

dona emprenedora

# Cent històries d'empresàries que han assolit l'èxit en els seus negocis

► **Cent empresàries. Testimonis de cent dones que ho han aconseguit.** Sota aquest títol, per primera vegada cent empresàries espanyoles de diferents sectors econòmics i comunitats autònomes comparteixen les pàgines d'un llibre per explicar la seva experiència personal en l'impuls del seu propi negoci.

**Anna Burjalés**  
Barcelona

**R**osa Tous, Teresa Gimpera, Cristina Cebado, Agatha Ruiz de la Prada, Noelia Fernández, Marian Saralegui, Concha García Campoy, Rosa Clará, Adriana Casademont, i així fins a cent, són alguns dels noms de les dones que han col·laborat en aquesta iniciativa. Però fins a aconseguir reunir totes aquestes empresàries hi ha tota una història al darrere.

Tot va començar a Medialuna Comunicació, on Mercedes Pescador, que defineix la seva empresa com «una capça de noves idees», va pensar a impulsar un programa dirigit a la dona i en positiu. Definida la idea, la van proposar a Aseme (Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid). «Els va encantar el projecte de fer un llibre per dones, i de seguida vam començar a fer la selecció de les persones que hi podrien sortir i que tinguessin negocis reconeguts en els seus sectors d'activitat», explica Mercedes Pescador.

La directora general de Medialuna Comunicació també destaca la relació que van establir amb el patrocinador, Creyf's RRHH, companyia que ocupa la cinquena posició del sector dels recursos humans d'Europa. L'empresa va apostar per la iniciativa d'Aseme en considerar que els valors de la seva companyia –proximitat, iniciativa, ètica i capacitat empresarial– sintonitzen amb el perfil humà i professional que reflecteixen les autores durant les diferents narracions. En aquest sentit, Pescador assegura que «el nostre patrocinador

ens ha ajudat i encoratjat molt durant tota la tasca d'elaboració del llibre».

Els testimonis que recull *Cent empresàries* reflecteixen les vides de professionals que altres dones que volen crear els seus propis negocis poden seguir. «És un llibre que en el fons explica com s'ha de crear una empresa, ja que són testimonis professionals i mostren la lluita de totes elles per aconseguir els seus objectius», indica l'empresària.

El llibre fa un retrat de l'empresària actual, que respon a una dona entre 45 i 50 anys, casada i que ha impulsat el negoci ella mateixa. El comerç, serveis i turisme, són els sectors d'activitat predominants entre les cent empresàries. «Són àmbits on tradicionalment han estat sempre presents les dones», conclou Mercedes Pescador, però matisa que actualment

*El llibre vol ser una eina que ajudi d'altres dones a decidir-se a impulsar el seu propi negoci*

ja hi ha un altre model d'empresària emergent que respon a una dona jove i amb formació universitària.

La nova publicació està plena de testimonis, anècdotes i vivències personals. La responsable de Medialuna Comunicació destaca la història de Maria Antonia González Bedoya, que treballava com a ramadera, i poc a poc va anar deixant aquesta feina per crear un hostal als Pics d'Europa (Cantàbria). Segons Pescador, aquesta història no



ALGUNES DE LES autores del llibre durant la presentació

respon al model tradicional i recorda que «ella no es considera una empresària, sinó una dona que, amb esforç, s'ha anat fent a ella mateixa».

La presentació del llibre es va fer a Madrid, i hi van assistir pràcticament les cent autores i es van aplegar més de 500 persones. «Vam obtenir una estampa magnífica i difícil d'aconseguir», explica Mercedes Pescador, qui destaca la resposta de totes les dones que hi van col·laborar. En aquest sentit, explica que «quan ens vam plantejar fer aquest llibre no pensàvem que ens facilitessin la informació tan ràpid», i afegeix que «les històries demostren que són col·laboracions sinceres». L'experiència d'escriure en tres o quatre pàgines una història tan personal va ser complicat per a les autores, que en general van aprofitar per dedicar-les a les seves famílies.

Pescador, a més d'impulsar el llibre, n'és una de les autores. Amb més de deu anys d'experiència en l'àmbit de la comunicació i les relacions públiques,

va decidir seguir la seva vocació de crear equips i històries pròpies i va fundar Medialuna Comunicació. «M'agrada la independència i la màxima llibertat possible, i només ho aconseguies tenint una empresa pròpia», assenyala. Pescador va crear el seu negoci l'any 2000 i afirma que és la que més ha crescut en aquest sector en els darrers anys. L'empresària explica que «la vaig crear partint de zero, sense haver-me endut cap client dels llocs on havia treballat, i he aconseguit tenir una cartera pròpia molt important».

## Experiència personal

Les claus de l'èxit en el cas de Pescador són una gran il·lusió, sort, humilitat, agraïment i sobretot vocació. L'empresària defineix «com una gran aventura plena de dificultats» el crear el propi negoci i recorda que «ara miro enrere i hi veig el gran esforç que he hagut de fer per poder aconseguir-ho». «Engagar el teu propi negoci té moltes satisfaccions però ara necessites ser molt freds,

aguantar molt i saber conviure amb la incertesa i el risc», conclou.

Per a totes aquelles dones que volen crear la seva pròpia empresa, assegura que actualment hi ha una discriminació positiva cap a elles ja que hi ha disponibles més ajudes que per a un home. Per altra banda destaca que segons un estudi, l'índex de fracàs quan una dona crea la seva pròpia empresa és més baix que en els homes, malgrat que ells continuïn creant-ne més. Però l'empresària matisa que aquesta dada pot tenir una doble lectura: «La negativa és que les dones arrisquen menys i la positiva és que són més planificades i fan una gestió de la despesa més prudent i apurada». Pescador reconeix que qualsevol dona que vulgui crear el seu propi negoci es troba amb les mateixes dificultats i problemes que un home, és a dir, «elaborar un bon pla de negoci, pagar la nòmina dels treballadors i superar-se». L'empresària conclou afirmant que «a mi m'agrada molt ser empresària i sóc molt feliç».