

Mujeres tenían que ser

Es la típica frase pronunciada cuando alguna persona del sexo opuesto quiere referirse de forma despectiva a la actuación de una mujer en un determinado campo. En este caso, esa frase carece de cualquier sentido despectivo, al contrario. Se vincula directamente con el éxito y la admiración. Admiración hacia todas aquellas féminas que en su día se decidieron a ser empresarias, llevando su negocio hacia lo más alto.



Málaga cuenta con un tejido empresarial de gran calidad. A pesar de que aún la presencia masculina es superior a las de las mujeres, éstas, poco a poco han ido dejando atrás roles ya anticuados, para demostrar su valía, liderazgo y su buen hacer dentro del mundo empresarial. De hecho, el 43% de

las empresas creadas en la provincia entre enero y septiembre del pasado año fueron iniciativas de mujeres. A nivel nacional, una de cada tres nuevas empresas creadas entre los años 2008 y 2011 en España ha sido puesta en marcha por una mujer, según una reciente investigación de la Business School de la Universitat

Oberta de Catalunya. Según el estudio, titulado 'Emprender en tiempo de crisis', el colectivo femenino supera al sector masculino en innovación del producto, en nuevas prácticas de organización en el trabajo y en niveles formativos. De las empresas creadas por mujeres, el 90,2% salieron adelante sin ayudas públicas, y



ISABEL GARCÍA BARDÓN. PRESIDENTA DE GRUPO EL FUERTE

Las circunstancias llevaron a Isabel García Bardón a convertirse en empresaria. Su marido, José Luque, pionero del turismo en la Costa del Sol, había fallecido, dejando uno de los hoteles más señeros de la provincia. "Recuerdo junio de 1984 como un tiempo en el que tuve que enfrentarme a un cambio radical. Yo no sabía en qué etapa entraba mi vida, pero recuerdo que sí que tenía claro por qué lo hacía. Cuando mi marido murió nos dejó una carta aconsejándonos permanecer unidos. Y a mí aquello me dio esperanza. Fue entonces cuando mis hijos aceptaron continuar ese proyecto todos juntos y unidos". Decidió ser valiente y pilotar la expansión de la empresa creada por su marido.

A pesar de que todo no fue un camino de rosas y de que algunos le mencionaran su condición de "esposa de", no se desanimó y tiró para adelante, recordándose que "tú no eres José Luque Manzano, eres Isabel María García Bardón. Desde ahora eres tú la que está al frente de esta empresa, para bien o para mal". Y fue para bien. El Grupo El Fuerte, tras 50 años de servicio, ha crecido, ha innovado y se ha diversificado, convirtiéndose en una de las principales empresas andaluzas.

Pero no tuvo que hacer frente únicamente a la empresa, también a ser la cabeza de una familia de cinco hijos, quienes en su día tomaron las riendas del negocio familiar sin que se produjera ninguna fricción. "Es una sucesión natural, sólo el fruto de la preparación emocional y abierta a retos con la que hemos crecido como familia", explica, aunque "mientras tenga uso de razón" seguirá ligada al grupo y "ayudará en todo lo que sea útil".

Ha conjugado su faceta como empresaria y madre con la de mujer solidaria. ¿Cómo se hace eso? Isabel García, quien asegura compartir los principios del grupo empresarial, da la clave: "lo más importante es amar realmente lo que haces y organizarte. Hay que saber priorizar, simplificar y dedicarle muchas horas a aquellas tareas que realmente la necesitan".

no sólo eso. El 85,6% de las mujeres se ha nutrido de fondos propios para desarrollar su proyecto.

Pero no es el único informe que alaba el comportamiento activo de las mujeres en el mundo empresarial, ya que son muchos los que indican el crecimiento que ha experimentado este colectivo. Un ejemplo es ▶



Tenía claro lo que quería hacer desde pequeña. "Quería hacer algo que yo pudiera gestionar, que me permitiera formar un equipo de trabajo y dirigirlo, que me permitiera ofrecer y vender algo original e innovador". Esa idea le llevó a convencer a sus padres para que le permitieran incorporarse al mundo laboral a los 13 años. No le molestaba tener que levantarse muy temprano para entrar a las siete de mañana en la agencia de aduanas en la que había encontrado trabajo. Se sentía feliz e ilusionada: le gustaba lo que hacía. De hecho, recuerda que cuando observaba a los pasajeros en el metro camino de su trabajo se preguntaba "¿Por qué si son libres parecen tan tristes?".

MARÍA JOSÉ CAÑETE. PRESIDENTA DE HELICÓPTEROS SANITARIOS

Y llegó el día en el que pudo hacer ese sueño realidad. Tras trabajar para la empresa Helisuisse, dedicada al rescate aéreo, y apoyada por su marido, fundó Helicópteros Sanitarios. "La idea de utilizar, desde el ámbito privado, medios aéreos para trasladar pacientes, localizados en puntos lejanos o de difícil acceso, a los centros de salud y hospitales me parecía fascinante e innovadora". Su ambulancia totalmente medicalizada y su helicóptero fueron los primeros que llegaron a Andalucía.

Para Cañete, en el mundo empresarial "no hay diferencias entre hombres y mujeres. Nos merecemos el mismo respeto". Asegura que claro que se ha encontrado muchas trabas en su camino, pero no por el hecho de ser mujer. Esos problemas los ha resuelto y los resuelve "aplicando siempre el sentido común y tomando las decisiones firmemente y sin temor".

María José Cañete es una mujer previsora, tal y como demuestra su actuación ante la actual crisis financiera. Alarmada por las noticias de los medios asiáticos y estadounidenses, y cuando aún en España reinaba la tranquilidad, Decidió plantear una estrategia. Lo que "nos enseñaron nuestros padres: No podemos gastar más de lo que tenemos". Esa previsión le ha permitido estar trabajando en un proyecto hospitalario innovador.

► el estudio 'Mujeres y Hombres en España', elaborado por el INE, en colaboración con el Instituto de la Mujer. Dicha publicación señala que es notable el aumento de la participación femenina en todas las situaciones profesionales a la vez que disminuye la ocupación a tiempo parcial. Así, el número de mujeres autónomas ha crecido un 45,4% en los últimos diez años, representando este colectivo el 32,2% de los autónomos españoles, según la Confederación Nacional de Autónomos y Microempresas (CONAE).

Pero este crecimiento no sólo se ha experimentado en el campo de las empresarias, sino también de las mujeres que acceden a puestos directivos. Concretamente, este número de féminas ha aumentado un 3% en los últimos cinco años, según la consultora de recursos humanos Hudson, lo que demuestra los avances importantes que se han logrado en la incorporación a las diferentes áreas del mercado de trabajo por parte de este colectivo. No obstante, el porcentaje de mujeres en los consejos de administración y en los órganos

de gobierno de las empresas aún es bajo, situándose alrededor del 10%, cifra inferior a la media de la Unión Europea.

Otro de los aspectos que demuestran el buen hacer del colectivo femenino es el hecho de que aquellas empresas con alguna mujer en su consejo de administración tiene ganancias "mucho mayores", tal y como refleja un informe de la consultora Ernst & Young, elaborado con datos de 290 grandes empresas europeas.

Las mujeres vienen pisando fuerte, si no, miren estos ejemplos. ■

Su negocio surgió casi por casualidad. Tras pasar por los fogones de diferentes hoteles y restaurantes de Madrid, San Sebastián y Francia, comenzó a cocinar para amigos. Su buen hacer hizo que el boca a boca surtiera efecto y los

amigos de amigos les encargarán sus platos. De ahí, surgió Alejandra Catering. No obstante, el hecho de venir de una familia con vocación empresarial también contribuyó a que Alejandra Pérez se convirtiera en empresaria.



ALEJANDRA PÉREZ. DIRECTORA DE ALEJANDRA CATERING

De eso han pasado ya 13 años, y hoy en día Alejandra Catering se ha convertido en una empresa consolidada. Es por ello por lo que esta empresaria valora como positivo este periodo "a pesar de todo, ya que se pasa por muchas cosas. Unas son buenas y otras son menos buenas, pero al fin y al cabo siempre son experiencias positivas". Tal vez gran parte de su éxito reside en la política seguida: ir paso a paso para no equivocarse y dar mala imagen. "Para mí es muy importante ir paso a paso. No hemos tenido que retroceder ningún paso de los que hemos dado, lo que te anima a seguir". Recientemente ha dado otro buen paso en su carrera: gestionar la cafetería del Museo Picasso Málaga.

Como cualquier empresaria se ha encontrado alguna que otra piedra en su camino, pero "más por joven que por mujer". Alejandra empezó con 21 años en el negocio y hubo quien no le tomó "muy en cuenta". No obstante, su perseverancia y tenacidad le animaron a seguir adelante, a pesar de que no contaba con ningún socio capitalista, consiguió levantar una finca para la celebración de banquetes, Finca Almodóvar.

Madre de dos niños pequeños, asegura que ha conseguido adaptar su vida familiar con su vida laboral, en la que "no existen los horarios de oficina". ¿El secreto? Adaptar la vida de sus hijos a la suya y contar con ayuda de la familia.



SONIA DÍEZ. FUNDADORA COLEGIO INTERNACIONAL TORREQUEBRADA

Sonia Díez se muestra como una apasionada de la educación. Un sector, en el que "ha curioseado, estudiado, vivido y trabajado". Una pasión que la llevó a emprender. "Me convertí en empresaria porque era la mejor manera de sintetizar de forma creativa todas esas experiencias..." Para esta bilbaína de nacimiento y malagueña de adopción, emprender requiere "altas dosis de energía y compromiso que resulta imposible sin una voluntad sólidamente vinculada al proyecto".

Ese compromiso hace que lleve "malamente" la conciliación entre su vida personal y profesional y que haya tenido que renunciar a muchas cosas, pero destaca que "lo hago libremente. Mis lealtades y mis compromisos son sólidos. No es que no quiera hacer otras cosas pero es que hay mucha gente que me aprecia y confía en mí y no les voy a fallar".

A lo largo de su trayectoria profesional, su condición de fémina no le ha supuesto ninguna dificultad, aunque si se ha encontrado algún que otro inconveniente,

ya que es madre de tres hijos y ha ejercido la dirección en organizaciones o equipos muy masculinos, lo que la ha hecho enfrentarse a "retos importantes", pero esos hombre en vez de condicionarla han contribuido "a hacerme mejor tanto personal como profesionalmente".

Díez, que capitanea un grupo educativo formado por dos centros internacionales, el Colegio Torrequebrada en Benalmádena y el Colegio Europa en Vizcaya, ve su futuro empresarial junto a su equipo de profesionales, del que aprende cada día. "Me tienen continuamente descubriendo nuevos horizontes y caminos", a lo que añade que se plantea un "futuro muy activo y muy viajado, ya que las últimas iniciativas se están llevando a cabo fuera de nuestras fronteras". También tiene buenas palabras para sus alumnos. Lo tiene claro. Si alguno le pidiera consejo sobre un proyecto empresarial, le diría que no se rindiera, que pensara en positivo y que cuente con ella para lo que necesite.



ISABEL RODRÍGUEZ. PRESIDENTA DE GRUPO VID

Empresaria por casualidad y necesidad. Así define Isabel Rodríguez su incursión en el mundo empresarial. Tras cambiar su residencia de Madrid a Málaga para ser representante comercial de una firma importante para el sur de España en los años 90, se dio cuenta que para cubrir sus necesidades económicas debía hacer algo más. "Dejo la empresa en la que trabajaba y comencé a distribuir placas de juego electrónicas para los videojuegos de la época. Poco a poco, con un despacho prestado y muchas ganas, fuimos creciendo hasta lo que somos hoy". Un grupo que gestiona más de 45.000 metros cuadrados de ocio repartidos en 27 establecimientos por toda España.

Sus comienzos no fueron fáciles. En un mundo de hombres, consiguió el respeto de todos trabajando duro día a día. Un entorno que, para Rodríguez, ha cambiado mucho, tanto las circunstancias como los protagonistas. En ese entorno estaban presentes sus hijos, quienes siguen junto a ella en la empresa, ocupando puestos de responsabilidad. "Tuve que renunciar a una vida familiar standard como se conocía en la época, pero debo reconocer que siempre he compaginado mi vida profesional con la familiar todo lo mejor que podía", apunta.

Amante de su trabajo, ve su futuro en su empresa, "innovando, arriesgando, acertando y equivocándome" y haciendo frente a "las nuevas normas de juego" que ha establecido la actual situación económica. Lo importante: "hagas lo que hagas, debes hacerlo disfrutando y siendo feliz. Yo disfruto siendo empresaria". Ese es el consejo que da a futuros empresarios y a sus propios hijos, ya que "no hay nada más triste en la vida que trabajar en algo que no te gusta".

Tras pasar varios años en el campo de la publicidad, Laura Olea se encontró que "no había sitio" para ella en la televisión para la que trabajaba. Este hecho, y la coincidencia de la boda de su hermana, marcaron el inicio de su empresa. "Ese año se casó mi hermana y celebré una boda al mediodía. Fuimos a Madrid a hacernos los sombreros y a mi madre y a mí nos gustó la idea de montar un taller parecido en Málaga". La casualidad también jugó a su favor. Ese mismo año también contrajeron matrimonio el Príncipe Felipe y Letizia, despertando el boom de los sombreros y tocados. "Todo el mundo veía en las revistas a las famosas con las pamelas y quería que nosotras se las hiciéramos. Nuestro taller tuvo un gran comienzo", recuerda.

Han pasado ya ocho años y su taller se ha ampliado. Tiene tienda propia en Málaga y Córdoba y sirven en show rooms en Barcelona, Madrid y La Rioja. También ha desfilado en pasarelas importantes como la Cibeles Fashion Week y Valencia

Fashion Week de la mano de la diseñadora Juana Martín, "una experiencia fascinante y mucho trabajo. Hicimos una fuerte inversión en materiales nuevos para estar a la altura. Mereció la pena", sentencia.

El siguiente paso: abrir una tienda propia en Valencia en 2013. "Queremos abrir tienda nueva en Valencia. Pero estamos esperando unos meses, ya que acabo de dar a luz a mi segunda hija y, aunque no me he cogido baja laboral, necesito un tiempo. Con la crisis, también es complicado abrir una tienda ahora, pero seguramente la abriremos el año que viene". Y es que Laura Olea es madre de dos niñas de corta edad, lo que le dificulta conciliar trabajo y familia. "No me cogí baja laboral de ninguna de las dos, porque tuve que ponerme a trabajar a los 15 días de dar a luz", aunque también afirma que tiene ciertas ventajas al ser su propia jefa, sobre todo en tema de horarios o si "hay que salir corriendo si hay algún problema".



LAURA OLEA. DISEÑADORA DE SOMBREROS Y TOCADOS

Tras trabajar unos años en el Grupo Basatt&Ogilvy y colaborar con McCann Erickson, decidió venir a Málaga para buscar "una forma de vida menos hostil que la de Madrid". En 2004, decidió crear El Cuartel, una agencia de comunicación basada en la creatividad, pero con base estratégica y orientada a resultados. Su idea era llegar a ser un referente en Andalucía, "sentir los proyectos de mis clientes como los míos propios, aportarles un valor añadido". "Recuerdo los primeros años como una época muy apasionante. El comienzo no fue fácil pero tuvimos un crecimiento rápido y una evolución muy buena en cuanto a perfil de clientes y equipo interno, en poco tiempo pudimos integrar en El Cuartel a profesionales muy cualificados y con experiencia en otras agencias nacionales", señala Pilar Ruiz. Después de ocho años, El Cuartel es una agencia muy valorada a nivel nacional y, pese a las crisis, han ido captando nuevos clientes en otras regiones y fidelizando a los que ya tenían en Málaga. "En nuestro sector se ha producido un cambio drástico, no sólo por la crisis, también porque los usuarios han cambiado la forma de percibir la publicidad, tenemos claro que en el futuro no podremos trabajar con formulas estándares, más bien nos tenemos que ir adaptando a los cambios que demande el público final y a las necesidades de los anunciantes". En esos comienzos, Pilar Ruiz asegura que encontró algunos obstáculos. "Hablando claro: Intenta ser joven, mujer y empre-

saria en Andalucía. Nunca he tenido complejos pero, por desgracia, también he sentido con frecuencia cierta desconfianza, sobre todo a la hora de presentar grandes proyectos. En este caso, ser mujer y joven supone un freno". Y es que el sector en el que se mueve esta empresaria predominan los hombres. No obstante, las mujeres vienen pisando fuerte. De

hecho, el 60% de la plantilla de esta agencia son mujeres. Para Pilar Ruiz, conciliar su vida laboral y familiar es complicada ya que, "en estos momentos ser empresaria y gestionar en plena crisis, te absorbe casi el 100% de tu tiempo". Aunque en la empresa que dirige sí facilitan la conciliación familiar a su equipo.



PILAR RUIZ, DIRECTORA DE EL CUARTEL CREATIVO

Sus consejos

Ellas también fueron novatas en el mundo empresarial, por eso quieren ayudar a aquellas personas que decidan emprender a través de unos consejos.

- Tener claro su **proyecto** y sobre todo **aprender a amarlo**
- Ser **sincero** consigo mismo y preguntarse si ese es en realidad su sueño
- Tener **sentido común**
- El **producto** debe no sólo parecer bueno, debe ser bueno de verdad
- Aprender de los **errores**, levantarse cuando caemos y seguir adelante como si fuera el primer día
- **No rendirse**
- Pensar siempre en **positivo**
- Ser **honesto**
- Ser **perseverante** y tener **paciencia**
- **Saber sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades**



La competencia sí es una preocupación para tu negocio. Tu Internet nunca debería serlo.

Tu negocio exige fibra.

Velocidad siempre real.
La mejor calidad de conexión.
Velocidades de 50 y 100Mb.

1592 | ono.es/empresas
tiendas ono

ONO
La fibra no tiene competencia