales se encuentran en Bulgaria, Rumanía, Grecia e Italia, sin cambios respecto al 2018. El caso de Bulgaria, este indicador sale muy bajo porque comparan el uso de internet y competencias digitales,

---

5. “Women in Digital | Shaping Europe’s digital future - European ...” 18 sept.. 2019, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/women-digital> 6. “Women in Digital Scoreboard 2019 - Country Reports ...” 11 jun.. 2019, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/women-digital-scoreboard-2019-country-reports>.



pero cabe destacar que más de la mitad de la población de científicos e ingenieros son mujeres, como también ocurre en Lituania, Letonia y Dinamarca .

- Francia y España lideran el conjunto de estados de nivel medio alto, seguidos de Eslovenia, Bélgica, Austria, Irlanda, y Alemania.
- Existe una fuerte correlación entre el Índice WiD y el Índice de Economía y Sociedad Digital (DESI). EL DESI es un índice compuesto que resume cinco indicadores del rendimiento digital de Europa y que permite un seguimiento de la evolución de los Estados miembros de la Unión Europea en la competitividad digital. Estos cinco indicadores son conectividad, capital humano, uso de internet, integración de la tecnología digital y servicios públicos digitales. Los Estados miembros que lideran en competitividad digital también son líderes en mujeres en digital.
- Existe una brecha de género en los 13 indicadores a nivel de la UE. La brecha es mayor en el indicador de graduados STEM y en el de empleo de especialistas TIC.
- Las mujeres representan el 52% de la población europea, pero solo alrededor del 17% de las mujeres trabajan como especialistas en TIC y solo un 34% de las mujeres se han graduado en carreras STEM.
- En habilidades digitales, hay una brecha de género del 11%. La brecha es mayor para las habilidades básicas y especialmente para los mayores de 55 años.

---

7. "State of European Tech 2019 · State of European Tech 2019". <https://2019.stateofeuropeantech.com/chapter/diversity-inclusion/article/state-di-european-tech/> **8.** "Índice de Economía y Sociedad Digital (DESI) 2019 | Ontsi ...." <https://www.ontsi.red.es/ca/noticias/indice-de-economia-y-sociedad-digital-desi-2019>.



## 2

## Mujeres en el sector digital en Barcelona

El estudio “La brecha digital en la ciudad de Barcelona”<sup>9</sup>, realizado en el 2016 por iniciativa de Mobile World Capital Barcelona, define la brecha digital como “la desigualdad entre las personas que pueden tener acceso o conocimiento en relación a las nuevas tecnologías y las que no”.

Este estudio examina el fenómeno de la brecha digital en la ciudad y señala que Barcelona está por encima de la media europea en igualdad de acceso a las tecnologías entre hombres y mujeres (exceptuando el grupo entre 64 y 75 años). No obstante, también revela que se produce una mayor diferencia en los usos que cada grupo da a esas tecnologías en el plano profesional: los hombres realizan más actividades comerciales y de mantenimiento de webs y blogs, mientras que las mujeres se centran principalmente en actividades relacionadas con la salud y los cuidados.

En 2018, el Ayuntamiento de Barcelona realizó el estudio “El ecosistema de las TIC desde la perspectiva de género en Barcelona”<sup>10</sup>. Una de las principales conclusiones de este estudio es la infrarrepresentación de las niñas y mujeres y la reproducción de la desigualdad de género en los sectores estratégicos de la educación, la investigación y el empleo relacionados con las ingenierías y las TIC en Barcelona, tanto en lo que respecta al acceso como en términos de su diseño y usos. En los alumnos matriculados en la FP de la ciudad, las mujeres sólo representan el 6% de matriculados en las áreas relativas a la informática y la comunicación. Y, por ejemplo, en las carreras universitarias relacionadas con las TIC, la cifra de matriculadas constituye el 13% del total para las universidades asentadas en la ciudad. La cifra de investigadoras en los grupos de investigación de las TIC presenta la misma situación de infrarrepresentación. El análisis del mercado laboral para el sector TIC en Barcelona, muestra que el número de mujeres trabajando en el sector TIC se estima que está alrededor del 30%. También destaca que los órganos de decisión de las agrupaciones profesionales y empresariales de la ciudad están ocupados en su mayoría por hombres. Para mitigar esta situación de desigualdad entre géneros, desde el ámbito público se han llevado a cabo regulaciones que establecen el desarrollo de programas y planes de igualdad por parte de las empresas, aunque han tenido escaso recorrido e impacto.

Esta situación que encontramos en Barcelona también es extrapolable a Catalunya. En 2019 CTecno realizó un informe sobre el “Barómetro del sector tecnológico en Cataluña”<sup>11</sup>, en el que detecta la escasez de talento de mujeres en el sector TIC que representa un 8% de las posiciones técnicas y especializadas o en altos cargos dentro de las compañías tecnológicas. Sólo un 10,8% de las empresas encuestadas fomentan algún tipo de programa o política para contratar mujeres. Una problemática que se da tanto en grandes empresas como pymes.

El talento pasa a ser el primer freno para el crecimiento del sector, pasando de la séptima preocupación en la primera en sólo dos años. El estudio recomienda poner el foco en el talento, vertebrar el ecosistema por todo el territorio, acelerar la digitalización como creadora de valor de las empresas y fortalecer el diálogo entre las administraciones públicas y el sector privado.

---

<sup>9</sup>. “La Brecha Digital en Barcelona - Mobile World Capital ....” <sup>10</sup>. “El ecosistema de las TIC desde la perspectiva de género en ....” <sup>11</sup>. “Baròmetre 2019- Cal que les TIC es posicionin com ... - CTecno.” 20 jul.. 2019.

## 3

## La brecha de género en el empleo

Según el estudio “Coste de oportunidad de la brecha de género en el empleo”<sup>12</sup> de la plataforma ClosinGap elaborado por la consultora PwC en febrero de 2020, en España, de media, las mujeres cobran un 13,5% menos a la hora. La valoración económica de reducir estas diferencias salariales sería, en términos absolutos, de 28.218 millones de euros, equivalente al 2,4% del PIB español de 2017. En relación al sueldo medio anual, las mujeres cobran 5.784€ al año menos que los hombres, lo que supone un 21,9% menos de salario al año. La valoración económica de reducir estas diferencias salariales sería, en términos absolutos, de 49.502 millones de euros, equivalente al 4,2% del PIB español de 2017. Estos escenarios de igualdad salarial se conseguirían eliminando las diferencias salariales en las mismas categorías profesionales, así como aumentando la representación femenina en altos cargos. El informe también señala que eliminar la brecha de género en el empleo y en la ocupación a tiempo parcial tendría un impacto económico de 201.913 millones de euros, representativos del 16,8 % del PIB del año 2018. **Así pues, la paridad de género en el lugar de trabajo no es solo una cuestión ética o moral, sino también económica.**

Entre las causas de la brecha salarial, el informe señala la incorporación tardía de la mujer al mercado laboral, la interrupción de su carrera por maternidad, las diferencias de género en relación con la elección de estudios y profesiones o la falsa corresponsabilidad en los roles familiares y domésticos. Esta situación de desigualdad evidente entre hombres y mujeres, determina la trayectoria personal y laboral de las mujeres, al tiempo que lastra el desarrollo del conjunto de la economía nacional al no aprovechar todo el talento femenino.

El Observatorio Mujer, Empresa y Economía de la Cámara de Comercio de Barcelona (ODEE) realizó en 2017 un estudio sobre el Indicador de Igualdad de Género<sup>13</sup>, con el objetivo de cuantificar en qué situación se encuentran las mujeres en Cataluña, con respecto a 5 ámbitos: formación, mercado de trabajo, sector TIC e I+D, condiciones de vida y apoderamiento.

**La conclusión es que las mujeres tienen un nivel de formación superior, pero esto no se ha traducido en la misma medida en una igualdad en el mercado laboral.** Este hecho acaba repercutiendo en la calidad de vida de las mujeres ya que tienen una mayor probabilidad de caer en la pobreza, sobre todo después de la maternidad, dado que dedican más tiempo que los hombres al trabajo no retribuido.

También en 2017, el Observatorio Mujer, Empresa y Economía (ODEE) de la Cámara de Comercio de Barcelona y el Instituto Catalán de las Mujeres (ICD) presentaron el estudio “Cuantificación económica del trabajo doméstico y del cuidado de personas no remunerado en Cataluña”<sup>14</sup>, que pone en valor un conjunto de tareas de cuidado del hogar y la familia que dentro del mercado laboral tienen un valor económico. En segundo lugar, subraya la importancia de la desigualdad en la distribución de estas tareas no remuneradas entre hombres y mujeres, y los efectos que esto tiene para la situación económica de las mujeres.

---

<sup>12</sup>. “Coste de oportunidad de la brecha de género en el ... - PwC.” <sup>13</sup>. “Indicador d'Igualtat de Gènere. Informe de resultats 2017 ....” 6 mar.. 2018. <sup>14</sup>. “Quantificació econòmica del treball domèstic i de la cura de ...” 15 feb.. 2017

El estudio pone de manifiesto que la realización de las tareas domésticas y familiares sigue recayendo mayoritariamente sobre la población femenina, con independencia de su edad, situación laboral, tipo de hogar o nivel de estudios. En una sociedad igualitaria en la distribución del trabajo remunerado y no remunerado, las mujeres podrían obtener unos ingresos salariales brutos un 25% superiores a los actuales, lo que pone de manifiesto el coste de oportunidad que esto supone para las mujeres y cómo podría mejorar la situación salarial de las mujeres si se distribuyeran de manera igualitaria las tareas domésticas y familiares entre hombres y mujeres.

Por lo tanto, la distribución desigual de tareas domésticas acaba teniendo un coste para las mujeres de 8.852 millones de euros anuales en valores absolutos (equivalente al 4,1% del PIB del año 2015). O, dicho de otro modo, la distribución desigual de las cargas domésticas le cuesta a cada mujer catalana 2.759 euros anuales.

El estudio señala que desde 2010 se observa un aumento gradual de la dedicación de los hombres a las tareas del hogar y la familia (un aumento de 23 minutos), que prácticamente coincide con la disminución que hace la mujer a estas tareas. Como referencia, el año 2011 las mujeres dedicaban 1 hora y 52 minutos diarios más que los hombres en el hogar y la familia. Por lo tanto, la tendencia es positiva porque los hombres cada vez dedican más tiempo a las tareas del hogar y la familia, pero el ritmo es más lento de lo deseado.



## 4

### Cultura de igualdad inclusiva y diversa

Según el estudio “El valor oculto de los culture makers”<sup>15</sup> realizado por Accenture, para crear una cultura de igualdad y diversidad en las empresas es necesario basarla en tres pilares: liderazgo audaz (priorizar la cultura, establecer una hoja de ruta, responsabilizar a los líderes), acción integral (variada -encuestas, reuniones cara a cara-, proceso continuo, sensible a todas las personas), y un entorno de empoderamiento (conectado y que fomente la co-creación para buscar soluciones).

Si hablamos de cultura en el entorno de trabajo, existe una gran brecha entre lo que los directivos piensan que está sucediendo y lo que los empleados sienten o viven en su día a día. En España, el 72% de los líderes opina que está creando entornos en los que los empleados se sienten empoderados, pueden ser ellos mismos, plantear inquietudes e innovar sin temor al fracaso, pero solo el 32% de los empleados está de acuerdo. Esta brecha la podrían aprovechar las empresas para incorporar medidas correctivas y mejorar su Employer Branding.

## 5

### Acceso a financiación para startups

Los análisis de la OCDE<sup>16</sup> confirman la presencia de una brecha de género en el acceso al capital de riesgo utilizando diversas medidas de financiación. La probabilidad de que una startup reciba financiación es un 10% superior en aquellas fundadas íntegramente por hombres, frente a las que incluyen al menos una mujer. Cabe destacar, que también hay diferencias en la financiación recibida por las startups cuyos equipos fundadores incluyen mujeres, que es un tercio inferior que la que alcanzan aquellas lideradas solo por hombres. Este documento analiza las oportunidades de financiación de la brecha de género para startups de alto potencial en los países de la OCDE y BRICS utilizando la base de datos de Crunchbase. Entre las startups que figuran en Crunchbase, menos del 6% son fundadas solo por mujeres, mientras que el 15% tiene al menos una mujer entre los fundadores. La brecha de género en las startups innovadoras de alto potencial es mucho mayor que la brecha de género en emprendimiento o creación de empresas en general. Los inversores pueden ser reacios a invertir en emprendedoras por razones inconscientes y sesgos implícitos, por ejemplo, a menudo basan sus decisiones en los patrones del discurso y el lenguaje no verbal.

Según el estudio “EoY 2019 Diversity Report: 20 Percent of Newly Funded Startups In 2019 Have A Female Founder”<sup>17</sup>, el 20 % de las nuevas empresas mundiales que recaudaron su primera ronda de financiación en 2019 están fundadas por una mujer. Es un dato positivo puesto que la proporción de empresas cofundadas por mujeres se ha duplicado desde 2009, que se situó en el 10%. El año 2019 batió

---

15. “Una cultura igualitaria en el entorno de trabajo -Accenture.” 16. “Levelling the playing field - OECD.” 21 jun.. 2019 17. “EoY 2019 Diversity Report: 20 Percent Of Newly Funded ...” 21 ene.. 2020

récords con 21 nuevos unicornios -compañías que consiguen un valor superior a los 1.000 millones de dólares en su etapa inicial- fundados por mujeres reportados (en comparación con 15 en 2018).

El número total de nuevas empresas financiadas con una mujer fundadora es un indicador de cambio, junto con el avance de las mujeres en la empresa. Otro tema es cómo les va a las fundadoras a la hora de recaudar fondos de capital riesgo.

En 2019, se invirtieron 26.7 mil millones \$ en empresas con al menos una cofundadora; poco más de 6 mil millones \$ en empresas fundadas sólo por mujeres; y 20.6 mil millones \$ en empresas cofundadas por mujeres / hombres.

El año 2019 cerró con un 3% de las inversiones destinadas a empresas fundadas por mujeres y un 10% a empresas cofundadas por hombres y mujeres, sumando un total de un 13% de las inversiones de capital semilla y capital riesgo. La proporción de acuerdos en 2019 es ligeramente mayor en comparación con el volumen en dólares. Encontramos un 6% para empresas fundadas sólo por mujeres y un 13% para empresas cofundadas por hombres y mujeres, lo que representa el 19 por ciento de todas las rondas de financiación.

Las tendencias generales son que las fundadoras recaudan menos financiación en las rondas de capital semilla que sus homólogos masculinos. En proporción, las startups fundadas solo por mujeres tienden a levantar menos dinero que las startups fundadas por equipos mixtos (hombres y mujeres). Esta tendencia en capital semilla<sup>18</sup> suele reproducirse en rondas de financiación posteriores también.

## 6

## Formación, talento y progresión profesional

La educación es uno de los factores clave en el mercado laboral asociado a mejores puestos y condiciones laborales y, a menudo, con mejores salarios. En 2020, **la proporción de mujeres de entre 25 y 64 años con educación universitaria o superior es mayor que la de los hombres**, constituyendo una diferencia positiva de 2,5 puntos porcentuales<sup>19</sup>.

A pesar de que las mujeres están más formadas que los hombres, hay diferencias respecto al campo de estudio que eligen que afectan directamente a sus condiciones laborales y a sus salarios. En España, **por cada mujer con una titulación del grupo STEM (Sciences, Technology, Engineering and Maths), hay 2,85 hombres**.

Revisando los datos del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades<sup>20</sup> de los estudios universitarios cursados en España (2019), se observa como el talento femenino prefiere cursar estudios más sociales y de letras, que no científicos.

En la primera posición, con más mujeres cursando los estudios en número absoluto, se encuentra Logopedia con un 95,1% de mujeres en las aulas, el

---

<sup>18</sup>. El término semilla sugiere que se trata de una inversión temprana, lo que significa que el apoyo al negocio se realiza en su fase de creación hasta que consigue generar su propio flujo de caja, o hasta que está listo para una nueva inversión. El capital semilla puede incluir opciones como la financiación familiar y por amigos (FFF), la financiación por Business Angels, y recientemente, el micromecenazgo. <sup>19</sup>. "Coste de oportunidad de la brecha de género en el ... - PwC." <sup>20</sup>. "Catálogo de datos - Ministerio de Ciencia e Innovación."

mismo porcentaje que Educación Infantil. En la segunda posición, se encuentra Restauración y Conservación con un 88,6%, seguida de Educación Social con un 86,8% y Terapia Ocupacional con un 80% de mujeres.

Prácticamente todas las ingenierías ocupan las últimas posiciones del ranking de mujeres que estudian estas carreras más tecnológicas. En último lugar está Ingeniería de Computadores, que cuenta con sólo un 7,6% de mujeres; seguida de Ingeniería Eléctrica con un 13,6% y de Informática con un 13,9%. La ingeniería preferida por el talento femenino es la Biomédica y de la Salud, estudiada por un 59,4% de mujeres. Todo esto, teniendo en cuenta que el 60% del total de graduados que contemplan el estudio son mujeres.

Pero cabe destacar que, según el grado universitario elegido, las posibilidades de inserción laboral pueden llegar a triplicarse. Los titulados en Medicina son los que más opciones de encontrar trabajo tienen y los que más cotizan de la media estatal, mientras que los de Podología son los que menos cotizan. De este modo, los estudiantes de Medicina son los que más opciones de encontrar trabajo tendrán con un 92,1% de afiliación a la Seguridad Social y una base de cotización de 34.290 euros, seguidos de los de Óptica y Optometría y de Farmacia. Las ingenierías, por su parte, cogen posiciones en el ranking y la cuarta plaza la ocupa el grado en Ingeniería Aeronáutica, seguido del de Ingeniería en Tecnologías Industriales. Cabe destacar que, de las 99 carreras contempladas por el estudio, 23 son ingenierías. Además de las ya mencionadas, son especialmente populares las carreras de Ingeniería de Computadores y la de Telecomunicaciones. En contrapartida, en la 61 posición, se encuentra la Ingeniería de Horticultura y Jardinería con una tasa de afiliación del 76,6% y una base de cotización de 20.138 euros. Mientras tanto, a la cola, se encuentra Podología, con una base de 12.935 euros; Logopedia, con 14.467 euros, y Odontología, con 14.795 euros.

La sobrecualificación también es un problema a destacar en el mercado laboral español, que afecta en mayor medida a las mujeres, ya que por cada hombre con formación universitaria que trabaja en puestos que no requieren de esta titulación, hay 1,12 mujeres. Por el contrario, las ocupaciones predominantemente femeninas (sector servicios, salud, educación y puestos administrativos) tienen un salario medio inferior.

No obstante, según se asciende en posiciones dentro de una organización, más aumenta la presencia masculina y se reduce la femenina, lo que lleva finalmente a que las mujeres estén infrarrepresentadas en los consejos de administración. El llamado “techo de cristal” se ve reflejado en la proporción de mujeres en los consejos de las empresas del IBEX 35, donde se estima que la presencia femenina está en torno al 26%.

Según el estudio sobre la igualdad de género en las empresas realizado por el Gabinete de Estudios de la Cámara de Comercio de Barcelona (2018)<sup>21</sup> con el apoyo del Ayuntamiento de Barcelona, las mujeres representan el 41,4% de la plantilla en las empresas catalanas, pero sólo el 23,7% en los puestos de alta responsabilidad (management o dirección). En la industria las mujeres ocupan el 18,5% de los puestos de responsabilidad, mientras que la hostelería tiene el

---

21. “Encuesta a les Empreses sobre Igualtat de Gènere | Dona ....”

porcentaje más elevado, el 31,4%. Sólo el 28,2% de las empresas ha aumentado la presencia femenina en la plantilla los últimos cinco años y tan sólo el 17,9% lo ha incrementado en los puestos directivos, y la industria es el sector donde más ha aumentado la presencia femenina en los puestos de decisión en los últimos cinco años.

Según el estudio “Women in Business: hacia un avance real”<sup>22</sup> realizado en 2019 por Grant Thornton, las principales barreras que las 400 mujeres entrevistadas en el estudio declara que tiene para ascender a posiciones directivas (respuesta múltiple), son:

- Maternidad (49%)
- Falta de conciliación (47%)
- Cultura dominada por hombres en el sector (47%)
- Cultura dominada por hombres en la empresa (45%)
- Directivos son propietarios (39%)

Otra referencia interesante es el “2018 Women in Tech Index”<sup>23</sup>, que realiza HoneyPot, que compara datos de 41 países de la OCDE y EU, y ofrece datos comparables relacionados tanto con la industria tecnológica como con la brecha salarial.

Los resultados obtenidos revelan que los países que tienen más para ofrecer a las mujeres que buscan progresar en el sector tecnológico, también presentan mejores resultados en cuanto a salarios más justos. Con Portugal, Estados Unidos y Letonia destacados como los tres principales países que han dado pasos positivos hacia la paridad de género en el campo de la tecnología.

Según el estudio “The hidden value of Culture Makers”<sup>24</sup> realizado por Accenture en 2020, las mujeres siguen siendo increíblemente escasas en los puestos de alta dirección en general, y solo el 2,8% de los CEO de FORTUNE Global 500 son mujeres. La buena noticia es que este índice sigue una tendencia creciente positiva, ya que en los datos del ranking Fortune 500<sup>25</sup> de mayo 2020, ha alcanzado un nuevo récord con 37 de las compañías con mujeres CEO al frente (7,4%). Un análisis más detallado desvela que muchas de estas mujeres líderes se concentran en la parte inferior de Fortune 500, donde las empresas son más pequeñas y solo siete mujeres dirigen compañías Fortune 100. Varias CEOs femeninas se concentran en el comercio minorista, mientras que el liderazgo femenino entre las compañías tecnológicas de Fortune 500 sigue siendo escaso.

Estas cifras de las grandes corporaciones van relacionadas con que solo una de cada cinco nuevas startups tiene una fundadora mujer<sup>26</sup>.

---

**22.** “Women in Business 2019 - Grant Thornton.” **23.** “2018 Women in Tech Index | HoneyPot.” **24.** “Una cultura igualitaria en el entorno de trabajo -Accenture.” **25.** “Fortune 500 CEOs who are women hits record high | Fortune.” 18 may.. 2020 **26.** “EoY 2019 Diversity Report: 20 Percent Of Newly Funded ....” 21 ene.. 2020.



## 7

# El fracaso y la salida voluntaria

El fracaso es común en el mundo las startups, y algunos estudios han encontrado que las tasas de fracaso son especialmente altas para las mujeres empresarias. Las mujeres emprendedoras tienen más probabilidades que sus homólogos hombres de salir voluntariamente, y por razones personales, que como resultado de un fracaso empresarial.

En el estudio “The different reasons men and women leave their successful startups”<sup>27</sup> de Harvard Business Review, constatan que cuando el emprendedor era mujer, la probabilidad de salida por razones personales aumentaba en un 15%. Por el contrario, la probabilidad de fracaso real se redujo en un 13% para las mujeres.

### Conclusiones del desk research: principales hipótesis

Una vez analizada la información secundaria recogida (desk research) sobre la brecha digital de género, se concluye que algunas de sus principales causas son:

#### Educación:

- Diferencias de género en la elección de ciertos estudios y profesiones.
- Falta de mujeres en carreras STEM (Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemática).

#### Ámbito laboral:

- Falta de mujeres en puestos directivos y más concretamente, en consejos de administración, donde se toman las decisiones estratégicas sobre la empresa.
- Falta de visibilidad de mujeres referentes en el ámbito tecnológico.
- Brecha de género en empleabilidad en el sector tecnológico.

#### Networking:

- Dificil acceso de las mujeres a las redes de contactos de hombres.

#### Ámbito económico:

- Dificil acceso de las mujeres a los circuitos y redes de financiación habituales para startups (inversores).
- Brecha salarial entre hombres y mujeres con cualificaciones similares y en posiciones similares.

#### Ámbito personal:

- Interrupción laboral por embarazo y lactancia.
- Dificil conciliación de la vida personal y familiar.
- Falta de corresponsabilidad en los roles familiares y domésticos.
- Peso de los estereotipos de género.

---

27. “The Different Reasons Men and Women Leave Their ....”

## Capítulo 3

# Metodología



El trabajo se divide en tres bloques: desk research, entrevistas cualitativas con mujeres líderes de startups digitales y cuestionarios cuantitativos a hombres y mujeres líderes de startups. Se han utilizado técnicas de recogida de información secundaria, entrevistas en profundidad presenciales (face-to-face) y cuestionarios cuantitativos online.

Para el desk research se ha llevado a cabo la revisión de literatura sobre la brecha digital de género y sus posibles causas, tanto a nivel español como internacional con el objetivo de realizar un benchmark para validar tendencias e hipótesis. Parte de esta revisión ya se ha realizado en el apartado anterior de este estudio (2), aunque también se han revisado fuentes secundarias como vídeos, entrevistas, webinars, artículos en prensa, programas de radio, etc.



**+80** reports y estudios

- Women in Business: hacia un avance real - Grant Thornton.
- Digitally Driven Gender Diversity - Boston Consulting Group
- Women in Tech. Time to close the gender gap - PwC
- Winning the Race for Women in Digital - BCG
- EU Startup monitor 2019
- Women in the Digital Age - European Commission
- EU policy on Women in Digital - EC
- The gender pay gap situation in the EU - EC
- Women active in the ICT sector - EC
- Gender Equality Strategy 2020 - 2025 - EC
- Pla DonaTIC - Generalitat de Catalunya
- El ecosistema de las TIC desde la perspectiva de género - Ayuntamiento de Barcelona



**+50** artículos, noticias y entrevistas

- To Succeed in Tech, Women Need More Visibility - Harvard Business Review
- Gender gap Women - HBR
- This is why women don't want to work at your tech company - Fast Company
- 107 Barcelona startups to watch in 2020 - Seedtable
- La ocupación del sector tecnológico en BCN crece ocho veces más que la global - El Periódico
- Las 10 mujeres emprendedoras y relacionadas con startups que debes seguir en Twitter - El Periódico
- Barcelona Tech City impulsa la igualtat de gènere en el sector tecnològic - Via Empresa
- Directorio de startups en Cataluña (Startups Catalonia - ACCIÓ)



El segundo bloque se basa en una serie de entrevistas cualitativas con mujeres líderes de startups digitales para sacar nuevas percepciones sobre los principales atributos que dan valor al liderazgo de startups, tales como intereses profesionales de los fundadores de startups, barreras que se han encontrado en el camino o ayudas que han sido claves, cuál ha sido el papel de las ayudas públicas, cuál ha sido el papel de mentores privados, qué papel han jugado las herramientas digitales en la puesta en marcha de la startup, etc. Por lo tanto, el segundo bloque pretende contrastar las hipótesis obtenidos en el desk research con las respuestas que puedan dar mujeres referentes en el sector digital, a través de entrevistas personales con ellas, con el fin de incorporar su opinión e identificar posibles causas u obstáculos que expliquen la escasa presencia femenina en startups digitales, así como posibles propuestas para invertir esta situación.

El tercer bloque complementa la información recopilada con un análisis cuantitativo a través de la elaboración de un cuestionario ad-hoc customizado para contestar las preguntas de investigación, que se ha enviado a emprendedores y emprendedoras digitales que lideran empresas (startups principalmente), con una muestra de **52 empresas (22 lideradas por mujeres y 30 lideradas por hombres)**. Con los resultados del cuestionario se pretende identificar las principales diferencias entre las empresas digitales lideradas por mujeres respecto a las empresas lideradas por hombres y buscar cierta representatividad.

La parte final integra las 3 metodologías: *desk research*, análisis cualitativo y análisis cuantitativo, para llegar a una interpretación de resultados, con conclusiones y propuestas.



## Capítulo 4

# Explicación de la muestra



A nivel geográfico, este trabajo ha basado su muestra en el **universo de startups en Cataluña**<sup>28</sup>, que cuenta con unas 1.504 startups, aunque la gran mayoría se concentran en la ciudad de Barcelona.

Se ha escogido esta muestra por el potencial de Barcelona a nivel de startups dentro del marco europeo:

- 1. Barcelona figura en la 5ª posición del ranking de hubs europeos de startups y en la 1ª posición para hubs del sur de Europa**<sup>29</sup>, por detrás de Londres, Berlín, París y Ámsterdam, y por delante de Madrid, Estocolmo, Dublín y Copenhagen.
- Barcelona también figura en la 5ª posición como tech hub europeo en volumen de inversión<sup>30</sup> en 2019, con una inversión de 2.748 millones de euros.
- 3. Las startups del ecosistema catalán** han aumentado hasta un 38,5% en los últimos 4 años, de 1.086 startups en 2016 a **1.504 en 2019**.
- 4. Los sectores vinculados a las TIC, el ocio, y la salud concentran un 40,5% de las startups.** Del 43% de las startups, destacan el e-commerce y el marketplace como modelos de negocio. El modelo SaaS continúa creciendo hasta la segunda posición y aumenta 6 puntos porcentuales.
- 5. Las mujeres están presentes prácticamente en un 22% de los equipos fundadores de startups en Cataluña.** Este porcentaje es superior al de la media europea (17,6%) y en países como el Reino Unido, los Países Bajos, Suecia o Francia.

27. "Barcelona & Catalonia Startup Hub." 28. "Top 15: Europe's biggest startup hubs in 2018 | EU-Startups." 22 nov.. 2018, . 29. "Blog | Dealroom.co | Data-driven insights." 30. "Blog | Dealroom.co | Data-driven insights."

A nivel de definición de startup se ha escogido como marco de referencia la que recomienda el European Startup Monitor<sup>31</sup>, que, si bien constata que el término startup no tiene una definición oficial, comúnmente se basa en los siguientes tres criterios:

- **Edad** (menor de diez años),
- **Innovación** (en producto, servicio o modelo de negocio)
- Objetivo de **crecimiento** (intención de aumentar el número de empleados y / o mercados operados).

El público objetivo del estudio para las preguntas de investigación son las mujeres emprendedoras que han fundado startups digitales, que sería una población de unas 330 mujeres aproximadamente teniendo en cuenta el número total de startups en Cataluña (1500) y que las mujeres están presentes en un 22% de los equipos fundadores de estas startups.

La muestra de datos para hacer la comparativa entre startups lideradas por hombres y mujeres se basa en:

- **Entrevistas** cualitativas a 4 mujeres emprendedoras.
- **Cuestionario** cuantitativo a 52 líderes de startups (30 hombres y 22 mujeres).

La muestra se centra principalmente en startups digitales, con perfil multisector, donde la tecnología sea el valor clave del negocio.

A continuación, se muestran las startups catalanas más relevantes del Barcelona & Catalonia Startup Hub 2019, donde se han señalado **las 4 que están lideradas por mujeres: Red Points, Moca, Holaluz y Tiendeo**.



31. "European startup monitor 2019."



## Capítulo 5

---

# Recogida de datos



El trabajo se basa en una serie inicial de entrevistas cualitativas con mujeres que lideran startups digitales en Cataluña. Se ha elaborado un cuestionario cualitativo dividido en **5 bloques (logros, retos y barreras, valores empresariales, equipo y diversidad, futuro y lecciones aprendidas)** que se ha realizado a 4 mujeres emprendedoras.

Gracias a las respuestas de estas entrevistas cualitativas junto los “in-sights” recogidos en el primer bloque de desk research por la lectura de publicaciones, se ha elaborado un cuestionario para profundizar en las preguntas de investigación del proyecto y así obtener representatividad en la etapa de análisis, resultados y conclusiones.

# 1

## Questionario cualitativo

Para la realización de los cuestionarios cualitativos, se ha elaborado un guion previo como pauta a seguir con las 4 entrevistadas. Antes de empezar se ha realizado un testeo previo con 2 participantes para ver la duración de la entrevista y entendimiento de las preguntas. Las entrevistas personales, han dado lugar a preguntas espontáneas para profundizar en algunos aspectos comentados. Todas las entrevistas han sido grabadas usando Audacity y posteriormente transcritas usando la aplicación O-Transcribe. A continuación, se detallan las preguntas del cuestionario:

### → Logros

Según datos analizados por el European Startup Monitor de 2019 (es un estudio que se realiza de forma anual y recoge los principales datos de startups europeas), la gran mayoría de las nuevas empresas fueron fundadas por equipos exclusivamente masculinos, y solamente un 8% fueron fundadas por equipos exclusivamente femeninos. El 25% restante fueron fundadas por equipos que incluyen al menos un hombre y una mujer.

Según el estudio, el fundador promedio de una startup es hombre (82.8%), tiene un título universitario (84.8%) y creó la empresa cuando tenía 35 años. La mayoría de los fundadores operan en equipos (en promedio 2.7 fundadores por inicio).

Con estos datos, es un privilegio poder entrevistar a una mujer que forma parte de este 17,2% de mujeres que crean su propia empresa.

1. ¿Qué fue lo que te motivó e inspiró a hacerte emprendedora?
2. ¿Cuáles han sido tus mayores logros como emprendedora?
3. ¿Cuál crees que ha sido el mayor facilitador para crear tu startup (contactos, financiación, equipo de trabajo, etc.)? ¿Qué te facilitaron de especial cada uno?

### → Retos y barreras

Según la publicación “Women in Digital Age” de la Comisión Europea, las mujeres se enfrentan a diversos retos a la hora de emprender en el sector digital: desde sesgos inconscientes de las capacidades de las mujeres para liderar y emprender, a barreras para acceder a financiación, o problemas a la hora de conciliar la vida profesional con la personal.

4. ¿A qué retos personales te has enfrentado en tu trayectoria como emprendedora y cómo los has superado?
5. ¿Cuál crees que han sido las mayores barreras externas para crear tu startup? ¿Crees que algunas de ellas han sido por el hecho de ser mujer?

Opciones posibles, y otras: Maternidad / Falta de conciliación / Cultura dominada por hombres en el sector / Cultura dominada por hombres en las empresas en general.



## → **Valores empresariales**

Si hablamos de cultura empresarial, enseguida nos vienen a la mente ciertos valores que la empresa debería tener integrados. Para hacer frente a la diversidad de género, todas las empresas deberían enriquecer sus valores incorporando la visión femenina.

6. ¿Cuáles crees que son los valores que diferencian los startups lideradas por mujeres de las lideradas por hombres? ¿Qué valores son en clave femenina? ¿Añadirías otros al listado propuesto?

*Se ha elaborado un listado de valores basados en los Valores Humanos Universales que se han adaptado al entorno empresarial y se han facilitado a la entrevistada para que escoja los 5 más relevantes según ella para empresas lideradas por mujeres y las 5 más relevantes para empresas lideradas por hombres. La respuesta se ha elaborado de forma sugerida mostrando los atributos, aunque si las entrevistadas tenían algún atributo espontáneo a mencionar (top of mind), éste se añadió a la lista de atributos para las siguientes entrevistas.*

*Agresividad, ambición de poder, asertividad, autoestima, autoexigencia, aversión al riesgo, compromiso, comunicación, conocimiento, confianza, constancia, cooperación, creatividad, diversidad, entusiasmo, emociones, empatía, empoderamiento, esfuerzo, espíritu crítico, experiencia, ética profesional, familia, flexibilidad, honestidad, humildad, igualdad, iniciativa, innovación, inseguridad, liderazgo, meritocracia, observación, pasión, prudencia, resiliencia, escucha activa, seguridad, sensibilidad, sinceridad, sostenibilidad, tecnología, tenacidad, tradición, valores, visión estratégica.*

## → **Equipo y diversidad**

La tecnología refleja los valores de sus desarrolladores y la información de la que extraen. Tener equipos más diversos trabajando en el desarrollo de tecnologías como la Inteligencia Artificial podría ayudar a identificar prejuicios y prevenirlos.

La diversidad genera una mayor creatividad e innovación que se refleja en los resultados empresariales.

7. ¿Cuántas mujeres forman parte del equipo directivo de tu startup frente al número de hombres? ¿Es así en general en el ecosistema de startups digitales? ¿Financiación? ¿Proveedores? ¿Clientes?



8. ¿En tu startup implementáis medidas específicas para conciliar la vida laboral con la personal? ¿Cuáles?
  - Modalidades de trabajo flexible
  - Reducción de horas laborales
  - Teletrabajo
  - Solamente medidas legales
  - Pago por cuidados (hijos, personas dependientes, etc.)
  - Otras

→ **Futuro y lecciones aprendidas**

Para este bloque final, me gustaría proponerte una pequeña reflexión sobre el futuro del emprendimiento digital femenino y terminar la entrevista con algunas de tus lecciones aprendidas.

9. ¿Cómo ves el futuro del emprendimiento femenino en el sector digital? ¿Crees que el número de startups lideradas por mujeres crecerá al mismo ritmo que las startups creadas por hombres?
10. Acaba la frase: “Si pudiera volver a los comienzos de mi negocio, me diría a mí misma...” (pregunta abierta)
11. Acaba la frase “El mejor consejo que me han dado es...” (pregunta abierta)

### Calendario de entrevistas cualitativas:

Se elaboró un plan de posibles contactos con una lista preliminar de 10 candidatas de las que finalmente se han entrevistado a 4, partiendo del espectro más amplio posible a nivel de tipología de empresa y perfil. Todas las entrevistas han sido en persona, menos la última que se hizo de manera virtual.

Nombre y empresa	Sector	Fecha
María Martín de TIENDEO	Retail	Febrero 2020
Startup de LegalTech*	LegalTech	Febrero 2020
Ana Izquierdo de TALENTCLUE	RRHH	Marzo 2020
Alexandra Colls de CASHKEEPER	Comercio al por mayor y al por menor	Marzo 2020

\*por razones de confidencialidad no se darán los datos personales de esta mujer.

# Principales conclusiones de las respuestas recibidas

1. En cuanto a **logros**, algunas de las respuestas más relevantes extraídas de las entrevistas son:

REASON WHY Razones para emprender	RESULTADOS Mayores éxitos	DRIVERS ¿Quién o qué ha sido tu mayor facilitador?	BARRERAS Retos y barreras
Crecimiento profesional	“Que la empresa siga funcionando después de N años”. (x4 menciones)	Un equipo comprometido, con ganas. (x4 menciones)	Acceso a financiación (x4 menciones)
“Salir de una situación profesional anterior complicada”	“Poder escoger estar en aquellos proyectos que me interesan realmente”	“Rodearme de gente que quiera acompañarme y esté dispuesta a comprometerse al mismo nivel que yo (tiempo y dinero)”	Tiempo y energía (x4 menciones)
“Explorar la oportunidad de hacer un producto nuevo”	“Aprender mucho, tomar decisiones y pasarlo bien”	“Una buena combinación de perfiles entre mi socio y yo (mezcla de capacidades), nos complementamos”	Apoyo humano externo – familia y otros (x3 menciones)
“Por emoción, por hacer algo diferente”	“Estar vivos, haber conseguido crecer, salir de un negocio estancado a un negocio con potencial”	Financiación pública y privada	Poco apoyo legislativo al emprendedor en España
“Había intentado montar una empresa antes pero no había salido bien”	“Conseguir que el equipo esté motivado (a pesar de que no podemos pagar grandes salarios), sino por el ambiente, la cultura y las personas”	“Trabajar mucho”	“Los hombres se venden mucho mejor que las mujeres”
“Necesidad de reincorporarme al mundo laboral después de una baja maternal (2 años). Es más fácil incorporarte a un proyecto nuevo, porque lo construyes de cero”	“Ser madre y empresaria a jornada completa”		Gestión de equipos
			Encontrar talento
			Empresa familiar (romper barreras)

■ Financiación

■ Equipo

■ Crecimiento

2. En cuanto a retos y barreras con las que se han encontrado, algunas de las respuestas concretas desglosadas, que se han indicado previamente en la tabla anterior son:

- **Acceso a financiación.**

- “El ecosistema de startups es todavía hoy muy masculino y a veces se financian proyectos por afinidad con el fundador, más que por la calidad de los proyectos”.
- **“La inversión es muy masculina, hay pocas mujeres y la mentalidad es agresiva”.**
- “Es complicado entrar en este mundo de la financiación de startups. Es un mundo de hombres, no tienes los contactos ni el mismo “colegueo” que tienen los hombres con los inversores”.

- **Apoyo legislativo. Poco apoyo legislativo al emprendedor en España.** Emprender tiene un coste económico muy alto en España, que hace que cueste dar el paso.

- **Capacidad de hacerse valer frente a los demás. Los hombres se venden mucho mejor que las mujeres.** “Las mujeres tendemos a ser más conservadoras. Los hombres son más capaces de centrarse en lo muy bueno y lo malo como que no existe”.

- **Tiempo y energía.** “Emprender es dedicar mucho tiempo, sobre todo si emprendes con inversión para crecer, se te va todo el tiempo y toda la energía”.

- **Apoyo humano externo.** “Es necesario contar con apoyo externo (familia, pareja, amigos, etc.) que puedan ayudarte con otras necesidades que puedas tener a nivel familiar (hijos, personas a tu cargo, etc.)”.

- **Gestión de equipos.**

- “Pasar de una posición técnica a una posición de liderazgo, donde hay que gestionar equipos”.
- “Tener que contratar mandos intermedios que son hombres. No siempre es bien recibido que sea una mujer la CEO de la empresa”.
- “A las mujeres se nos suele pedir un liderazgo más empático. En ciertas reuniones, los hombres pueden ser más agresivos”.

- **Encontrar talento.** “Suele ser complicado encontrar talento digital cuando la empresa no se encuentra en Barcelona”.



- **Empresa familiar (romper barreras).** “Suele ser complicado romper con las barreras generacionales o formas de hacer de antes”.



3. Valores y atributos que diferencian a una startup liderada por una mujer frente a la liderada por un hombre:

**Listado de atributos propuestos, con opción a incluir otros nuevos:**

*Agresividad, ambición de poder, asertividad, autoestima, autoexigencia, aversión al riesgo, compromiso, comunicación, conocimiento, confianza, constancia, cooperación, creatividad, diversidad, entusiasmo, emociones, empatía, empoderamiento, esfuerzo, espíritu crítico, experiencia, ética profesional, familia, flexibilidad, honestidad, humildad, igualdad, iniciativa, innovación, inseguridad, liderazgo, meritocracia, observación, pasión, prudencia, resiliencia, escucha activa, seguridad, sensibilidad, sinceridad, sostenibilidad, tecnología, tenacidad, tradición, valores, visión estratégica.*

	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Empoderamiento (x2 menciones)</b></li> <li>• <b>Flexibilidad (x2 menciones)</b></li> <li>• <b>Meritocracia (x2 menciones)</b></li> <li>• <b>Estructuras colaborativas para crecer/ Colaboración (x2 menciones)</b></li> <li>• Ambición (para salir adelante)</li> <li>• Autoestima</li> <li>• Compromiso social</li> <li>• Compromiso</li> <li>• Valores</li> <li>• Ética</li> <li>• Confianza</li> <li>• Teamwork</li> <li>• Transparencia de información</li> <li>• Poca jerarquía</li> <li>• Conservadora</li> <li>• Humildad</li> <li>• Prudencia</li> <li>• Empatía</li> <li>• Valores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ambición de poder (x3 menciones)</b></li> <li>• <b>Tradicición (x2 menciones)</b></li> <li>• <b>Competitividad (x2 menciones)</b></li> <li>• <b>Agresividad (x2 menciones)</b></li> <li>• Machismo</li> <li>• Liderazgo a través del miedo</li> <li>• Individualismo</li> <li>• Seguridad</li> </ul>
<b>Total: 23</b>	<b>Total: 13</b>

Aquí se ha presentado el mismo número de atributos para ambos casos y se ha dejado también incorporar nuevos atributos a las entrevistadas. Es interesante ver como muchas de ellas coinciden en los atributos escogidos y también cómo en el caso de startups lideradas por mujeres el listado de atributos es mucho mayor y más diversificado que en el caso de startups lideradas por hombres, donde se agrupan más en menciones.



### 3. ¿Cómo ves el futuro del emprendimiento femenino?

- **Poder económico:**

- **“Mientras que las mujeres no puedan controlar el poder económico, será difícil poder hablar de igualdad entre hombres y mujeres”.**
- “Los recursos económicos se están concentrando en manos de los hombres (bancos masculinizados), pese a que las mujeres tomamos las decisiones en el 80% de las compras que se realizan a nivel familiar”.

- **Brecha digital:**

- “Todavía hay actualmente una brecha digital de género brutal”.
- **“Es necesario que las nuevas generaciones tengan interés en el sector tecnológico y dispongan también de los conocimientos necesarios”.**

- **Formación:**

- “Las mujeres tenemos que ponernos las pilas porque la tecnología es un elemento clave, debemos saber manejarnos con las herramientas digitales. **No veremos un crecimiento en el emprendimiento femenino en el sector digital hasta que las mujeres no dominemos la tecnología y seamos capaces de no depender de los hombres”.**
- **“El principal problema es que no haya más mujeres que estudien carreras que necesitan las startups digitales”.**

- **Oportunidades y mujeres referentes:**

- “Ahora hay más mujeres referentes que hace 9 años, cuando empezamos. También **hay más oportunidades”.**

- **Emprendimiento:**

- “Es necesario que más mujeres se atrevan a emprender. Hay que tener ayuda externa y tiempo para hacerlo”.

4. Acaba la frase: “Si pudiera volver a los comienzos de mi negocio, me diría a mí misma...” y “El mejor consejo que me han dado es...”

• **Estrategia:**

- “Lánzate a emprender antes, siendo más joven”.
- “Sé más estratega en la toma de decisiones”.
- “Contaría con menos socios (inicialmente 5) o no les daría tanto protagonismo en la empresa”.
- “Cuando necesitas dinero y vas a rondas de financiación, creo que un buen consejo es que hay que levantar el dinero suficiente teniendo en cuenta que siempre las cosas van el doble de lentas, el doble de peor y cuestan el doble. Un buen consejo si necesitas 200 es que vayas a buscar 500. Entender que en una startup, cada día que pasa es un día que la caja baja.”
- “Cuando estás al mando de una empresa, filtras mucha información y feedback. Tienes los puntos de vista de todos y toda esta información te hace capaz de tomar decisiones”.

• **Confianza:**

- “Perder el miedo a tomar decisiones valientes. Frenar antes de que una situación se descontrola”.
- “Ten más confianza en ti misma”.
- “Sé más ambiciosa, ve más a lo ‘grande’”.
- “La vida se va haciendo”.
- “Es mejor pedir perdón que pedir permiso”.
- “Confía en tu instinto”.

• **Equipo:**

- “Optimiza mejor el equipo. Creo que es fundamental tener un equipo potente y si hay que hacer cambios porque alguna persona no acaba de encajar, cuanto antes mejor”.
- “Lo más importante son las personas del equipo y es necesario contratar bien. Si te has equivocado, hay que tomar rápido una decisión, aunque cueste”.



## 2 Cuestionario cuantitativo


Se ha elaborado un cuestionario cuantitativo con una serie de preguntas dirigidas a líderes de startups digitales.

El cuestionario se ha dividido en 3 bloques de preguntas, que incluyen:

- 1. Perfil de Empresa.** Datos de actividad económica (año de creación de la empresa, número de empleados, captación de inversión, etc.)
- 2. Perfil de Entrevistado/a.** Aspectos personales (edad, formación, hijos, experiencia laboral, etc.)
- 3. Preguntas de estudio.** Competencias transversales y preguntas cualitativas (estilo de liderazgo, facilitadores y barreras al emprender, visión sobre la brecha digital de género, etc.)

Para elaborar las preguntas se han analizado las respuestas obtenidas en los cuestionarios cualitativos y se han complementado con fuentes bibliográficas<sup>32</sup>.

Se ha optado por utilizar Typeform como plataforma para el cuestionario online, por ser especialmente atractivos sus formularios interactivos para el usuario, que se adaptan a diferentes dispositivos electrónico (móvil, Tablet, PC), y por ser también especialmente útil la presentación y análisis de los datos. También se ha valorado positivamente que es una startup fundada en Barcelona, frente a otras plataformas con prestaciones similares (SurveyMonkey, Survio, etc.). Antes de lanzar el cuestionario online se ha realizado un piloto para adecuar las preguntas al target a entrevistar y al tiempo de respuesta, que gracias al pilotaje ha sido de un promedio de 10 minutos:

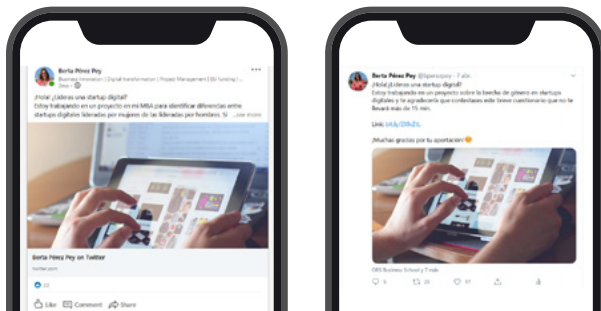
Comenzados	Respuestas	Completados	Tiempo medio para completar	Tipo de dispositivo
118	52	44,1%	09:46	
50	24	48%	09:20	
68	28	41,2%	10:10	

32. "Gender Differences in Entrepreneurship - Illuminate Ventures."

El cuestionario completo se encuentra en el Anexo, pero a continuación se muestran algunas capturas de pantalla del mismo:



El cuestionario **ha estado abierto durante 1 mes** (abril). Durante este tiempo se ha ido haciendo difusión de forma periódica a través de redes sociales (Twitter, LinkedIn, Whatsapp), y se ha enviado a contactos personales por email. También se ha hecho llegar a entidades representativas del ecosistema de startups digitales de Barcelona, como son Barcelona Tech City, Canòdrom Creative Research Park, Barcelona Activa, así como a entidades que dan soporte a mujeres emprendedoras y empresarias para fomentar la igualdad como el Observatori Dona Empresa i Economia (ODEE) de la Cámara de Comercio de Barcelona, Women Evolution, Women to Change the World, AllWomen tech, Impulse4women, WeRockCapital, entre otras. También se ha hecho difusión a través de otros canales de comunicación como el periódico empresarial online Via Empresa.



1. Difusión vía LinkedIn
2. Difusión vía Twitter



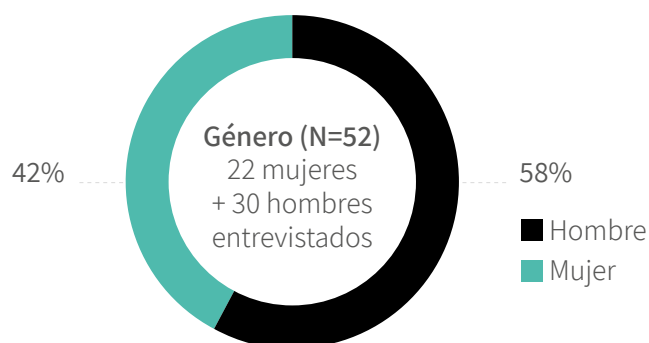


## Capítulo 6

---

# Análisis de los datos

**El análisis se ha llevado a cabo con las respuestas al cuestionario de 52 fundadores/as de empresas (startups), de los cuales 30 son hombres y 22 mujeres.**



El proyecto está dirigido a empresas, concretamente a unas 1.504 startups cuantificadas en el Catalonia & Barcelona Startup Hub, que será el universo de estudio del proyecto.

La muestra para el proyecto es de 52 entrevistas completas, en la que se ha basado en la fase del cuestionario cuantitativo. Esta muestra representa un 3,5% de nuestro universo total y lo responden fundadores dichas startups tanto hombres como mujeres.

En general, en estudios dirigidos a particulares (B2C) y no a empresas (B2B) en investigación de mercados, para un universo de 1504 se hubieran necesitado un tamaño de muestra de 306 entrevistas completas, representando un 20% del universo. Teniendo en cuenta una heterogeneidad del 50% y un margen de error del 5% para realizar esta hipótesis.

En nuestro proyecto a empresas -startups- este porcentaje entre universo y muestra no se refleja (52 vs 306). De todas formas, podemos decir que existe representatividad dada la naturaleza del proyecto en un entorno de empresa (B2B), por las siguientes razones<sup>33</sup>:

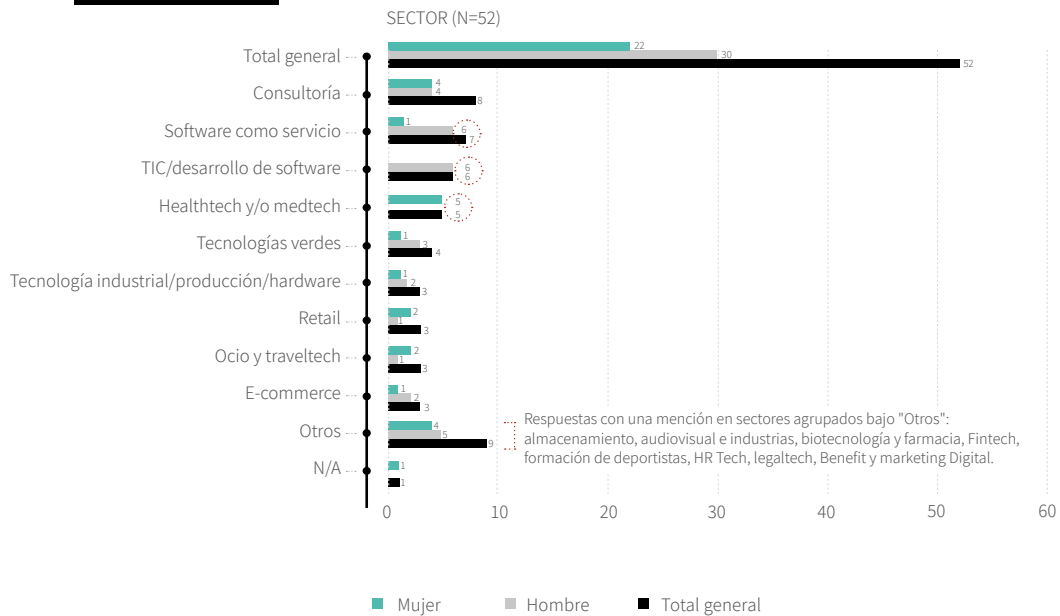
- Universo de población. En los estudios de mercado a empresas (B2B) suele ser pequeño en comparación con estudios de mercado a consumidores (B2C).
- Tamaño de la muestra. Suele ser mucho menor que en el caso de los estudios B2C.
- Coste por encuestado. Suele ser mucho mayor que en estudios B2C porque los líderes de empresas son más difíciles de contactar y suele ser más complicado que respondan encuestas porque disponen de poco tiempo.

<sup>33</sup>. "Business to Business Marketing: Relationships, Networks and Strategies" de Nick Ellis, Oxford University Press.

# 1 Perfil de empresa

## A. Startups por sectores

Figura 1 → SECTORES DE LAS EMPRESAS ANALIZADAS

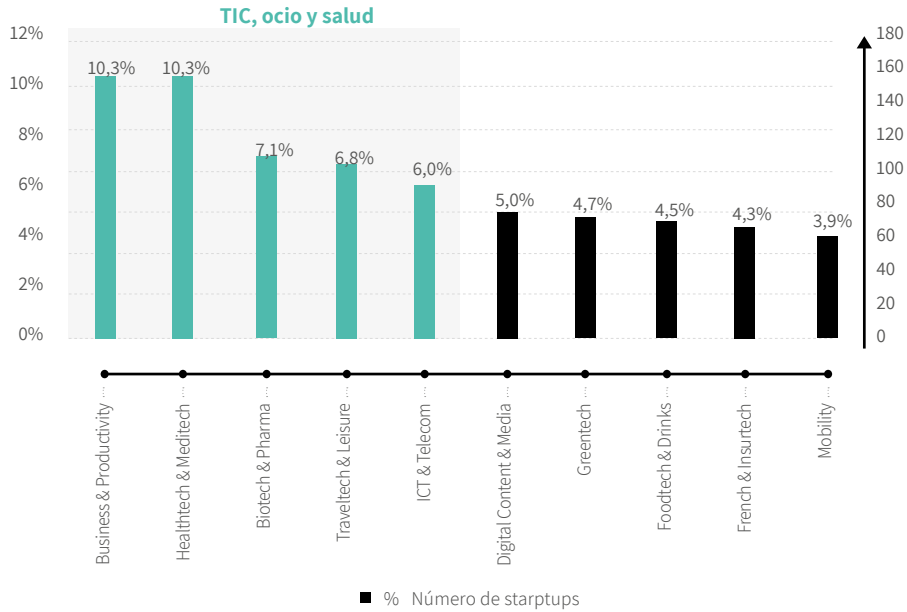


De la gráfica anterior se desprende que **la muestra es bastante diversa** a nivel de sectores de actividad y cabe destacar que en las startups de sectores más tecnológicos (TIC/desarrollo de software y Software como servicio) la mayoría de los fundadores son hombres, frente al sector Healthtech y/o Medtech donde todas las encuestadas son mujeres. Estos resultados relativos al tipo de sector donde hombres y mujeres crean empresas va muy ligado al perfil profesional de población activa que encontramos para hombres y mujeres en el mercado laboral (más hombres en TIC y más mujeres en medicina, cuidados, sanidad, etc.).



Nuestra muestra de 52 startups es representativa del ecosistema de startups catalanas, si la comparamos con la distribución porcentual de sectores a las que pertenecen las startups de Cataluña según el Catalonia & Barcelona Startup Hub, donde el mayor número de empresas se encuentra en los sectores TIC, ocio y salud:

**Figura 2** → **SECTORES DE LAS EMPRESAS ANALIZADAS**



Sector	Nº startups	Sector	Nº startups
Business & Productivity	155	Hardware & Wearables	55
Healthtech & Meditech	155	Sports	54
Biotech & Pharma	107	Social network	50
Traveltech & Leisure	103	Edtech	47
ICT & Telecom	90	Gaming	45
Digital Content & Media	75	Logistic Tech	35
Greentech	71	Proptech	35
Foodtech & Drinks	68	Wellness & Beauty	33
Fintech & Insurtech	65	Mobile	30
Mobility	59	Legaltech	25
Adtech & Marketing	55	Ecommerce	21
Fashion & Design	55	Agritech	16
<b>Total</b>		<b>Total</b>	<b>1.504</b>

El ranking de la distribución por sectores del cuestionario realizado se asemeja al ranking obtenido en Catalonia & Barcelona Startup Hub, sobre todo en los primeros puestos y exceptuando para ocio que nos sale en octava posición vs la cuarta posición del Startup Hub.

## B. Financiación

En relación a la pregunta sobre cómo se ha financiado la empresa, encontramos las siguientes respuestas:



En cuanto al acceso a financiación ¿cuál ha sido tu experiencia?

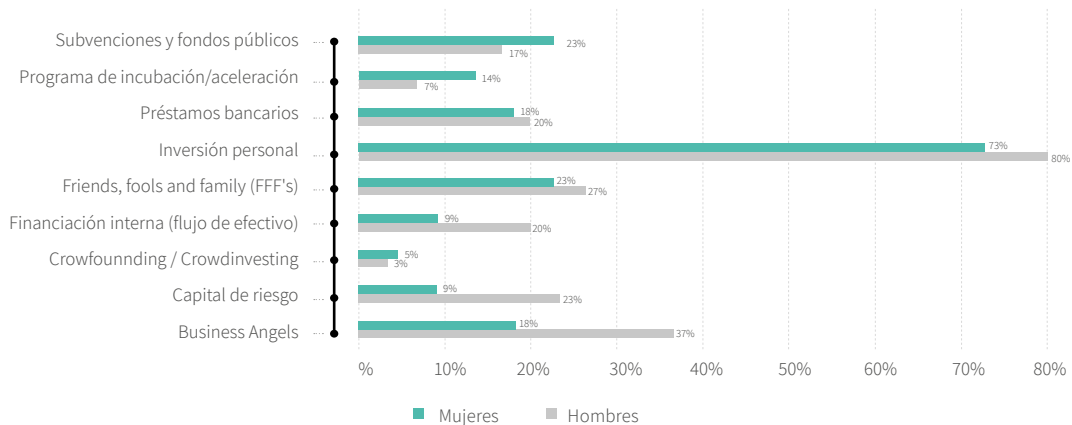
52 de 52 personas respondieron a esta pregunta

34.6%	No he necesitado financiación externa	18 respuestas
26.9%	Me ha costado mucho, pero finalmente he conseguido...	14 respuestas
23.1%	He conseguido financiación externa sin problemas	12 respuestas
9.6%	He encontrado muchas limitaciones para conseguir financiación...	5 respuestas
3.8%	Aunque lo he intentado, nunca he conseguido financiación...	2 respuestas
1.9%	Otros...	1 respuestas

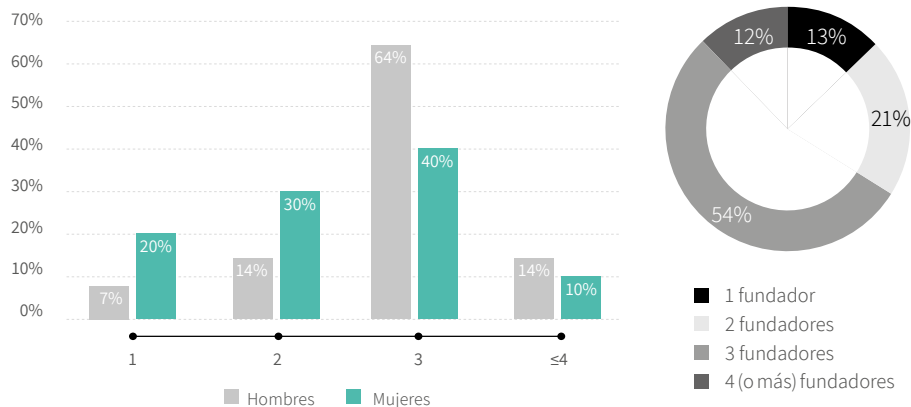
Y revisando las respuestas obtenidas entre hombres y mujeres:

Respuestas	Hombres	Mujeres
No he necesitado financiación externa	27%	45%
Aunque lo he intentado, nunca he conseguido financiación externa	3%	5%
He encontrado muchas limitaciones para conseguir financiación para mi proyecto	10%	9%
Me ha costado mucho, pero finalmente he conseguido financiación	30%	23%
He conseguido financiación externa sin problemas	30%	14%
Otro (socio inversor desde la idea inicial)	0%	1%

Analizando los datos de la tabla y comparando entre hombres y mujeres, vemos que un 30% de los hombres ha contestado que ha conseguido financiación externa sin problemas, frente al 14% de las mujeres. Este dato va muy en línea con las hipótesis iniciales que indican que a las mujeres les suele ser más complicado obtener financiación externa. Hay un 30% de hombres que afirman que les ha costado mucho pero que finalmente han conseguido financiación, frente al 23% de las mujeres. Un dato que sorprende es que un **45% de las mujeres afirma que no ha necesitado financiación externa**, frente al 27% de los hombres. Esto podría ser indicativo de que la mayoría de las mujeres no se lanzan a crear una empresa si no cuentan con la financiación necesaria para empezar, o bien que crean empresas que necesitan una inversión inicial menor que en el caso de los hombres. Un dato similar entre hombres (10%) y mujeres (9%) corresponde a los que afirman que han tenido muchas limitaciones para conseguir financiación para sus proyectos.

**Figura 3** →**FINANCIACIÓN DE LAS STARTUPS ANALIZADAS**

En la mayoría de los casos en los que han necesitado financiación (47%), ésta proviene de diferentes fuentes (Business Angels, Capital riesgo, préstamos bancarios y subvenciones). **De los que han conseguido financiación externa, un 70% son hombres frente al 30% de mujeres.** Destaca el elevado número de hombres y mujeres que han financiado su empresa con inversión personal (ahorros y tiempo). Otro dato relevante es que es mucho mayor el número de hombres que han conseguido financiación de capital riesgo y Business Angels que el de mujeres, dato que confirma la hipótesis de que las mujeres tienen mayores dificultades para acceder a este tipo de financiación, como ya se ha señalado en el apartado de desk research. Las mujeres solamente superan con cierta diferencia a los hombres en acceso a subvenciones y fondos públicos y en la participación en programas de incubación y aceleración.

**C. Número de fundadores iniciales****Figura 4** →**NUMERO DE FUNDADORES DE LAS EMPRESAS ANALIZADAS**

Según los datos recopilados, la mayoría de los fundadores decide emprender en equipo, con **entre 2 y 3 socios como promedio más alto.** Estos datos coinciden con la media europea, según el European Startup Monitor 2019, que indicaba un promedio de 2,7.

En estos equipos mixtos suele haber más hombres que mujeres. Aun así, **destaca el elevado número de mujeres que deciden emprender en solitario (20%) frente a tan solo un 7% de los hombres.**

#### D. Número de empleados y mujeres en puestos directivos

Otro dato relevante a tener en cuenta es el número de mujeres que forman parte de las startups. Mientras el número promedio de mujeres en startups digitales es del 48%, el resultado cambia cuando se pregunta por el número de mujeres en puestos directivos.

Número de empleados	Número de startups	Mujeres en puestos directivos
1-10	9	64%
11-50	12	17%
51-90	4	17%
>91	2*	5%

\*corresponde a una empresa de 200 trabajadores y a otra de 600 trabajadores.

**El número de mujeres en puestos directivos disminuye considerablemente en empresas más grandes.**



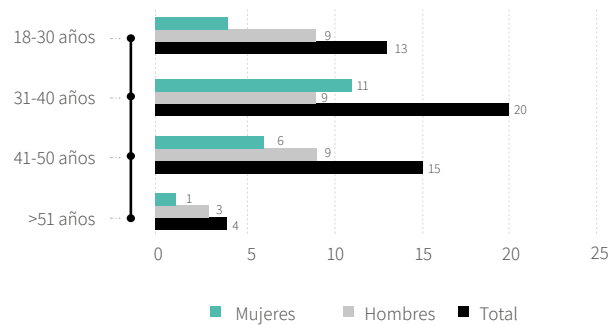
## 2 Perfil de los entrevistados/as:

### A. Edad al fundar la empresa

En relación a la edad de los encuestados al fundar la empresa:

**Figura 5** →

EDAD FUNDACIÓN DE LA EMPRESA (N=52)



Vemos que la mayoría de los encuestados formaron su empresa cuando tenían entre 31-40 años (38%). Y el porcentaje entre aquellos que fundaron su empresa entre 18-30 años es de un 25%, muy similar al porcentaje de los que fundaron su empresa cuando tenían entre 41-50 años (29%). Estos datos coinciden con la media europea, según el European Startup Monitor 2019. Si comparamos entre hombres y mujeres, si bien la mayoría de las mujeres fundaron su empresa entre los 31-40 años (50%), en el caso de los hombres está mucho más repartido y es equitativo entre franjas de edades. Sobre todo, cabe destacar que hay casi el doble de hombres que de mujeres que deciden emprender de los 18-30 años, lo que podría relacionarse con un posible aplazamiento en la creación de la empresa por parte de las mujeres que quieren ser madres.

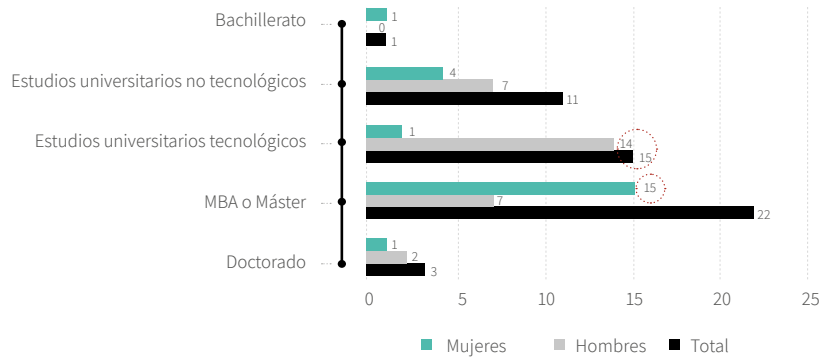




## B. Nivel de estudios

Revisando el nivel de estudios de los fundadores/as:

**Figura 6** → NIVEL DE ESTUDIOS (N=52)



**Un 42% de los encuestados tienen estudios universitarios con un MBA o máster, y de estos, un 68% son mujeres frente a un 23% de hombres.**

En cuanto a estudios universitarios, encontramos una proporción similar entre aquellos que han estudiado carreras tecnológicas (29%) y los que han estudiado carreras no tecnológicas (21%) a nivel global, pero el dato relevante es que un **47% de hombres han estudiado carreras tecnológicas frente a solo un 5% de mujeres**, lo que pone de manifiesto la brecha digital de género existente en cuanto a la baja proporción de mujeres que estudian carreras STEM. Un 6% tiene además un doctorado y solo un 2% no tiene estudios universitarios. Este porcentaje tan bajo concuerda con el hecho de que haya menos startups de mujeres con enfoque TIC y más multisector.

En resumen, en el caso de los hombres predominan los estudios tecnológicos, mientras que en las mujeres destacan las que tienen un Máster o MBA, lo que concuerda con los datos del desk research que apuntaban que las mujeres suelen estar más formadas.

## C. Fundadores/as con hijos

En cuanto a fundadores con familia (hijos):

Situación familiar	Resultado	Hombres	Mujeres
Fundadores con hijos	71%	57%	43%
Fundadores sin hijos	29%	-	-

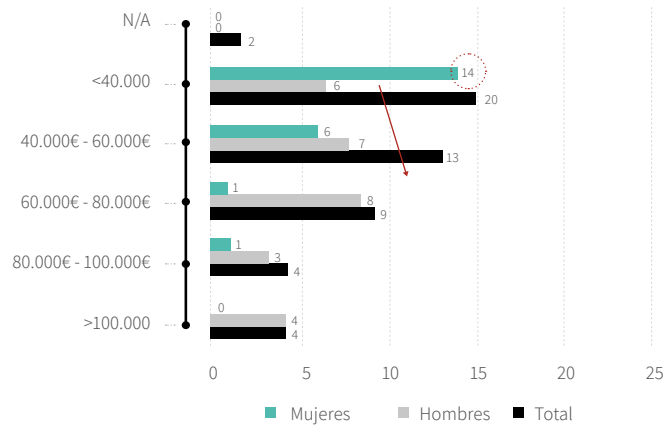
**Un 71% de los entrevistados (hombres y mujeres) tienen hijos.** De los fundadores con hijos, un 57% son hombres y un 43% son mujeres. En cuanto a las edades de los hijos, un 49% tienen hijos menores de 12 años, un 38% tienen hijos de 12 años o mayores y un 13% tiene hijos con edades comprendidas entre menores y mayores de 12 años. En todas las categorías se encuentra un porcentaje similar entre hombres y mujeres.

## D. Sueldos

Analizando los datos del sueldo de los fundadores/as:

Figura 7 →

RANGO SUELDO (N=52)



Según los datos de la tabla anterior, encontramos que si bien en los rangos inferiores de sueldos (<40.000€) el número de mujeres es superior (70%), en rangos intermedios existe paridad entre hombres y mujeres (40.000€-60.000€), en rangos superiores, de 60.000€ hacia arriba, el porcentaje de hombres es muy superior al de mujeres con estos sueldos. Y cuanto ya estamos en los rangos más altos (>100.000€), no encontramos a ninguna mujer. Hay que tener en cuenta que estos datos del sueldo dependerán mucho de cuánto tiempo lleve operativa la empresa y de su facturación, pero sí que corrobora una de las principales hipótesis que ya se han puesto de manifiesto con anterioridad en este trabajo, que es que las mujeres suelen cobrar menos que los hombres.

Otro dato curioso que creo que es importante poner de relieve es que **un 38% de los fundadores no son los que más cobran en su empresa**, y esto ocurre por igual en startups lideradas tanto por hombres como mujeres. Esto pone de relieve la gran oportunidad laboral que presenta el sector digital y tecnológico, con perfiles especializados muy demandadas y buenos salarios.

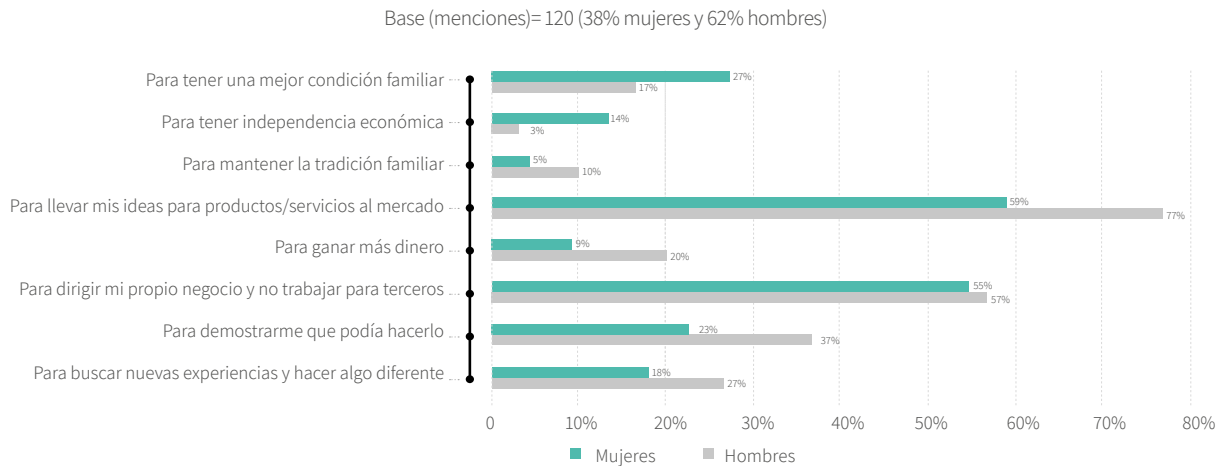


### 3 Preguntas de estudio

#### A. Razones para emprender

En cuanto a la pregunta de por qué decidieron emprender:

**Figura 8** → RAZONES PARA EMPRENDER



Las principales razones para emprender para hombres y mujeres son el “llevar sus ideas de productos/servicios al mercado” y “para dirigir mi propio negocio y no trabajar para terceros”.

Los campos donde las diferencias entre hombres y mujeres son mayores es en la parte económica, donde las **mujeres destacan la importancia de tener independencia económica y los hombres el anhelo de ganar más dinero**. Las mayores diferencias son que las mujeres destacan en emprender para tener una mayor conciliación familiar y los hombres en emprender para demostrarse que podían hacerlo.



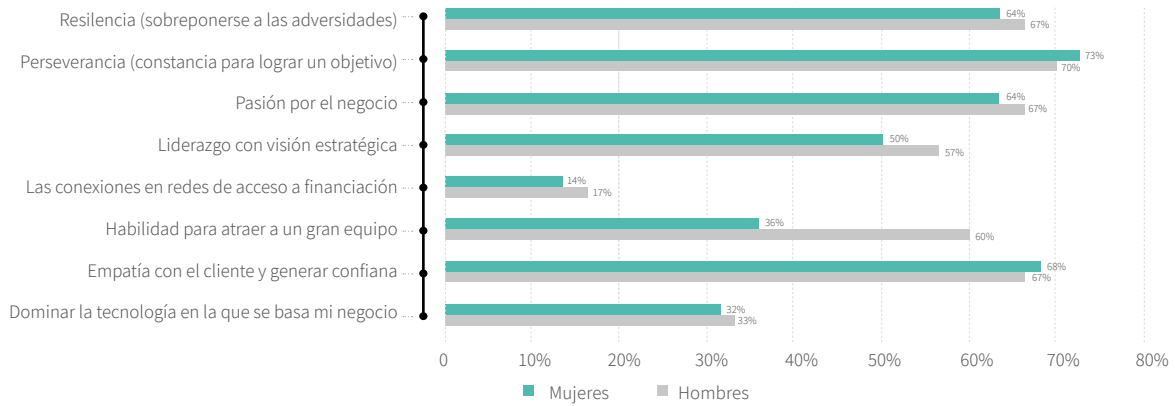
## B. Atributos de éxito

En cuanto a la pregunta de los principales atributos que definen el éxito de la empresa:

**Figura 9** →

### ATRIBUTOS DE ÉXITO

Base (menciones)= 120 (38% mujeres y 62% hombres)



Tanto hombres como mujeres consideran la resiliencia, la perseverancia, la empatía con el cliente, la pasión por el negocio y el liderazgo con visión estratégica, los principales atributos del éxito de sus empresas.

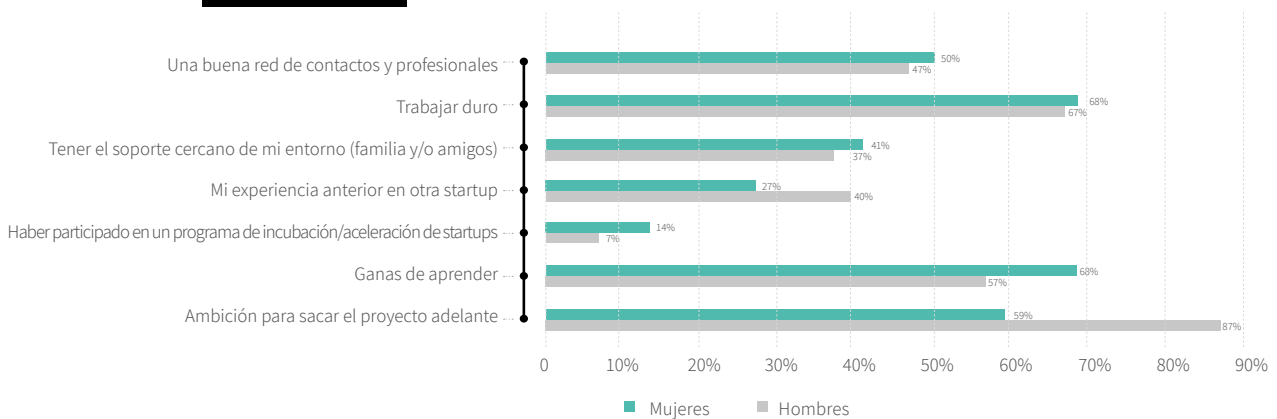
Los hombres también destacan como relevante la habilidad de **atraer a un gran equipo** como valor de éxito.

## C. Razones para emprender

En relación a los principales facilitadores que les han ayudado a crear la empresa:

**Figura 10** →

### FACILITADORES PARA CREAR LA EMPRESA

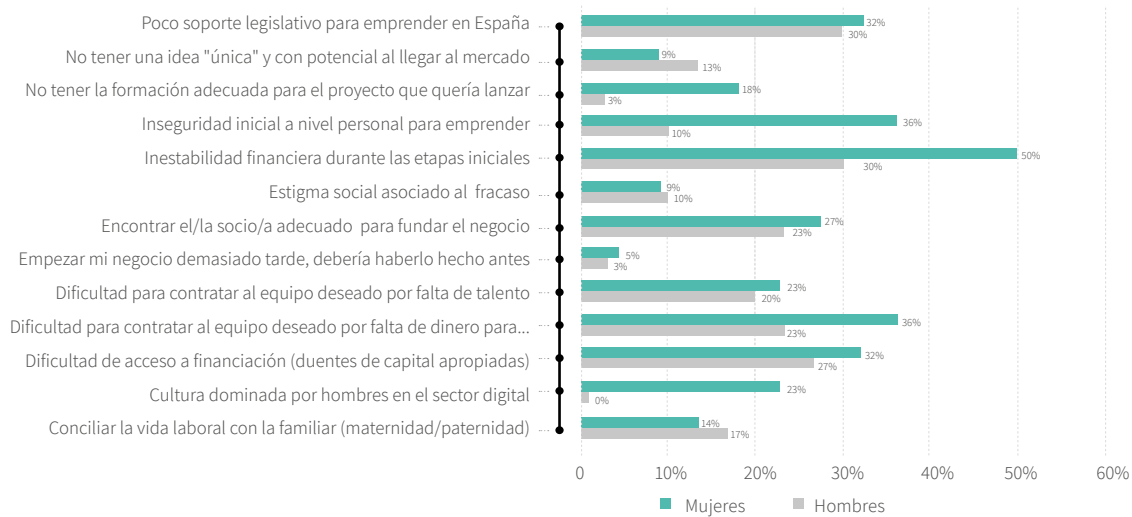


Las principales conclusiones de la gráfica anterior son que los hombres en general suelen tener más experiencia como emprendedores y han creado anteriormente otras empresas. Y también destaca una mayor ambición de los hombres para tirar el proyecto adelante frente a las mujeres, que coincide con los valores de prudencia e inseguridad al emprender asociados a las mujeres encontrados en este trabajo.

## D. Barreras al crear la empresa

En relación a las principales barreras a las que se han encontrado al crear la empresa:

**Figura 11** → BARRERAS PARA EMPRENDER

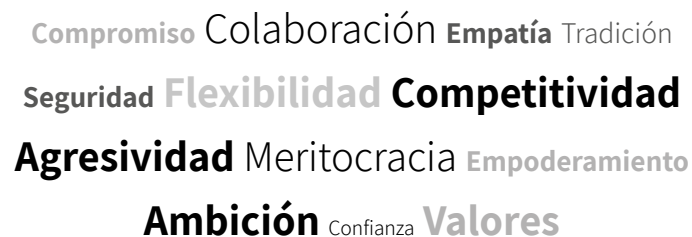


De entrada, destaca que las mujeres son las que citan más barreras para emprender en comparación con los hombres. En el caso de las mujeres destacan las afirmaciones relacionadas con la **inestabilidad financiera durante las etapas iniciales, la inseguridad inicial a nivel personal para emprender, la dificultad de contratar al equipo deseado por falta de dinero y la cultura dominada por hombres en el sector digital.**

Hombres y mujeres comentan el poco soporte legislativo para emprender en España, la inestabilidad financiera durante las etapas iniciales y la dificultad de acceder a financiación (fuentes de capital apropiados).

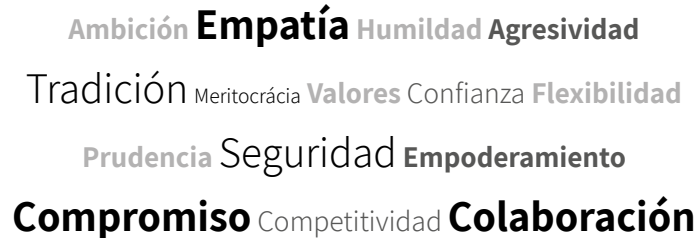
## E. Atributos en startups lideradas por hombres

En cuanto a los atributos más probables de encontrar en startups lideradas por hombres, las 3 palabras más votadas han sido, por orden decreciente: Competitividad (24%), Ambición de poder (20%), Agresividad (11%). El mapa visual de las respuestas obtenidas quedaría así:



## F. Atributos en startups lideradas por hombres

En contrapartida, los 3 atributos más probables de encontrar en startups lideradas por mujeres, por orden decreciente, han sido: Empatía (18%), Colaboración (15%) y Compromiso (15%). El mapa visual de las respuestas obtenidas quedaría así:

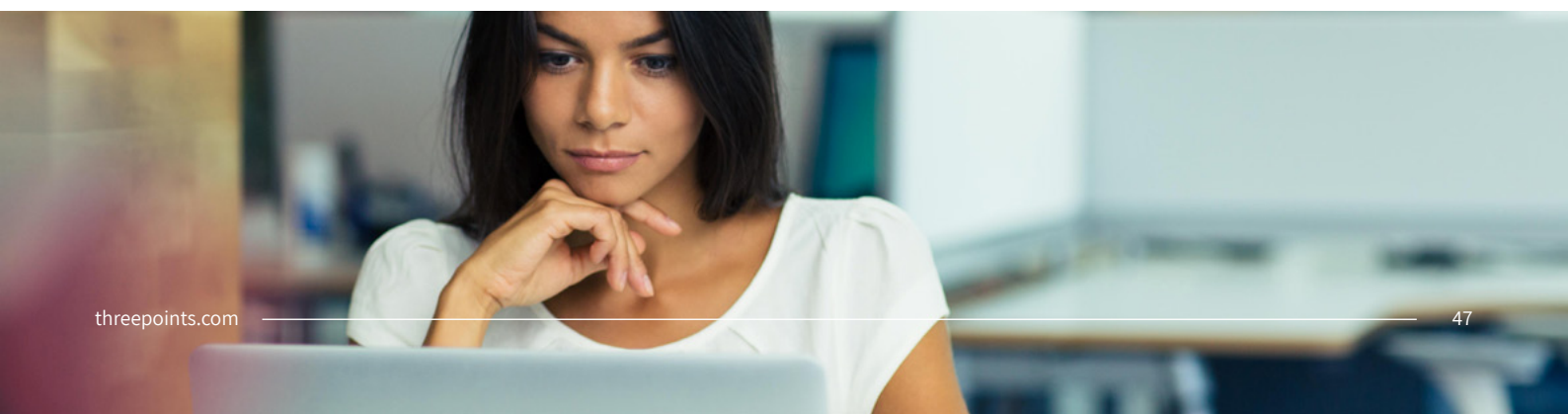


## G. Consejos para mujeres que quieren emprender en el sector digital

Finalmente, se recogen algunos de los consejos más relevantes que los fundadores han explicado en la pregunta abierta final: **¿qué consejo(s) le darías a una mujer que quiere emprender en el mundo digital?**

- “El mayor stopper que puede encontrarse una mujer en muchas ocasiones es esa **prudencia/ inseguridad** con la que puede afrontar el hecho de liderar un proyecto por el hecho de no valorarse lo suficiente. Y en ningún caso es ni por actitud ni por aptitud, por lo que ese primer paso que cuesta más puede superarse con **mucha observación y networking en el ecosistema** que esté, tanto observando que las capacidades de los hombres que emprenden y lideran NO son mejores, y que por otro lado las mujeres que consiguen dar ese paso demuestran la gran solvencia que muchas veces puede cuestionarse por el propio estigma de la sociedad. Como superar esa sensación a veces puede ser más complicado que un simple párrafo, aconsejaría antes que descartar el hecho de emprender y liderar, sería **co-emprender y co-liderar** como paso previo y experiencia previa a hacerlo sola. Una manera de ganar esa confianza que previamente no ha dejado avanzar. Grandes directivas en sector digital acaban dando el paso a empezar el proyecto propio, precisamente por el conocimiento adquirido sobre el ecosistema.”
- “Si la idea está validada es viable, y hay mercado y, **sobre todo, un buen equipo** con el que poder seguir hacia delante, le diría: Tú también puedes.”
- “Lo más importante es **encontrar un buen co-fundador en el que apoyarse**. En estos entornos tan complicados es importante la corresponsabilidad, el dialogo y el apoyo.”
- “Si quieres emprender y no sabes por dónde empezar, intenta **buscar alguien que pueda mentorizarte, échale muchas ganas, FOCALÍZATE**, valida cuanto antes gastando el mínimo de recursos posibles y cuando este todo validado, entonces haz crecer el negocio. Compartir conocimiento nos ayuda a todos.”
- “Estrategia, constancia y trabajo.”

- “**Créetelo.** Si fracasas no pasa nada. Rodéate de gente mejor que tú y que comparta tu sueño, pero, sobre todo, que compartan tus valores. Sé resiliente, sólo necesitas un sí, a pesar de todos los “no”s que recibas.
- “**Que se rodee del socio o los socios apropiados, que no lo haga en solitario.** Para la financiación que tenga en cuenta que va a necesitar bastante más de lo previsto y que va a necesitar más tiempo del planeado (factor 2 mínimo)”.
- “**El fracaso es no intentarlo**”.
- “**Que tenga claro que no se diferencia del hombre en nada que le pueda perjudicar.** Debe tener claro tres cosas sobre su iniciativa: que sea viable (mercado que le comprará y su ventaja competitiva sostenible en el tiempo), que sea factible (crear un buen equipo competitivo) y su modelo de comercialización. Los tres factores no dependen ni del género, ni de la raza ni de la religión. **Son negocios**”.
- “Que se lo crea y conozca al máximo de gente posible; **crear tu propia red es clave para construir un proyecto**”.
- “**Disponer de los conocimientos en materia o rodearse de personas que los tengan** - esto generará una buena base de autoconfianza la cual es necesaria para poder convencer a client@s/colaborador@s/inversor@s/ etc. y ser resiliente para superar posibles obstáculos”.
- “Adelante!!! ¡Le diría lo mismo que a un hombre! **Rodéate bien lo primero en cuanto a socios y trabaja duro lo segundo.** En tercer lugar y último, **disfruta y haz que disfruten contigo del proyecto**”.
- “Que se conozcan bien, sepan cuáles son sus fortalezas y sus debilidades y **se rodeen de equipo que haga mejor que ellas aquellas partes que no dominan personalmente**”.
- “**Que no deje de lado su vida personal.** El crear una empresa termina pasando factura, en el caso de los hombres lo tienen más fácil, conciliar maternidad/paternidad en esta situación es más complicado para una mujer que para un hombre”.
- “Para mí el género sexual no es un vector para diferenciar a alguien. Le diría lo mismo a un hombre que a una mujer: **cree en ti mismo, hazlo,** la vida pasa rápido, el coste de oportunidad de no seguir tu instinto o necesidad vital de emprender te dejará una espina clavada para siempre. ¡Sin miedo! GO!”
- “Si no lo intenta nunca lo sabrá”.
- “**Que no se deje pisar y saque su carácter.** Esto aplica también a los hombres, pero en mi opinión las mujeres deben reforzar más esa idea de “estar más alerta” hasta que deje de ser necesario.”



## Capítulo 7

# Resultados



En base a todos los datos analizados en este trabajo, des del desk research, hasta los cuestionarios cualitativos y cuantitativos, las principales razones para la escasa presencia de mujeres emprendedoras en el sector TIC son:

1. Estereotipos de género y sesgos inconscientes entre niños y niñas (hombres y mujeres) muy marcados desde la infancia.
2. Poca motivación e interés por parte de las niñas para estudiar carreras STEM.
3. Menor presencia de mujeres en carreras universitarias STEM. En España, por cada mujer con una titulación del grupo STEM (Sciences, Technology, Engineering and Maths), hay 2,85 hombres.
4. Escasez de talento de mujeres en el sector TIC.
5. Escasez de startups con mujeres entre sus fundadores/as.
6. Brecha de género en el empleo, que se traduce en sueldos más bajos para las mujeres en comparación con los hombres para posiciones similares.
7. Poca presencia de mujeres en puestos directivos y de decisión de las empresas, comparando con los hombres.







En cuanto a los obstáculos que frenan la presencia de mujeres emprendedoras en el sector TIC:

- 1.** Falta de confianza e inseguridad de las mujeres en su potencial para emprender.
- 2.** Algunas mujeres emprenden en solitario, lo que conlleva mucho más esfuerzo y desgaste emocional. En la medida de lo posible, es recomendable emprender en equipo (co-emprender y co-liderar).
- 3.** Contar con un equipo con talento es clave en una startup. Hay que saber escoger bien a sus componentes y tomar decisiones valientes para hacer cambios en caso de que las cosas no vayan según lo planeado. A menudo la principal barrera es no poder contratar al equipo deseado por falta de dinero.
- 4.** No tener la formación adecuada para lanzar la idea de proyecto.
- 5.** Inestabilidad financiera en las etapas iniciales.
- 6.** Dificultades para acceder a financiación externa.
- 7.** Dificultades para conseguir el capital adecuado. Las startups fundadas solo por mujeres tienden a levantar menos dinero que las startups fundadas por equipos mixtos (hombres y mujeres).
- 8.** El sector digital está muy masculinizado y tiene sus propias redes de Networking a las que las mujeres no suelen tener acceso.
- 9.** Falta de visibilidad de mujeres referentes en el sector digital.

Analizando el perfil de los líderes de startups, si hacemos el retrato del perfil más recurrente según los resultados del cuestionario cualitativo, comparando hombres con mujeres, encontramos lo que hemos llamado el “Startup persona”:

Startup persona		
<b>Estudios</b>	MBA o máster	Estudios universitarios tecnológicos
<b>Edad al fundar la empresa</b>	31-40	18-30; 31-40; 41-50 (uniformemente)
<b>Cofundadores</b>	3	3
<b>Sector</b>	HealthTech y/o MedTech	TIC/desarrollo de software y software como servicio
<b>Financiación</b>	No ha necesitado financiación externa	Ha podido acceder a financiación externa
<b>Sueldo</b>	< 40.000€	60.000-80.000€
<b>Valores</b>	Empatía, Colaboración, Compromiso	Competitividad, Ambición, Agresividad
<b>Hijos</b>	Sí	Sí
<b>Razones para emprender</b>	Para llevar mis ideas para productos/servicios al mercado	Para llevar mis ideas para productos/servicios al mercado
<b>Barreras para emprender</b>	Inestabilidad financiera durante las etapas iniciales	Inestabilidad financiera durante las etapas iniciales
<b>Atributos de éxito</b>	Perseverancia, empatía con el cliente, resiliencia, pasión por el negocio	Perseverancia, resiliencia, pasión por el negocio, empatía con el cliente
<b>Facilitadores para emprender</b>	Trabajar duro, ganas de aprender	Ambición para sacar el proyecto adelante

El **DAFO** de la mujer emprendedora en el mundo startup quedaría así:

### Debilidades

- Poco interés de las niñas en STEM
- Poca presencia de mujeres en puestos directivos y de decisión de las empresas
- Falta de confianza de las mujeres en su potencial
- Dificultades para acceder a financiación
- Conciliación familiar

### Amenazas

- Escasez de mujeres que estudien carreras STEM
- Brecha digital de género
- Brecha salarial de género
- Sector digital muy masculinizado
- Escasa presencia de mujeres fundadoras de startups
- Estereotipos de género y sesgos inconscientes

### Fortalezas

- Comunidades de apoyo a las mujeres (dentro y fuera de las empresas). Sororidad
- Valores: empatía, colaboración, compromiso, resiliencia
- Las empresas lideradas por mujeres tienen mayores rendimientos

### Oportunidades

- Fomentar los estudios STEM entre niñas
- Educar en la igualdad de género
- Plena participación de las mujeres en la economía digital
- Reforzar la visibilidad de mujeres digitales
- Emprender en equipo (co-emprender y co-liderar)
- "Feminizar" el sector de la inversión
- Incrementar la presencia de mujeres en espacios de decisión del mundo digital
- Equiparar salarios entre hombres y mujeres



## Capítulo 8

---

# Discusión y conclusiones



A continuación, y haciendo una síntesis de los temas tratados en este trabajo, se destacan los puntos más relevantes a tener en cuenta cuando comparamos startups lideradas por hombres y por mujeres, así como iniciativas para lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas (ODS número 5).

Se ha incorporado una valoración con estrellas para visualizar el estado actual de cada categoría, representando 5 estrellas la situación ideal a alcanzar.



## Educación y Mujeres en el sector TIC



El mayor reto es conseguir más profesionales mujeres en el ámbito tecnológico, más allá del mundo digital. Otro punto a destacar son los sesgos inconscientes y cómo influyen en lo que creemos acerca de quién encaja o no en un trabajo o campo. Nuestra imagen de un emprendedor exitoso, formada en parte por los medios y la cultura popular, se ajusta a un ideal masculino.

### Propuestas para el cambio:

Es necesario introducir herramientas TIC y las oportunidades del sector en la educación y formación, fomentando que las niñas y mujeres tengan interés en aprender y desarrollarse en este sector. Es importante que venga acompañado de un cambio en los modelos que rodean a niñas y mujeres, desde hacer más visibles a mujeres emprendedoras, hasta corregir los modelos habituales de mujeres que se nos presentan en los medios de comunicación en la cultura popular (televisión, series, películas, música, etc.). Es necesario formar a los educadores en materia de género, particularmente a aquellos que trabajan con niños de entre 8 y 12 años, que son edades esenciales en la generación de las brechas de género y los estereotipos acerca de las tecnologías y los estudios STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas).

Concienciar a la sociedad en materia de igualdad de género, sobre todo en el ámbito de la educación y la formación, tanto en las escuelas y universidades, como a nivel familiar. Los padres son excelentes modelos para sus hijos y pueden contribuir en gran manera a romper estos estereotipos y animar a sus hijos e hijas a interesarse por la ciencia y la tecnología. Es muy importante fomentar las actitudes de corresponsabilidad y la inteligencia emocional en los niños y niñas.

Si bien es cierto que cada vez hay más mujeres que fundan startups digitales, todavía es mucho mayor el número de hombres fundadores. España tiene un 16% de mujeres fundadoras de startups, y se sitúa a la cabeza en términos de diversidad de género respecto a otros países europeos como Francia (10%) o Reino Unido (13%)<sup>34</sup>. Estas mujeres tienen que ser mucho más visibles y presentes en los medios de comunicación, para ser referentes para los niñ@s

34. "Spain's top women investors | Sifted." 1 jun.. 2020.

y jóvenes. Un buen ejemplo de cómo inspirar a niños y niñas con actividades para dar a conocer las tecnologías y sus aplicaciones en la vida real es Young IT Girls<sup>35</sup>. Otra iniciativa interesante es la de Bitbot Challenge 2020<sup>36</sup> para potencial los campamentos de verano tecnológicos dirigidos a niñas.

Algunas iniciativas destacadas dedicadas a fomentar el empoderamiento de las niñas y/o mujeres tecnológicas son: STEM Women Congress<sup>37</sup>, Girls in Tech Spain<sup>38</sup>, Girls in Lab<sup>39</sup>, Women in Mobile<sup>40</sup>, Technovation Girls<sup>41</sup> y Premis Dona TIC<sup>42</sup>.

A nivel formativo, cada vez hay más centros que se focalizan en formaciones tecnológicas específicas (Data Science, UX/UI Design, Product Management, etc.) mediante cursos intensivos y bootcamps, como es el caso de Ironhack<sup>43</sup> y AllWomen Academy<sup>44</sup> (solo para mujeres).

Otra posible solución para disminuir el gap de mujeres en empresas digitales sería desarrollar apps de búsqueda de empleo para las mujeres TIC para facilitar el match entre empresas y potenciales candidatas TIC. Se podría hablar de **Employment Fit o Employment Match** para las mujeres TIC en las empresas. Algunas organizaciones como WomenHack se han especializado en hacer eventos por todo el mundo para candidatas y empresas donde ponen en contacto oferta y demanda.

Por último, destacar que la irrupción de la pandemia del COVID-19 ha acelerado la transformación digital de muchas empresas y ha convertido la capacitación digital de los empleados en un asunto de primera necesidad. Es imprescindible hacer un esfuerzo para formar a niñas y mujeres en el ámbito digital y tecnológico para que la brecha digital de género no siga aumentando.

## 2 Cultura de igualdad y diversidad



Actualmente algunas empresas todavía asocian la diversidad a cumplir con ciertas cuotas internas, pero realmente no son conscientes de que la diversidad genera una mayor creatividad e innovación que se refleja en los resultados empresariales. Tener mujeres en puestos de dirección hace que las empresas sean más productivas.

Las culturas empresariales masculinizadas tienden a respaldar la competencia del ganador, donde los ganadores demuestran rasgos estereotípicamente masculinos como la dureza emocional y la resistencia física. Estas culturas producen disfunción organizacional, ya que los empleados se vuelven hipercompetitivos para ganar, como se desprende del artículo "How Masculinity Contests Undermine Organizations, and What to Do About It"<sup>45</sup> de Harvard Business Review. ¿Dónde deja esto a las mujeres? Como todos los demás, las mujeres deben intentar jugar el juego para sobrevivir, y las pocas

35. "The future is tech, girls go for IT - Young IT Girls." 36. "Què és? - SmartCatalonia - Gencat." 37. "2020 Edition - STEM Women Congress." 38. "Girls in Tech Spain: Home." 39. "GirlsInLab - Non-profit organization to Inspiring, educating and ...." 21 ene.. 2019. 40. "WiM [Women in Mobile]." 41. "Technovation Girls." 42. "Premis Dona TIC . gencat.cat." 15 jul.. 2019. 43. "Ironhack: Bootcamps de desarrollo web, análisis de datos y ...." 44. "allWomen Academy Barcelona - Shaping the Futures of ...." 45. "How Masculinity Contests Undermine Organizations, and ...." 2 nov.. 2018.

que triunfan lo hacen comportándose tan mal como los hombres que compiten por ganar. Deben trabajar más para demostrar su valía mientras hacen frente a reacciones violentas cuando presentan comportamientos dominantes como la ira y la autopromoción.

Solo podemos acabar con la desigualdad si conseguimos, a base de esfuerzo, una masa crítica de mujeres que reequilibre el mercado.

Si hablamos de cultura en el entorno de trabajo, existe una gran brecha entre lo que los directivos piensan que está sucediendo y lo que los empleados sienten o viven en su día a día. En España, el 72% de los líderes opina que está creando entornos en los que los empleados se sienten empoderados, pueden ser ellos mismos, plantear inquietudes e innovar sin temor al fracaso, pero solo el 32% de los empleados está de acuerdo.

### **Propuestas para el cambio:**

Es necesario que las empresas incorporen criterios de inclusión y diversidad cuando reclutan nuevos perfiles, si es necesario mediante el uso de nuevas tecnologías, que permita cerrar la brecha entre las buenas intenciones y la implementación real de una política de diversidad.

Esta visión inclusiva se tiene que poner en valor en la **estrategia de Employer Branding** de las empresas, pudiendo medir cuál es la reputación de una organización como empleadora siguiendo criterios de igualdad y diversidad, incluyendo ejemplos de mujeres que se han sentido empoderadas por la empresa, mujeres referentes en todos los ámbitos, especialmente en posiciones directivas. Para ello las empresas tienen que poner el foco en conocer realmente qué sienten sus empleados para poder ayudarles a mejorar su experiencia en el entorno laboral.

Las empresas podrían implementar sistemas de métricas con indicadores específicos relacionados con el ODS número 5 sobre igualdad de género, permitiendo a los empleados valorar la empresa en una escala del 1 al 5, por ejemplo, para analizar la situación de partida, la situación deseada, y cuáles deberían ser los pasos a seguir para conseguir un mayor empoderamiento de la mujer dentro de la empresa.

Algunas de las soft skills más demandadas y valoradas por las empresas son la inteligencia emocional, la empatía, la colaboración, la escucha activa y la flexibilidad, cualidades necesarias para satisfacer la creciente cultura corporativa de trabajo en equipo. Se trata de los valores que se asocian a las mujeres en este estudio (empatía, colaboración, compromiso, confianza). Las mujeres que combinan habilidades digitales avanzadas con el conocimiento específico del sector o industria en el que trabajan son especialmente atractivas como candidatas para el mercado laboral.



### 3

## Financiación



Las mujeres tienen mayores dificultades para acceder a los circuitos habituales de financiación de startups porque es un sector todavía muy masculinizado del que ellas no forman parte, que se mueve por redes de contactos mayoritariamente masculinos, que tienden a basarse en una negociación más agresiva (más atrevidos a pedir más, a ver la parte positiva y desestimar la parte negativa), frente a las mujeres, que suelen ser más prudentes y más transparentes.

Algunos puntos importantes a destacar en cuanto a financiación de Venture Capital indicadas en el artículo: “The Comprehensive Case for Investing More VC Money in Women-Led Startups”<sup>46</sup>:

- A.** La importancia de las redes sociales (Networking). Las mujeres que buscaban financiación en la etapa inicial vieron un aumento espectacular de la inversión cuando tenían una conexión social con un VC masculino.
- B.** Las empresas lideradas por mujeres pueden tener una tasa de rendimiento más alta en promedio que las empresas lideradas por hombres.

La mayoría de las empresas dirigidas por mujeres han sido financiadas por la propia fundadora, o por amigos y familiares, según un estudio de Babson College<sup>47</sup>. En nuestro estudio hemos encontrado que un 70% de los hombres han conseguido financiación externa, frente al 30% de mujeres. Asimismo, del 19% de los que han contestado que han financiado su empresa con inversión personal (ahorros y tiempo), un 53% son mujeres frente al 47% de los hombres.

La presencia de mujeres en puestos de decisión a la hora de financiar startups es todavía muy pequeña (Business Angels, Venture Capital), incluso en entidades bancarias.

### Propuestas para el cambio:

Es necesario que más empresas de capital riesgo y Business Angels estén fundadas por mujeres o incorporen mujeres en sus puestos directivos, que tomen decisiones sobre los proyectos a financiar<sup>48</sup>. En el caso concreto de startups con productos dirigidos mayoritariamente al público femenino, les es más difícil que el fondo de inversión o el Business Angel entiendan el producto si los inversores son todos hombres, porque por lo general quieren invertir en algo que entienden y que le apasiona.

Otra posible solución es la realización de audiciones a ciegas en las rondas de financiación para startups, para que se valore realmente el proyecto a financiar más allá del género de la persona.

<sup>46</sup>. “The Comprehensive Case for Investing More VC Money in ....” 18 sept.. 2017. <sup>47</sup>. “THE DIANA PROJECT™ | Babson College.” <sup>48</sup>. “Research: The Gender Gap in Startup Success Disappears ....” 19 jul.. 2016.

Las empresas de capital de riesgo que son amigables con las mujeres fundadoras pueden tomar decisiones de inversión con mayor diversidad de género y, como resultado, obtener mayores ganancias.

Empiezan a surgir iniciativas lideradas por mujeres para hacer frente a esta desigualdad y dar ayudas específicas para empresas, como WeRockCapital<sup>49</sup> (Women Angels), AllRaise<sup>50</sup> y WA4STEAM<sup>51</sup>.

También los gobiernos tienen un papel clave a desempeñar, no solo a través de la inversión directa en programas de escala que apoyan a las mujeres, sino también a través del diseño de políticas e iniciativas gubernamentales destinadas a ayudar a la economía de la innovación en general. Existe una oportunidad real de tener un impacto directo en la brecha de género al garantizar que todos los programas financiados por organismos gubernamentales adopten un enfoque proactivo para la igualdad de género, ya sean programas específicos para mujeres o no. Esto pasa por exigir a todos los solicitantes que demuestren un claro enfoque de la inclusión en sus proyectos.

Finalmente, me gustaría destacar que a nivel de financiación pública y privada sí que existen algunas iniciativas específicas solo para mujeres que quieren emprender, pero suelen ser importes pequeños (microcréditos) y más focalizados en pequeños negocios que en startups digitales, como es el caso del programa PAEM (Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres) de la Cámara de Comercio de Barcelona.

## 4

### Participación de las mujeres en puestos directivos ★★☆☆☆

Fomentar una mayor paridad en puestos de dirección y ejecutivos (socios, jefes, directores, miembros de Comités de Dirección, miembros de consejos de Administración, etc.).

#### Propuestas para el cambio:

Las mujeres deben estar más presentes en puestos de decisión de las empresas. A menudo, cuando una mujer es promocionada se la ve más como ejecutora que como estratega. Es necesario incrementar la participación de mujeres en los órganos de decisión de las organizaciones y promover el emprendimiento.

Según el estudio “Women in Business: hacia un avance real”<sup>52</sup> realizado en 2019 por Grant Thornton, gracias a movimientos como #MeToo y el seguimiento cada vez mayor de la brecha salarial de género, en 2019 el porcentaje de mujeres en puestos de alta dirección ha marcado un récord histórico situándose en el 29%. También se ha producido el mayor incremento en la proporción de mujeres que ocupan puestos directivos en todo el mundo, con un incremento de cinco puntos porcentuales desde el 24% registrado en 2018.

49. “WeRockCapital (@WeRock\_Capital) | Twitter.” [https://twitter.com/werock\\_capital](https://twitter.com/werock_capital). 50. “All Raise | Home.” 51. “WA4STEAM.” 52. “Women in Business 2019: hacia un avance real - Grant ...”



Y es que este dato positivo también lo encontramos en el hecho de que cada vez más mujeres van tomando asiento en los consejos de administración de las grandes compañías cotizadas españolas<sup>53</sup>. En lo que va de año se han incorporado una veintena de profesionales al máximo órgano de representación de 15 empresas del selectivo español. Son 21 compañías las que ya cumplen con el 30% de cuota femenina, tal y como fijaba la recomendación de 2015 de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) para 2020. Aunque cabe destacar que todavía quedan 14 empresas lejos de este objetivo.

Parece que esta misma tendencia siguen otros mercados. Concretamente en Estados Unidos ha habido un nuevo récord de mujeres liderando corporaciones dentro del ranking Fortune 500<sup>54</sup>, con 37 de las compañías con mujeres CEO al frente (7,4%). Un análisis más detallado desvela que muchas de estas mujeres líderes se concentran en la parte inferior de Fortune 500, donde las empresas son más pequeñas y solo siete mujeres dirigen compañías Fortune 100. Varias CEOs femeninas se concentran en el comercio minorista, mientras que el liderazgo femenino entre las compañías tecnológicas de Fortune 500 sigue siendo escaso.

5

## Brecha de género y salarial en el empleo



Las mujeres siguen cobrando mucho menos que los hombres para los mismos puestos de trabajo. Algunas de las principales causas de la brecha salarial son las diferencias de género en relación con la elección de estudios y profesiones o la falsa corresponsabilidad en los roles familiares y domésticos. La desigualdad salarial determina la trayectoria personal y laboral de las mujeres, a la vez que influye directamente en la economía del país al no aprovechar todo el talento femenino que realmente existe.

### Propuestas para el cambio:

Tener a hombres y mujeres trabajando en las mismas posiciones como compañeros de trabajo, pero cobrando sueldos diferentes, es injusto y se debería evitar. Provoca diferencias entre los empleados que no se traduce en un menor rendimiento de las mujeres, sino que viene dado por estereotipos de género. Esta situación no favorece el empoderamiento de las mujeres dentro de las empresas porque todavía hoy en día se miden las jerarquías en las empresas según los sueldos que cobran sus empleados. Algunas medidas a tomar para corregir esta situación podrían ser la medición de brechas y una mayor transparencia por parte de las empresas. Los responsables de reclutamiento y los directivos en general, deberían ser más conscientes de esta situación y asesorar mejor a las mujeres a la hora de negociar sus sueldos para que tengan sueldos justos, equiparables a los de los hombres en sus mismas posiciones.

53. "Estas son las 20 nuevas consejeras del Ibex 35 - Cinco Días ...." 26 may.. 2020. 54. "Fortune 500 CEOs who are women hits record high | Fortune." 18 may.. 2020.

Además, eliminar la brecha de género en el empleo y en la ocupación a tiempo parcial tendría un impacto económico de 201.913 millones de euros, representativos del 16,8 % del PIB español del año 2018<sup>55</sup>.

6

## Comunidades de apoyo para mujeres



Cada vez existen más redes para mujeres, donde se crea una comunidad basada en la sororidad, con el objetivo de compartir experiencias para sumar entre todas y darse apoyo para crecer profesionalmente.

### Propuestas para el cambio:

Uno de los principios básicos de estas comunidades es la solidaridad y la empatía. Estas redes también son de gran ayuda para mujeres que quieren emprender y lanzar su propia empresa porque cuentan con otras mujeres con experiencia que les pueden asesorar como mentoras en todo el proceso. Algunos ejemplos de estas comunidades son: [Impulse4Women](#)<sup>56</sup>, [Digital4Her](#)<sup>57</sup>, [Womenteck](#)<sup>58</sup>, [TEDWomen](#)<sup>59</sup>, [WomenHack](#)<sup>60</sup>, [Women Evolution](#)<sup>61</sup>, [She Leader](#)<sup>62</sup>, [Women4IT](#)<sup>63</sup>, [LIDERA](#)<sup>64</sup> de Barcelona Activa, la asociación [50a50](#)<sup>65</sup> y el [ODEE](#)<sup>66</sup>.

7

## Conciliación familiar.



La conciliación familiar es un factor clave en la brecha de género en el empleo.

### Propuestas para el cambio:

Impulsar la corresponsabilidad con flexibilidad laboral y sistemas de apoyo y ayuda a las familias. La conciliación familiar debe ser asumida como algo que afecta tanto a hombres como mujeres y debe basarse en el concepto de igualdad.

El artículo “3 Ways to Advance Gender Equity as We Return to the Office”<sup>67</sup> de HBR, pone de manifiesto la necesidad de aprovechar la crisis del COVID-19 para aplicar cambios reales al planificar la vuelta a las oficinas de los empleados. Concretamente, hace las siguientes propuestas: abogar por nuevas formas de trabajar más flexibles, tener en cuenta a los padres que trabajan y sus necesidades respecto a sus hijos (permisos para ir al médico, poder trabajar desde casa si un hijo se pone enfermo, etc.), y normalizar y apoyar que los padres y madres trabajadores puedan salir del trabajo antes para cumplir con sus obligaciones familiares.

55. “Coste de oportunidad de la brecha de género en el ... - PwC.” 56. “Impulse 4 Women.” 57. “Digital4Her | Shaping Europe’s digital future - European ...” 19 jun.. 2018. 58. “WOMENTECK - ASOCIACION MUJER CIENCIA Y ...”. 59. “TEDWomen | Special events | Conferences | Attend | TED.” 60. “WomenHack - Jobs that Empower You.” 61. “Women Evolution Corporate Training | Leadership for Women.” 63. “Women4IT is a project aimed at developing innovative ...” 64. “Barcelona Activa llança Lidera, un centre innovador destinat a ...” 29 oct.. 2018 65. “50a50 | Dones directives i professionals per la paritat.” 66. “Observatori Dona, Empresa i Economia.” 67. “3 Ways to Advance Gender Equity as We Return to the Office.” 11 jun.. 2020



## Resumen de los puntos destacados

Según el estudio “How Should We Talk About Female Entrepreneurs?”<sup>68</sup> de Beyond the Buck en el que entrevistaron a 30 mujeres fundadoras que poseen negocios donde los ingresos superan los 5 millones de dólares anuales, los tres desafíos más grandes y más comunes a los que se enfrentan las mujeres que fundan empresas (frente a los hombres fundadores) son:

- Sus competencias y conocimiento del mercado no se valoran y no se tienen en cuenta.
- Exclusión de las redes sociales y comerciales establecidas basadas en el género.
- A menudo no tienen suficientes fondos para expandir sus negocios.

A estos tres factores se suma la brecha salarial, la discriminación y otras disrupciones en el lugar de trabajo a las que se enfrentan algunas mujeres todos los días. Detrás de todos estos comportamientos se encuentran todos los sesgos inconscientes asociados al género que se nos inculca desde la infancia.

Este mismo estudio, pone de relieve el hecho de que cuando participamos en conversaciones sobre mujeres líderes empresariales, tendemos a exagerar su género como una adición integral a su negocio, enfatizando su relevancia. Se espera que las fundadoras, en muchos sentidos, sean agradables y femeninas, inteligentes, exitosas y dulces. Hay indudablemente mayores expectativas para que las fundadoras sean el prototipo de “super woman”.

Para concluir, aunque se han hecho algunos avances, todavía nos queda mucho por recorrer hacia una igualdad real entre hombres y mujeres en el área del emprendimiento, y más concretamente, en la creación de startups digitales. Con los resultados de la encuesta realizada para este estudio se ha podido confirmar que se reproducen los estereotipos de género también en el ámbito de las startups, y que se manifiesta tanto en la elección del sector en el que emprenden las mujeres, como en su mayor edad debido a la maternidad, mayor nivel de formación empresarial, menor salario, objetivos más colaborativos, mayor prudencia e inseguridad a la hora de emprender, etc. Una buena recomendación antes de emprender en solitario es hacerlo en equipo. Es importante escoger bien a el/la/los cofundador/es para que la experiencia sea realmente la de co-liderar y co-emprender.

Para cambiar esta situación y promover la igualdad entre hombres y mujeres en el mundo empresarial, los gobiernos tienen un papel clave a desempeñar, no sólo a través de la inversión directa en programas de escala que apoyan a las mujeres, sino también a través del diseño de políticas e iniciativas gubernamentales destinadas a ayudar a la economía de la innovación en general. Existe una oportunidad real de tener un impacto directo en la brecha

---

68. “How Should We Talk About Female Entrepreneurs?”

de género al garantizar que todos los programas financiados por organismos gubernamentales adopten un enfoque proactivo para la igualdad de género, ya sean programas específicos para mujeres o no. Esto pasa por exigir a todos los solicitantes de ayudas públicas para emprender que demuestren el enfoque inclusivo de sus proyectos, que contribuya a una mayor diversidad en los ecosistemas de innovación. Las ideas y perspectivas de las mujeres emprendedoras ofrecen una gran oportunidad de desarrollo de nuevos productos, servicios y soluciones creativas a retos globales. De la misma manera es necesario incluir una perspectiva de género en las medidas de apoyo a las PYMEs, incluida la integración de políticas de adquisición con perspectiva de género para aumentar el número de proveedoras femeninas en las cadenas de valor.

A nivel de sociedad, es necesario un cambio de mentalidad a todos los niveles. Debemos ayudar a las niñas y mujeres a desafiar sus ideas preconcebidas y sus inseguridades, señalando las oportunidades relevantes y los modelos a seguir que nos rodean. Hace falta ir un paso más allá, el avance de la diversidad no es solo un problema de las mujeres. Entre todos, tenemos que desafiar la forma en la que vemos el mundo hoy. Una de las mayores desigualdades de género la encontramos en quién gestiona el poder<sup>69</sup>. Estamos en un momento de cambio, en una crisis sanitaria sin precedentes en la que encontramos muchas mujeres en primera línea de la lucha contra el coronavirus: las mujeres son el 77% de las profesionales sanitarias en España, un 84% de los trabajadores en residencias de ancianos y el 90% de las empleadas del hogar<sup>70</sup>, que, junto con limpiadoras, dependientas y cajeras de tiendas de alimentación y supermercados, se han convertido en heroínas incansables e imprescindibles.

Pero toda crisis trae nuevas oportunidades. Entre todos (hombres y mujeres) tenemos el reto de desaprender los estereotipos de género que todavía hoy están muy presentes en nuestra sociedad y asegurarnos de incorporar la visión femenina en esta nueva etapa que está todavía por escribir.



---

# Referencias bibliográficas

- 1** “Las mujeres están por debajo de los hombres en ... - UN News.” 14 feb.. 2018, <https://news.un.org/es/story/2018/02/1427081>.
- 2** “Desarrollo Sostenible – United Nations ...” <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>.
- 3** “PISA 2018: Insights and Interpretations - OECD.” <https://www.oecd.org/pisa/PISA%202018%20Insights%20and%20Interpretations%20FINAL%20PDF.pdf>.
- 4** “L’augment de la bretxa digital de gènere preocupa la ...” 15 ene.. 2019, <http://punttic.gencat.cat/article/laugment-de-la-bretxa-digital-de-genere-preocupa>.
- 5** “Women in Digital | Shaping Europe’s digital future - European ...” 18 sept.. 2019, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/women-digital>.
- 6** “Women in Digital Scoreboard 2019 - Country Reports ...” 11 jun.. 2019, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/women-digital-scoreboard-2019-country-reports>.
- 7** “State of European Tech 2019 · State of European Tech 2019”. <https://2019.stateofeuropeantech.com/chapter/diversity-inclusion/article/state-di-european-tech/>.
- 8** “Índice de Economía y Sociedad Digital (DESI) 2019 | Ontsi ...” <https://www.ontsi.red.es/ca/noticias/indice-de-economia-y-sociedad-digital-desi-2019>.
- 9** “La Brecha Digital en Barcelona - Mobile World Capital ...” <https://mobileworldcapital.com/es/report/brecha-digital-barcelona/>.
- 10** “El ecosistema de las TIC desde la perspectiva de género en ...” [https://eticasfoundation.org/wp-content/uploads/2020/03/MAQEcosistema\\_Tic\\_Barcelona\\_Castella.pdf](https://eticasfoundation.org/wp-content/uploads/2020/03/MAQEcosistema_Tic_Barcelona_Castella.pdf).
- 11** “Baròmetre 2019- Cal que les TIC es posicionin com ... - CTecno.” 20 jul.. 2019. <http://www.ctecno.cat/barometre-2019-cal-que-les-tic-es-posicionin-com-a-generadores-de-valor-per-ajudar-al-creixement-de-les-empreses/>.
- 12** “Coste de oportunidad de la brecha de género en el ... - PwC.” <https://www.pwc.es/es/publicaciones/diversidad/pwc-closinggap-brecha-menuitem.26172fcf4eb029fa6ec7da6901432ea0/?vgnnextoid=76d449de8b610VgnVCM1000001d04140aRCRD>.
- 13** “Indicador d’Igualtat de Gènere. Informe de resultats 2017 ...” 6 mar.. 2018. <http://www.donaempresaeconomia.org/indicador-digualtat-de-genere-informe-de-resultats-2017/>.
- 14** “Quantificació econòmica del treball domèstic i de la cura de ...” 15 feb.. 2017. <http://www.donaempresaeconomia.org/quantificacio-economica-del-treball-domestic-i-de-la-cura-de-persones-no-remunerada/>.

- 15** “Una cultura igualitaria en el entorno de trabajo -Accenture.” <https://www.accenture.com/es-es/about/inclusion-diversity/culture-equality-research>.
- 16** “Levelling the playing field - OECD.” 21 jun.. 2019, [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/CIIE\(2019\)3/FINAL&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/CIIE(2019)3/FINAL&docLanguage=En).
- 17** “EoY 2019 Diversity Report: 20 Percent Of Newly Funded ....” 21 ene.. 2020, <https://news.crunchbase.com/news/eoy-2019-diversity-report-20-percent-of-newly-funded-startups-in-2019-have-a-female-founder/>
- 18** “Coste de oportunidad de la brecha de género en el ... - PwC.” <https://www.pwc.es/es/publicaciones/diversidad/pwc-closingap-brecha-empleo.pdf>.
- 19** “Catálogo de datos - Ministerio de Ciencia e Innovación.” <https://www.ciencia.gob.es/portal/site/MICINN/menuitem.26172fcf4eb029fa6ec-7da6901432ea0/?vgnnextoid=76ddddd449de8b610VgnVCM1000001d04140aRCRD>.
- 20** “Enquesta a les Empreses sobre Igualtat de Gènere | Dona ....” <http://www.donaempresaeconomia.org/enquesta-a-les-empreses-sobre-igualtat-de-genere/>.
- 21** “Women in Business 2019 - Grant Thornton.” <https://www.grantthornton.es/globalassets/1.-member-firms/spain/insights/wib2019/women-in-business-2019-hacia-un-avance-real.pdf>
- 22** “2018 Women in Tech Index | HoneyPot.” <https://www.honeypot.io/women-in-tech-2018/>.
- 23** “Una cultura igualitaria en el entorno de trabajo -Accenture.” <https://www.accenture.com/es-es/about/inclusion-diversity/culture-equality-research>.
- 24** “Fortune 500 CEOs who are women hits record high | Fortune.” 18 may.. 2020, <https://fortune.com/2020/05/18/women-ceos-fortune-500-2020/>.
- 25** “EoY 2019 Diversity Report: 20 Percent Of Newly Funded ....” 21 ene.. 2020, <https://news.crunchbase.com/news/eoy-2019-diversity-report-20-percent-of-newly-funded-startups-in-2019-have-a-female-founder/>.
- 26** “The Different Reasons Men and Women Leave Their ....” <https://hbr.org/2017/02/the-different-reasons-men-and-women-leave-their-successful-startups>.
- 27** “Barcelona & Catalonia Startup Hub.” <http://startupshub.catalonia.com/>.
- 28** “Top 15: Europe’s biggest startup hubs in 2018 | EU-Startups.” 22 nov.. 2018, <https://www.eu-startups.com/2018/11/top-15-europes-biggest-startup-hubs-in-2018/>.
- 29** “Blog | Dealroom.co | Data-driven insights.” <https://blog.dealroom.co/>.
- 30** “EUROPEAN STARTUP MONITOR 2019.” [http://europeanstartupmonitor2019.eu/ESM\\_3.0Color.pdf](http://europeanstartupmonitor2019.eu/ESM_3.0Color.pdf).
- 31** “Gender Differences in Entrepreneurship - Illuminate Ventures.” <http://www.illuminate.com/wp-content/uploads/2018/07/Gender-Differences-in-Entrepreneurship-Paper-a.pdf>.
- 32** Libro: “Business to Business Marketing: Relationships, Networks and Strategies” de Nick Ellis, Oxford University Press.

- 33** “Startups in Catalonia - Catalonia Trade & Investment.” <http://catalonia.com/startups-in-catalonia/>.
- 34** “Spain’s top women investors | Sifted.” 1 jun.. 2020, [https://sifted.eu/articles/spain-top-women-investors/?utm\\_campaign=Scott%20from%20Barcinno&utm\\_medium=email&utm\\_source=Revue%20newsletter](https://sifted.eu/articles/spain-top-women-investors/?utm_campaign=Scott%20from%20Barcinno&utm_medium=email&utm_source=Revue%20newsletter)
- 35** “The future is tech, girls go for IT - Young IT Girls.” <http://youngitgirls.org/index.php/ca/inici/>.
- 36** “Què és?. - SmartCatalonia - Gencat.” <http://smartcatalonia.gencat.cat/ca/projectes/govern/educacio/bit-bot-challenge/que-es/>
- 37** “2020 Edition - STEM Women Congress.” <https://stemwomen.eu/2020-edition/>.
- 38** “Girls in Tech Spain: Home.” <https://spain.girlsintech.org/>.
- 39** “GirlsInLab - Non-profit organization to Inspiring, educating and ....” 21 ene.. 2019, <https://girlsinlab.business.site/>.
- 40** “WiM [Women in Mobile].” <http://www.womeninmobile.org/>.
- 41** “Technovation Girls.” <https://technovationchallenge.org/>.
- 42** “Premis Dona TIC . gencat.cat.” 15 jul.. 2019, <https://web.gencat.cat/es/actualitat/detall/Premis-Dona-TIC>.
- 43** “Ironhack: Bootcamps de desarrollo web, análisis de datos y ....” <https://www.ironhack.com/es>.
- 44** “allWomen Academy Barcelona - Shaping the Futures of ....” <https://www.allwomen.tech/>.
- 45** “How Masculinity Contests Undermine Organizations, and ....” 2 nov.. 2018, <https://hbr.org/2018/11/how-masculinity-contests-undermine-organizations-and-what-to-do-about-it>.
- 46** “The Comprehensive Case for Investing More VC Money in ....” 18 sept.. 2017, <https://hbr.org/2017/09/the-comprehensive-case-for-investing-more-vc-money-in-women-led-startups>.
- 47** “THE DIANA PROJECT™ | Babson College.” <https://www.babson.edu/academics/centers-and-institutes/center-for-womens-entrepreneurial-leadership/diana-international-research-institute/research/diana-project/>.
- 48** “Research: The Gender Gap in Startup Success Disappears ....” 19 jul.. 2016, <https://hbr.org/2016/07/research-the-gender-gap-in-startup-success-disappears-when-women-fund-women>.
- 49** “WeRockCapital (@WeRock\_Capital) | Twitter.” [https://twitter.com/werock\\_capital..](https://twitter.com/werock_capital..)
- 50** “All Raise | Home.” <https://www.allraise.org/>.
- 51** “WA4STEAM.” <https://wa4steam.com/>.
- 52** “Women in Business 2019: hacia un avance real - Grant ....” <https://www.grantthornton.es/globalassets/1.-member-firms/spain/insights/wib2019/>



wib2019\_infografia.pdf

- 53** “Estas son las 20 nuevas consejeras del Ibex 35 - Cinco Días ...” 26 may.. 2020, [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/05/25/companias/1590425014\\_775850.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/05/25/companias/1590425014_775850.html).
- 54** “Fortune 500 CEOs who are women hits record high | Fortune.” 18 may.. 2020, <https://fortune.com/2020/05/18/women-ceos-fortune-500-2020/>.
- 55** “Coste de oportunidad de la brecha de género en el ... - PwC.” <https://www.pwc.es/es/publicaciones/diversidad/pwc-closingap-brecha-empleo.pdf>.
- 56** “Impulse 4 Women.” <https://www.impulse4women.org/>.
- 57** “Digital4Her | Shaping Europe’s digital future - European ...” 19 jun.. 2018, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/digital4her>.
- 58** “WOMENTECK - ASOCIACION MUJER CIENCIA Y ...” <https://www.womenteck.org/>.
- 59** “TEDWomen | Special events | Conferences | Attend | TED.” <https://www.ted.com/attend/conferences/special-events/tedwomen>.
- 60** “WomenHack - Jobs that Empower You.” <https://womenhack.com/>.
- 61** “Women Evolution Corporate Training | Leadership for Women.” <https://womenevolution.com/>.
- 62** “SheLeader: Portada.” <http://sheleader.eu/>.
- 63** “Women4IT is a project aimed at developing innovative ...” <https://women4it.eu/>.
- 64** “Barcelona Activa llança Lidera, un centre innovador destinat a ...” 29 oct.. 2018, <https://ajuntament.barcelona.cat/premsa/2018/10/29/barcelona-activa-llanca-lidera-un-centre-innovador-destinat-a-totes-les-dones-professionals-de-barcelona/>.
- 65** “50a50 | Dones directives i professionals per la paritat.” <https://www.50a50.org/>.
- 66** “Observatori Dona, Empresa i Economia.” <http://www.donaempresaeconomia.org/>.
- 67** “3 Ways to Advance Gender Equity as We Return to the Office.” 11 jun.. 2020, [https://hbr.org/2020/06/3-ways-to-advance-gender-equity-as-we-return-to-the-office?utm\\_campaign=hbr&utm\\_medium=social&utm\\_source=twitter](https://hbr.org/2020/06/3-ways-to-advance-gender-equity-as-we-return-to-the-office?utm_campaign=hbr&utm_medium=social&utm_source=twitter)
- 68** “How Should We Talk About Female Entrepreneurs?.” <https://studybreaks.com/thoughts/how-talk-female-entrepreneurs/>.
- 69** “Gender Equality Index | European Institute ...” <https://eige.europa.eu/gender-equality-index>.
- 70** “Sección prensa / Encuesta de Población Activa (EPA) - INE.” [https://www.ine.es/prensa/epa\\_prensa.htm](https://www.ine.es/prensa/epa_prensa.htm).

---

# Anexo

## 1 Cuestionario cualitativo

### A. Logros

Según datos analizados por el [European Startup Monitor de 2019](#) (es un estudio que se realiza de forma anual y recoge los principales datos de startups europeas), la gran mayoría de las nuevas empresas fueron fundadas por equipos exclusivamente masculinos, y solamente un 8% fueron fundadas por equipos exclusivamente femeninos. El 25% restante fueron fundadas por equipos que incluyen al menos un hombre y una mujer.

Según el estudio, el fundador promedio de una startup es hombre (82.8%), tiene un título universitario (84.8%) y creó la empresa cuando tenía 35 años. La mayoría de los fundadores operan en equipos (en promedio 2.7 fundadores por inicio).

Con estos datos, es un privilegio poder entrevistar a una mujer que forma parte de este 17,2% de mujeres que crean su propia empresa.

1. Qué fue lo que te motivó e inspiró a hacerte emprendedora?
2. ¿Cuáles han sido tus mayores logros como emprendedora?
3. ¿Cuál crees que ha sido el mayor facilitador para crear tu startup (contactos, financiación, equipo de trabajo, etc.)? ¿Qué te facilitaron de especial cada uno?

### B. Retos y barreras

Según la publicación “Women in Digital Age” de la Comisión Europea, las mujeres se enfrentan a diversos retos a la hora de emprender en el sector digital: desde sesgos inconscientes de las capacidades de las mujeres para liderar y emprender, a barreras para acceder a financiación, o problemas a la hora de conciliar la vida profesional con la personal.

4. ¿A qué retos personales te has enfrentado en tu trayectoria como emprendedora y cómo los has superado?
5. ¿Cuál crees que han sido las mayores barreras externas para crear tu startup? ¿Crees que algunas de ellas han sido por el hecho de ser mujer?

(Opciones posibles, y otras)

- Maternidad
- Falta de conciliación
- Cultura dominada por hombres en el sector
- Cultura dominada por hombres en las empresas en general

## C. Valores empresariales

Si hablamos de cultura empresarial, enseguida nos vienen a la mente ciertos valores que la empresa debería tener integrados. Para hacer frente a la diversidad de género, todas las empresas deberían enriquecer sus valores incorporando la visión femenina.

6. ¿Cuáles crees que son los valores que diferencian los startups lideradas por mujeres de las lideradas por hombres? ¿Qué valores son en clave femenina? ¿Añadirías otros al listado propuesto?

*Se ha elaborado un listado de valores basados en los Valores Humanos Universales que se han adaptado al entorno empresarial y se han facilitado a la entrevistada para que escoja los 5 más relevantes según ella para empresas lideradas por mujeres y las 5 más relevantes para empresas lideradas por hombres. La respuesta se ha elaborado de forma sugerida mostrando los atributos, aunque si las entrevistadas tenían algún atributo espontáneo a mencionar (top of mind), éste se añadió a la lista de atributos para las siguientes entrevistas.*

**Agresividad, ambición de poder, asertividad, autoestima, autoexigencia, aversión al riesgo, compromiso, comunicación, conocimiento, confianza, constancia, cooperación, creatividad, diversidad, entusiasmo, emociones, empatía, empoderamiento, esfuerzo, espíritu crítico, experiencia, ética profesional, familia, flexibilidad, honestidad, humildad, igualdad, iniciativa, innovación, inseguridad, liderazgo, meritocracia, observación, pasión, prudencia, resiliencia, escucha activa, seguridad, sensibilidad, sinceridad, sostenibilidad, tecnología, tenacidad, tradición, valores, visión estratégica.**

## D. Equipo y diversidad

La tecnología refleja los valores de sus desarrolladores y la información de la que extraen. Tener equipos más diversos trabajando en el desarrollo de tecnologías como la Inteligencia Artificial podría ayudar a identificar prejuicios y prevenirlos.

La diversidad genera una mayor creatividad e innovación que se refleja en los resultados empresariales.

7. ¿Cuántas mujeres forman parte del equipo directivo de tu startup frente al número de hombres? ¿Es así en general en el ecosistema de startups digitales? ¿Financiación? ¿Proveedores? ¿Clientes?
8. ¿En tu startup implementáis medidas específicas para conciliar la vida laboral con la personal? ¿Cuáles?
  - Modalidades de trabajo flexible
  - Reducción de horas laborales
  - TeletrabajoSolamente medidas legales
  - Pago por cuidados (hijos, personas dependientes, etc.)
  - Otras

## E. Futuro y lecciones aprendidas

Para este bloque final, me gustaría proponerte una pequeña reflexión sobre el futuro del emprendimiento digital femenino y terminar la entrevista con algunas de tus lecciones aprendidas.

7. ¿Cómo ves el futuro del emprendimiento femenino en el sector digital? ¿Crees que el número de startups lideradas por mujeres crecerá al mismo ritmo que las startups creadas por hombres?
8. Acaba la frase: “Si pudiera volver a los comienzos de mi negocio, me diría a mí misma...” (pregunta abierta)
9. Acaba la frase “El mejor consejo que me han dado es...” (pregunta abierta)

## 2

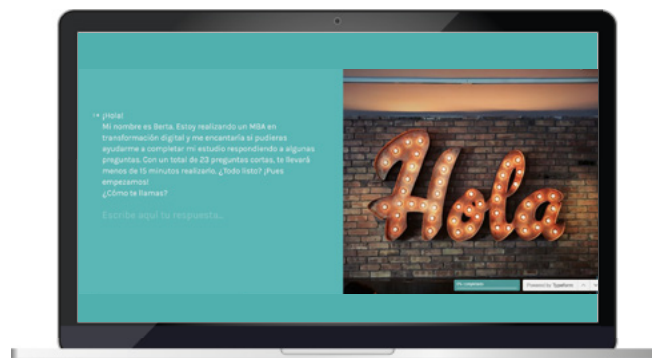
### Cuestionario cualitativo

El esquema del cuestionario y sus preguntas ha sido el siguiente:

#### 1. Página de inicio



#### 2. Bienvenida



#### 3. [Nombre], ¿En qué sector se encuentra tu empresa? (respuesta única)

- TIC/desarrollo de software.
- Software como servicio.
- Tecnologías verdes.
- Fintech.
- Legaltech.
- Consultoría.
- Educación.
- Healthtech y/o medtech.
- Biotecnología y/o farmacia.
- E-commerce.
- Videojuegos.
- Audiovisual e industrias creativas.
- Tecnología industrial/producción/hardware.
- Agroalimentario.
- Retail.
- Ocio y traveltech.
- Otro.

4. ¿Cuántos socios/as fundasteis la empresa?
5. De los socios fundadores, ¿cuántas son mujeres?
6. ¿Cuántos años hace que creaste tu empresa?
7. ¿Cómo has financiado tu startup? [Multirespuesta]
  - Inversión personal (con tus ahorros; con garantías personales sobre tus bienes, con la dedicación de tu tiempo sin retribución, con la combinación de varios o todos los anteriores).
  - Friends, fools and family (FFF's).
  - Business Angels.
  - Capital de riesgo (VC fase seed, VC early stage, VC Serie A, VC Serie B o Growth).
  - Crowdfunding / crowdinvesting.
  - Préstamos bancarios.
  - Programa de incubación/aceleración.
  - Subvenciones y fondos públicos.
  - Financiación interna (flujo de efectivo).
  
8. ¿Cuántas personas forman parte de tu startup?
9. ¿Cuántas son mujeres?
10. ¿Cuántas mujeres ocupan puestos directivos?
11. [Nombre], me gustaría saber un poco más sobre ti. Ahora vienen una serie de preguntas más personales. ¿Me puedes indicar tu género?
  - Hombre
  - Mujer
  
12. Tu nivel de estudios: (respuesta única)
  - Doctorado
  - MBA o Máster
  - Estudios universitarios tecnológicos
  - Estudios universitarios no tecnológicos
  - Bachillerato
  - Formación Profesional
  - ESO
  - Otro
  
13. Tu edad al fundar la empresa: (respuesta única)
  - <18 años
  - 18-30 años
  - 31-40 años
  - 41-50 años
  - >51 años
  
14. ¿Tienes hijos?
  - Sí
  - No

En caso afirmativo:

¿Qué edad tienen? (Multirespuesta)

- <12
- ≥12

**15.** ¿En qué rango de sueldo te mueves? (Respuesta única)

- <40.000€
- 40.000€ - 60.000€
- 60.000€ - 80.000€
- 80.000€ - 100.000€
- >100.000€
- Otro

**16.** Ahora tengo curiosidad...¿Eres la persona que más cobra de tu empresa?

- Sí
- No

**17.** (Nombre), empezamos ahora la serie final de preguntas un poco más elaboradas. (Multirespuesta)

- Para ganar más dinero.
- Para llevar mis ideas para productos/servicios al mercado.
- Para tener independencia económica.
- Para dirigir mi propio negocio y no trabajar para terceros.
- Para demostrarme que podía hacerlo.
- Para tener una mejor conciliación familiar.
- Para buscar nuevas experiencias y hacer algo diferente.
- Para mantener la tradición familiar (somos una familia de emprendedores).
- Para capitalizar el paro.
- Por necesidad (por no encontrar trabajo).

**18.** ¿Cuáles de los siguientes atributos crees que definen el éxito de tu startup digital? (Multirespuesta)

- Resiliencia (sobreponerse a las adversidades).
- Perseverancia (constancia para lograr un objetivo).
- Liderazgo con visión estratégica.
- Pasión por el negocio.
- Dominar la tecnología en la que se basa mi negocio.
- Habilidad para atraer a un gran equipo.
- Empatía con el cliente y generar confianza.
- Las conexiones en redes de acceso a financiación.

**19.** ¿Cuáles han sido los mayores facilitadores personales (drivers) para crear tu propia empresa? (Multirespuesta)

- Trabajar duro.
- Ambición para sacar el proyecto adelante.
- Ganas de aprender.
- Una buena red de contactos personales y profesionales.
- Mi experiencia anterior en otra startup.
- Tener el soporte de mi entorno cercano (familia y/o amigos).
- Haber participado en un programa de incubación/aceleración de startups.

**20.** ¿Cuáles crees que han sido las principales barreras que te has encontrado para la creación de tu startup digital? (Multirespuesta)

- Inestabilidad financiera durante las etapas iniciales.
- Dificultad de acceso a financiación (fuentes de capital apropiadas).
- Estigma social asociado al fracaso.
- Conciliar la vida laboral con la familiar (maternidad/paternidad).
- Encontrar el/la socio/a adecuado para fundar el negocio.
- No tener la formación adecuada para el proyecto que quería lanzar.
- Dificultad para contratar al equipo deseado por falta de talento.
- Dificultad para contratar al equipo deseado por falta de dinero para contratarlos.
- No tener una idea “única” y con potencial de llegar al mercado.
- Inseguridad inicial a nivel personal para emprender.
- Poco soporte legislativo para emprender en España.
- Cultura dominada por hombres en el sector digital.
- Empezar mi negocio demasiado tarde, debería haberlo hecho antes.

**21.** En cuanto al acceso a financiación, ¿cuál ha sido tu experiencia? (Respuesta única)

- No he necesitado financiación externa.
- Aunque lo he intentado, nunca he conseguido financiación externa.
- He encontrado muchas limitaciones para conseguir financiación para mi proyecto.
- Me ha costado mucho, pero finalmente he conseguido financiación.
- He conseguido financiación externa sin problemas.

**22.** De este listado de atributos, marca los 3 que creas que son más probables de encontrar en startups lideradas por mujeres:

- Agresividad.
- Ambición de poder.
- Empoderamiento.
- Compromiso.
- Competitividad.
- Confianza.
- Colaboración.
- Empatía.
- Flexibilidad.
- Humildad.
- Meritocracia.
- Prudencia.
- Seguridad.
- Tradición.
- Valores.



**23.** De este listado de atributos, marca los 3 que creas que son más probables de encontrar en startups lideradas por hombres:

- Agresividad.
- Ambición de poder.
- Empoderamiento.
- Compromiso.
- Competitividad.
- Confianza.
- Colaboración.
- Empatía.
- Flexibilidad.
- Humildad.
- Meritocracia.
- Prudencia.
- Seguridad.
- Tradición.
- Valores.

**24.** ¿Crees que el hecho de que no haya más mujeres liderando startups digitales es debido a...? (Multirespuesta)

- Falta de motivación entre las niñas durante la etapa escolar para estudiar carreras STEM.
- Pocas mujeres que estudien carreras técnicas y tecnológicas en comparación con el número de hombres.
- Las mujeres que estudian carreras técnicas prefieren trabajar para terceros antes que crear su propia empresa.
- Poca visibilidad de mujeres referentes que lideran startups digitales.
- Las mujeres tienen más dificultades para emprender (conciliación, acceso a financiación, etc.) que los hombres.
- Falta de autoestima para liderar un proyecto propio (que no se consideran preparadas).

**25.** Estamos ya terminando...Teniendo en cuenta tu experiencia, ¿qué consejo(s) le darías a una mujer que quiere emprender en el mundo digital? (Pregunta abierta)

**26.** De manera opcional, te agradecería si me dejas el link a la web de tu empresa para un mejor análisis y segmentación de datos de mi trabajo. Esta información será tratada, como toda la anterior, de manera confidencial.

**27.** Cierre:

(Nombre), ¡muchísimas gracias por tu tiempo!

Si te ha gustado el cuestionario, por favor compártelo en redes sociales.



 **THREEPOINTS**  
THE SCHOOL FOR DIGITAL BUSINESS



De:



Planeta Formación y Universidades