Bolsa Rosa. Oportunidades de empleo flexible para mujeres mexicanas

Caso de estudio 02. Centro de Estudios sobre el Bienestar
Serie: Emprendimiento social

Autores:
Diana Lizeth Tejeda
Luis Portales

UDEM

Bolsa Rosa. Oportunidades de empleo flexible para mujeres mexicanas

Trabajando es como la mujer ha podido franquear a distancia que la separa del hombre.

Simone de Beauvoir

En México y el mundo las mujeres se enfrentan con la dificultad de conciliar la vida laboral con la familiar. En 2010 Licia Ronzulli, miembro del Parlamento Europeo, se presentó por primera vez con su hija en una sesión plenaria, acción que ha realizado con frecuencia y con la finalidad "…de recordarle a la gente que hay mujeres que no tienen esta oportunidad" [1]. Este obstáculo en la conciliación de la vida profesional con la familiar lleva a algunas mujeres a tomar la decisión de abandonar su empleo para enfocarse al cuidado de los hijos aun cuando desean continuar en su vida profesional.

El ejemplo de Ronzulli es solamente una muestra de la lucha que han tenido las mujeres por encontrar un balance entre la vida laboral y personal, misma que ha llevado al surgimiento del concepto de trabajo flexible y a la implementación de diferentes modelos al interior de diferentes organizaciones. Este tipo de trabajo está orientado a resaltar la importancia que tiene para las empresas el lograr este equilibrio[2]. El trabajo flexible no solamente se presenta como una forma de conciliar el trabajo y la vida familiar al interior de las empresas, sino que también promueve la igualdad y equidad en las responsabilidades familiares y eleva la calidad de vida de las mujeres[3]. Asimismo, se presenta como una respuesta al cambio en la estructura económica y a la precarización del mercado laboral a nivel internacional[4], en donde la mujer no sólo se dedica a las labores del hogar, sino que también se presenta como una proveedora de ingresos para la familia en aras de alcanzar mejores condiciones de vida para sus integrantes.

Para Ana Lucía Cepeda el trabajo flexible era algo natural, creció en una familia donde su madre trabajaba por las mañanas y por las tardes dedicaba tiempo de calidad a sus tres hijas. Sin embargo, durante sus estudios profesionales y especialmente al realizar sus prácticas profesionales, se dio cuenta que esta conciliación era algo poco frecuente en las empresas. Tal como ella lo cuenta: "mientras hacía prácticas profesionales me encontré con compañeras que estaban embarazadas, daban por hecho que al momento de tener a sus hijos dejarían de trabajar o bien que sería muy difícil el lograr atender su desarrollo profesional y su familia"[5]. Esta experiencia la llevó a cuestionarse si la flexibilidad laboral era algo imposible o simplemente era una cuestión de sensibilizar a las empresas sobre el valor que este esquema de trabajo tenía para las organizaciones y de vincular a aquellas mujeres que habían dejado de trabajar por la tendencia del mercado laboral por no conciliar el desarrollo profesional con el familiar.

Después de graduarse comenzó a trabajar en una universidad como la persona encargada de atender a profesores visitantes, sin embargo, el interés por generar una solución a esta

[1] Expansión. (2013, Febrero 12). *Expansión*. Recuperado de Estilo: http://expansion.mx/lifestyle/2013/02/12/llevar-a-tu-bebe-al-trabajo-siempre

[2] Expansión. (2013, Marzo 11). *Expansión*. Recuperado de Carrera: http://expansion.mx/mi-carrera/2013/03/08/mujeres-buscan-mas-flexibilidad-laboral

[3] Inmujeres. (2008, Septiembre). Desigualdad de Género en las Mujeres. Ciudad de México, Mexico: Gobierno Federal, Estados Unidos Mexicanos.

[4] OIT. (2014). *Panorama Laboral 2014. America Latina y el Caribe.* Lima: Organización Internacional del Trabajo.

[5] Entrevista realizada a Ana Lucía Cepeda el 13 de enero de 2016 en la Universidad de Monterrey.

problemática, un contexto de inseguridad en la ciudad y el bosquejo del proyecto a través de un diplomado de liderazgo, impulsó a Ana Lucía a comenzar su propio emprendimiento social. Este emprendimiento se basó en el desarrollo de una plataforma tecnológica, denominada Bolsa Rosa, la cual vincula empresas interesadas en utilizar esquemas de flexibilidad laboral con mujeres que tenían las competencias y perfiles adecuados para agregar valor a estas empresas. Esta plataforma se complementó con la consultoría F, concepto desarrollado por la propia Ana Lucía tomando como base otros esquemas de consultoría para la flexibilidad laboral, la cual brinda a las empresas las herramientas y esquemas de implementación necesarios para rediseñar sus estructuras organizacionales con base en la flexibilidad laboral.

Después de cuatro años de iniciado el emprendimiento social, éste comenzaba a dar frutos. La plataforma había demostrado ser lo suficiente atractiva para incluir en seis meses más de 2 000 currículos por parte de mujeres que contaban con el talento y conocimiento suficiente para ser contratadas por empresas enfocadas a incluir en su estructura organizacional la flexibilidad laboral. La consultoría F se consolidaba como un modelo de estructuración organizacional orientado a la generación de valor para la organización por medio de la inclusión de la flexibilidad laboral en su operación. Sin embargo, el 2016 se presentaba como el año clave para Bolsa Rosa, pues representaba el momento de escalar el impacto de la plataforma en todo México, a la vez que generaba los ingresos económicos suficientes para alcanzar la sustentabilidad financiera de la empresa.

La fuerza laboral femenina en México.

Históricamente ha existido una división del trabajo por orden de género, confinando a las mujeres a las actividades relacionadas con el cuidado del hogar y sus integrantes, y al hombre en el proveedor de los recursos para el hogar que las mujeres habrían de administrar[6]. Sin embargo, esta división del trabajo se ha ido desvaneciendo en el contexto mexicano desde la década de los noventa. Por ejemplo, en 1990 la tasa de participación femenina en el trabajo remunerado era de un 22%, en 1996 fue de 36.5%, en 2007 fue de 41.4% y en 2015 alcanzó el 43%[7]. A pesar de esta tendencia, el tiempo disponible para dedicarse al empleo, la edad y el nivel de educación son los primeros factores que actúan en detrimento de la posibilidad de inserción en el ámbito laboral para la mujer[8]. En este sentido, la participación de la mujer en el mercado laboral se ve condicionada por el tiempo que dedica al trabajo doméstico, entendido como el cuidado de niños y adultos mayores en el hogar, y la producción de bienes y servicios en su interior[9]. Esta condición ha traído como consecuencia que solamente el 2% de las empresas se interese en adquirir talento femenino[10], condición que se suma al hecho de que las empresas que optan por adquirir los servicios de este segmento lo hacen precarizando sus condiciones salariales, como es el caso de México, donde las mujeres ganan 20% menos que los hombres[11].

En relación al trabajo no remunerado también se encuentra una discriminación por género. En 2008, el 10.4% de mujeres trabajaban sin recibir pago contra un 5% de hombres, usualmente el trabajo no remunerado se realiza en negocios propiedad del hogar. La proporción más grande

[6] Ver nota 3.

[7] INEGI. (2015). *Estadísticas a propósito del día internacional de la mujer (8 de marzo).* Aguascalientes: INEGI.

[8] Sánchez Vargas, A., Herrera Merino, A. L. y Perrotini Hernández, I. (2015). La participación laboral femenina y el uso del tiempo libre en el cuidado del hogar en México. *Contaduría y Administración*(60), pp. 651-662.

[9] Ver nota 8.

[10] El Financiero. (2014, Mayo 08). *El Financiero*. Recuperado de Economía: http://www.elfinanciero.com.mx/economia/solo-de-las-empresas-en-el-mundo-busca-talento-femenino-manpower.html

[11] Ver nota 2

de mujeres se encuentra en el comercio y restaurantes con un 56%, mientras que el 60% de los hombres se concentra en el sector agropecuario[12]. Dentro del trabajo no remunerado se destaca el trabajo doméstico en donde, sea por consideración cultural o histórica, continúa a cargo de la mujer. La aportación de este trabajo está valuada en 2,360 USD/mes, mientras que la labor de los hombres en ese mismo rubro es solamente de 770 USD/mes. En total, las labores domésticas realizadas por hombres y mujeres se pueden calcular como equivalentes al 20.5% del PIB nacional, donde las mujeres aportan el 15.5%[13]. Tal participación refleja un desequilibrio en la distribución de las actividades del hogar y a su vez muestra la menor disponibilidad de tiempo de las mujeres en comparación con los hombres para participar en actividades laborales remuneradas que le garanticen un ingreso salarial.

Este desequilibrio es consecuencia del rol que históricamente ha jugado la mujer en relación a las labores que realizan, ya que no disponen de la misma libertad que los hombres para decidir la cantidad de horas que dedican al trabajo remunerado y a las actividades domésticas[14]. En este sentido, según la Encuesta Nacional del Uso del Tiempo del 2002, las mujeres dedicaban más de tres cuartas partes de su tiempo al trabajo doméstico, es decir un 76.9% y menos de una cuarta parte al trabajo remunerado, un 23.1%. Este tiempo destinado a las tareas domésticas, limita no sólo su participación en actividades orientadas al empleo, sino también en actividades destinadas a la diversión y educación. Sin embargo, al participar en las actividades del hogar facilitan la inserción laboral de los hombres en el mercado de trabajo, sustituyéndolos en las actividades domésticas liberando tiempo productivo para ellos y repitiendo los patrones culturales que se han instaurado históricamente[15].

Otra forma de visualizar la inequidad que existe en el mercado laboral, es en el ingreso por edad, en donde los hombres al aumentar su edad incrementan su posibilidad de obtener un ingreso mayor, no así en el caso de las mujeres quienes a partir de los 25 años tienen un estancamiento en la posibilidad de aumentar sus ingresos. En total tienden a ganar hasta 14% menos que los hombres, esto en el ámbito urbano, pues en el rural el ingreso es 29% más bajo[16].

Este contexto desfavorable para las mujeres que desean conciliar el trabajo con la atención a la familia y las actividades que su desarrollo implica, llevo a Ana Lucía a reflexionar sobre cómo podría vincular los conocimientos adquiridos en su licenciatura de una forma innovadora y asequible para todas las mujeres que buscaban tener una flexibilidad laboral, y así gozar de la calidad en el tiempo que dedican a sus hogares, tal como ella tuvo al interior de su familia.

Vida Mujer, entendiendo la problemática que Bolsa Rosa atendería

La problemática de género en el ámbito laboral era una asignatura pendiente en el ámbito de recursos humanos que Ana Lucía veía a lo largo de sus estudios de licenciatura y que tuvo la oportunidad de observar mientras realizaba prácticas profesionales, en donde veía como sus compañeras de trabajo dejaban el trabajo una vez que eran madres. Esta realidad la confrontaba constantemente con su idea de que la mujer debía de tener la oportunidad de trabajar y tener tiempo para la vida familiar, constantemente se preguntaba: "¿cuántas mamás no habrá que no trabajaron nunca porque no tenían la flexibilidad de hacerlo?"[17]. Esta situación se mezclaba con

[12] Ver nota 3
[13] Ver nota 7
[14] Ver nota 8
[15] Ver nota 3
[16] Ver nota 3
[17] Ver nota 5

la cultura laboral imperante en las empresas, donde los colaboradores trabajan para cumplir con un horario de trabajo específico y en dónde "…se ve mal que te vayas antes de tiempo"[18].

Al concluir con su licenciatura, Ana Lucía comenzó a trabajar para el CEDIM, en donde se encargaba de coordinar a los profesores extranjeros que visitaban el centro universitario. Los profesores visitantes centraban la mayor parte de su tiempo en la impartición de clases en el *Master of Business Innovation*, un programa orientado al desarrollo y gestión de proyectos de emprendimiento. La constante interacción con el área académica, que le exigía sus actividades de reclutamiento de profesores, le mantenían despierto su interés por continuar sus estudios y repetirse constantemente "quiero hacer algo más"[19].

Ante la constante inquietud que Ana Lucía tenía, su mamá le pagó un diplomado con la organización Ser Líder ABP. El objetivo de este diplomado era documentar un proyecto social que tuviera un beneficio para la sociedad. Este programa fue el primer paso para que Ana Lucía se diera cuenta de que el problema que ella había visualizado se denominaba trabajo flexible y que no era la única que lo había percibido "… me metí al tema y empecé a investigar, había empresas a nivel mundial que ya hacían esto en Estados Unidos, Reino Unido y empecé a hablarles…". Asimismo, se dio cuenta de la magnitud del problema en México, con una tasa de participación femenina del 49.6% en 2012 en estudios de educación superior y 52.4% a nivel posgrado[20], y 28% de las mujeres que concluían estudios universitarios se encontraban desempleadas[21] ya fuese porque dejaban de lado el desarrollo de una carrera profesional por enfocarse en el desarrollo familiar u otras razones. Hecho que contrastaba con la situación de algunas empresas transnacionales que ofrecían oportunidades de empleo flexible en otros países y en donde se mostraba el éxito que estos esquemas tenían.

A raíz de este proyecto, Ana Lucía comenzó a cuestionarse sobre su propio futuro y el de las mujeres que la rodeaban "cuando yo sea mamá quiero tener un trabajo flexible, pero a menos que yo emprenda ¿quién me lo va a dar?"[22]. Con esta idea comenzó, en 2011, a bocetar la idea de una plataforma a la que llamó Vida Mujer, convencida de que el proyecto valía la pena y con la finalidad de darle un sentido de negocio a la idea que había construido durante el diplomado, comenzó la maestría en innovación de negocios en el CEDIM, institución en la que seguía trabajando "en el Master of Business Innovation haces tú empresa, y yo ya traía mi proyecto, no puedes entrar por entrar, presentas un proyecto, haces un pitch. Yo había visto mi proyecto como una empresa hacia flexibilidad y consultoría y la bolsa de trabajo para mujeres, unirlo fue mi idea de negocio"[23].

El proyecto Vida Mujer apenas comenzaba y Ana Lucía destinaba una parte de su tiempo al trabajo dentro del CEDIM y el resto a definir el modelo de negocio. Esta estrategia le permitía generar ingresos económicos suficientes para sus gastos personales, a la par que sentaba las bases suficientes para poder emprender su negocio en el siguiente año. Sin embargo, poco antes de cerrar el año un recorte de personal la lleva a encontrarse sin trabajo pero con la firme intención de materializar Vida Mujer, por lo que decide invertir su capital para empezar el desarrollo de la plataforma en línea.

[18] Ver nota 5

[19] Ver nota 5

[20] Moctezuma Navarro, D., Narro Robles, J. y Orozco Hernández, L. (2013, Enero). La mujer en México: inequidad, pobreza y violencia. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*(220), pp. 117-146.

[21] OCDE. (2014). *Panorama de la Educación 2014: Indicadores de la OCDE.* OCDE.

[22] Ver nota 5.

[23] Ver nota 5.

En este punto se presenta su primer mentor, Jesús Pérez, a quien conoció por medio del programa líderes con valor y quien le dio el consejo más importante en el inicio de su empresa "…empieza tu a hacer el sistema manualmente, habla con las mujeres, con las empresas, ve qué es lo que quieren de flexibilidad y cuando tengas la respuesta entonces haces el sistema"[24]. De esta forma nació Vida Mujer como una plataforma orientada a que las mujeres de escasos recursos pudieran acceder a un empleo flexible que les mejorara su calidad de vida.

En noviembre de 2011, participó en la que sería su primera convocatoria a premios orientados al financiamiento de nuevos negocios, el cual fue promovido por la Universidad Regiomontana, el ganador obtenía una beca por doce meses en una incubadora de negocios. Era la primera prueba para el proyecto de Ana y de esa experiencia lo que más destaca, a pesar de no haber sido seleccionada como el proyecto ganador, fue la retroalimentación obtenida de los evaluadores, que reconocían la necesidad que atendía a través de Vida Mujer y la relevancia de formar la noción de la flexibilidad laboral, "era como un… estoy en lo correcto"[25].

Los comentarios recibidos por jueces y compañeros, la hicieron saber estaba en el rumbo adecuado y se volvió crucial iniciar el proyecto, pues estaba consciente que jamás llegaría a ser perfecto si no lo empezaba. Tomando como base esta premisa, comenzó por dedicar una gran cantidad de tiempo a investigar y conocer su mercado. Instaló su oficina en casa y comenzó con un horario regular, dedicando su tiempo estructurar su proyecto. Hacía entrevistas a mujeres y empresas para entender mejor su mercado, se acercó a directores de recursos humanos a través de la plataforma LinkedIn con la finalidad de encuestarlos sobre flexibilidad laboral y empleo a mujeres, contactó con empresas estadounidenses que se especializaban en diseñar sistemas de flexibilidad laboral en empresas y asistiendo a reuniones para desarrollo de redes de contacto, en una disciplina autoimpuesta con el objetivo de materializar su proyecto.

El trabajo duro dio resultados y pudo colocar su primer vacante, aunque de una forma un tanto inesperada. Una amiga de su carrera se acercó un día y le habló sobre una visita de la Directora de Recursos Humanos de FEMSA a su clase, donde ésta presentó un proyecto de trabajo desde casa para contadores y lo poco exitoso que había resultado en la ejecución, con una idea clara en mente Ana pidió de inmediato ser contactada pues tenía en sus manos la solución para ese proyecto y así lo expresó en la primera oportunidad que tuvo de acercamiento "le dije, yo tengo a tu gente"[26]. A través de las personas que ya había entrevistado y de quienes tenía sus datos de contacto, se acercó a indagar sobre más mujeres que cubrieran el perfil que buscaba FEMSA y logró cerrar su primer proceso. Así Vida Mujer comenzó operaciones, a través de una red de boca en boca, confiando la mayor parte de su desarrollo a la construcción de redes de capital social. De modo que en el comienzo tenía un promedio de dos vacantes cerradas por mes, pero a largo plazo vislumbraba la oportunidad de crecer cuando lograra concretar el desarrollo de la plataforma. Sin embargo ésta no vería la luz de forma oficial sino hasta el quince de mayo de 2012 concentrando sus actividades y publicidad de forma local.

Ana Lucía entendió que para que la plataforma tuviera fuerza, tenía que empezar a ofrecer un servicio adicional que sirviera de base para la sensibilización de las empresas y sus áreas de Recursos Humanos sobre el valor de la flexibilidad laboral. Para poder materializar el proyecto de consultoría, Ana Lucía comenzó a hacer un benchmarking con empresas que ofrecían un servicio similar, la lógica detrás de esta estrategia era simple "…tenía la idea de una consultoría pero no

[24] Ver nota 5.
[25] Ver nota 5.
[26] Ver nota 5.

estaba segura de qué iba a ofrecer y porqué me iban a pagar"[27]. Esta investigación le permitió identificar dos diferentes modelos de consultoría en Estados Unidos que ofrecían un servicio de trabajo flexible. Ana Lucía se puso en contacto con ellas para solicitarles sus metodologías y comenzar a ofrecerlos en Nuevo León, la respuesta de las empresas la sorprendió por su accesibilidad y deseo de compartir el conocimiento que habían generado "…necesitaba hacer algo, me asesoré con empresas de Estados Unidos que ellas hacen lo mismo, les pagué coaching"[28].

Después de conocer las metodologías decide experimentar trayendo el concepto y ajustándolo a las condiciones de mercado en Nuevo León, dando como resultado el nacimiento de la Consultoría F, un servicio para empresas que buscan ofrecer programas de flexibilidad laboral pero que desconocen la forma ideal para realizarlo.

El 2013 representó para Ana un momento de logros y tensiones, por una parte recibía el primer premio por su proyecto emprendedor por parte del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey y participaba en ese verano en el programa Ashoka para emprendedores trayendo consigo la certeza que su proyecto iba por buen camino. Vida Mujer ganaba terreno pero empezaba a volverse un servicio caro para las PYMEs y las empresas más grandes con las que trabaja buscaba hacerla un lado del proceso, por lo que tomó plena consciencia que necesitaba mejorar su sistema. En términos de la Consultoría F, fue a finales del 2013 que Ana Lucía lograba cerrar sus primeros proyectos, mismos que se convirtieron en el soporte económico de Vida Mujer, ya que representaban el ingreso principal para continuar operando la plataforma.

El punto de quiebre y la necesidad de una Bolsa Rosa

El modelo de negocios de Vida Mujer estaba definido, consistía en buscar vacantes con las empresas y a través de sus redes de contacto y la plataforma en línea recibir perfiles de mujeres que posteriormente filtraba y presentaba a las mismas. Una vez cerrada la colocación recibía un pago proporcional al sueldo que recibiría la empleada colocada, en los mejores casos un mes de sueldo, el estándar de la industria. Sin embargo, Ana Lucía sabía que necesitaba trabajar en el proceso de automatización de la plataforma, ya que se presentaba de una forma arcaica y manual "… estaba desarrollando la página, muy sencilla, donde las mujeres se dan de alta para tener yo su información, pero ninguna empresa se iba a poder meter, iba a ser mi *pool* de talento para los empleos que yo encontrara"[29].

En Septiembre de 2013 surge la oportunidad de presentarse a un nuevo concurso, Enlace E+E, organizado por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, que la acercaría a un equipo de mentores para reforzar su proyecto y crecer de la forma en que ella necesitaba. La etapa inicial de selección fue un éxito, y su entrevistador se propuso para su mentor sin importar la decisión del panel final. Pero la etapa de selección ante el panel fue un fracaso que dejó a Ana desmoralizada, parecía que los demás no entendían su proyecto y la trascendencia que éste tenía.

A punto de dar carpetazo final a la participación en concursos para obtener fondos, Ana Lucía conoce Reto Bulbo, una iniciativa de Reale, empresa mexicana de soluciones financieras, que otorgaba un premio a emprendedores que cubría financiamiento, consultoría, asesoría en imagen y apoyo para el registro legal de la marca. Al premio se sumaba un apoyo del municipio de San Pedro Garza García que becaría al ganador por cuatro meses en la incubadora de negocios de la localidad. Decidida a lanzarse a la convocatoria, Vida Mujer fue el último proyecto en entrar a la

[27] Ver nota 5.
[28] Ver nota 5.
[29] Ver nota 5.

convocatoria pero resultó ser el primer ganador de Reto Bulbo. Lo más valioso del Reto Bulbo para Ana Lucía fue el darse cuenta que su proyecto tenía futuro y que alguien más se comprometía con él. "Cuando lo tienes tan fuerte, no te importa. Yo creo en algo y pues síguele para adelante, pero es un camino muy sólo el del emprendimiento"[30]. Así comenzó la nueva etapa de su proyecto, con nuevos socios y nueva guía en el camino.

La identidad de Vida Mujer no encajaba con esta nueva etapa que emprendía Ana Lucía, lo que resultaba en la necesidad de dar un nombre distinto a la plataforma, algo que la distinguiera y realzara lo específico de sus servicios. El nombre vino después de hablar con una persona de Recursos Humanos que buscaba incluir en su esquema organizacional a mujeres comprometidas con el trabajo. Ana Lucía recuerda, "…estaba en la entrevista y de pronto ella dice: "necesito algo así como una bolsa rosa donde estén las mujeres""[31]. El nombre era perfecto para la nueva plataforma, dando inicio a Bolsa Rosa. El capital recibido por Reto Bulbo se destinó en su totalidad al desarrollo de la plataforma en línea, la cual se lanzó el cinco de junio de 2014 en el evento anual de ERIAC - Asociación de Profesionales de Recursos Humanos-.

La inversión produjo más resultados de los esperados pues para diciembre de 2014 cerraba el año con 500 vacantes, cuando en sus proyecciones iniciales había esperado doscientas. Contrastaba los números iniciales que había planteado en uno de sus planes de negocio, "al principio yo decía, que haya veinte vacantes por mes, pero tenemos ochenta a cien vacantes"[32]. Adicionalmente, Consultoría F cerraba 2014 con tres proyectos de importancia, uno de ellos realizado para una instancia gubernamental y el resto para empresas medianas y grandes, lo que posicionaba al servicio y daba solvencia económica a la plataforma.

Rosy Rosales habla por Bolsa Rosa a las mujeres

La constante presión por incrementar el capital para fortalecer la plataforma, llevó a Ana Lucía a buscar nuevas fuentes de financiamiento para escalar su proyecto y llegar a más empresas. Conoció la iniciativa de Disruptive Angels que acercan capital a *startups* para desarrollar sus proyectos. Disruptive Angels se encargaba de presentar a los emprendedores con inversionistas potenciales, les generaba la oportunidad de exponer sus proyectos y obtener financiamiento directo, por esta labor de enlace tomaba una comisión del 5% sobre el financiamiento otorgado al emprendedor. Ana consideraba ésta como la oportunidad que estaba esperando, había completado su análisis y la cantidad requerida para iniciar una nueva etapa en bolsa rosa correspondía a un millón de pesos, analizaba la propuesta de Disruptive Angels y casi convencida decía "… si el inversionista con que ellos me conectaron me quita el 20%, ellos me van a quitar un 5% más, va"[33].

Cuando presenta la propuesta a Carlos, su socio en Reale, él inmediatamente la descarta, Ana recuerda sus palabras "…es carísimo, un 5% es mucho, te van a castigar demasiado"[34]. La presión por conseguir capital la mantuvo analizando la opción aún contra la recomendación recibida, por lo que su madre propuso revisarla con su tío, que siempre se había mostrado interesado en el proyecto de Ana, e incluso desde 2013 le había cedido un espacio de oficina para que pudiera cambiar su esquema de trabajo desde casa, su tío siempre había sido cercano al proyecto y podría darle una segunda opinión sobre el acceso a fondos por medio de Disruptive

[30] Ver nota 5.
[31] Ver nota 5.
[32] Ver nota 5.
[33] Ver nota 5.
[34] Ver nota 5.

Angels. Después de explicarle la propuesta, de igual manera que el socio de Ana, la rechazó y sugirió no tomarla, pero su consejo trajo consigo una mejor oferta, igualar la propuesta económica de Disruptive Angels por un millón de pesos para el desarrollo de su proyecto a largo plazo, sin penalización porcentual sobre el préstamo, ni presión sobre los resultados.

Renuente en un inicio a aceptar la propuesta de financiamiento de su tío, pues no deseaba acudir a fondos familiares, al comentarlo con su socio Carlos obtuvo la respuesta definitiva "… no hay mejor inversionista que un tío"[35]. Sin esperarlo, la fuente ideal de financiamiento fue un ángel personal que le aseguró "conmigo no vas a batallar, sé que es a largo plazo, yo te lo doy"[36].

Esta nueva inversión le permitió estructurar la empresa de una forma diferente. Comenzó por contratar a sus primeros empleados, mismos que trabajaban en darle seguimiento a la plataforma, a la par que la apoyaban en proyectos específicos y aportaban seguimiento a diversas iniciativas de la consultoría.

Además de destinar el capital otorgado por su tío a la contratación de capital humano, gran parte de la inversión se destinó al posicionamiento de Bolsa Rosa por medio de una estrategia de mercadotecnia más agresiva, dando como resultado el nacimiento de Rosy Rosales. Este personaje virtual se convirtió en el embajador de la empresa, a través de ella se hablaba a las mujeres sobre las oportunidades que representaban los modelos de trabajo flexible para su desarrollo, a la par que daba a conocer los servicios que ofrecía para conseguirlo. Rosy Rosales se posicionaba como el mecanismo más eficiente para educar al público sobre la situación laboral de las mujeres en México.

La nueva campaña fue clave para proyectar a Bolsa Rosa como una plataforma en donde las mujeres pueden dar a conocer sus currículos a empresas que están comprometidas con la flexibilidad laboral. En 2015, cerró con más de 1810 vacantes postuladas, dejando de manifiesto la necesidad de generar un proceso a través del cual pudiera identificar el número de vacantes colocadas. Asimismo, la campaña ayudó a Consultoría F, permitiéndole cerrar otros dos proyectos grandes durante el 2015, uno de los cuales había tardado más de tres años en consolidar Ana Lucía "para mí es un proyecto que lo vale, es duro, tres años es lo que se tardó pero ya arrancó"[37].

El 2015 cerró con buenos números para Bolsa Rosa en términos de su posicionamiento, sin embargo, también trajo bajo el brazo la necesidad de generar más recursos económicos que le permitieran operar de forma continua sin la necesidad de utilizar un capital adicional o bien el subsidio de la Consultoría F. Esta necesidad hizo que Ana Lucía planteará para 2016 un sistema de cobro para las empresas que estaban interesadas en seguir accediendo a las mujeres que postulaban su vacante en la plataforma. El reto se encontraba en diseñar un sistema de cobro accesible para las PYME y atractivo para las grandes empresas.

Entendiendo que la propuesta de valor de Bolsa Rosa se centraba en brindar a las empresas currículos de mujeres que buscaban insertarse o reinsertarse en el mercado laboral bajo una perspectiva flexible. El modelo de negocios se centró en el cobro por consulta de la información específica de las postulantes, así como ofrecer los servicios de una membresía virtual a aquellas empresas que tuvieran un flujo de consultas mayor al promedio.

El futuro de bolsa rosa

[35] Ver nota 5.
[36] Ver nota 5.
[37] Ver nota 5.

El 2016 era un año decisivo para Bolsa Rosa. En términos del modelo de negocios, el cobro por servicios ofertados a través de la plataforma a las empresas que deseaban consultar las vacantes que en ella se encontraba, daría muestra del valor que éstas le darían al servicio en cuestión. La aceptación del cobro representaría un doble triunfo para Ana Lucía: Por un lado, lograría contar con una plataforma capaz de autofinanciarse desde una perspectiva económica, misma que le permitiría enfocar sus esfuerzos a otras estrategias o servicios orientados a seguir posicionando el tema de la flexibilidad laboral al interior de las empresas, tal como puede ser una certificación o un sello de empresa flexible. Por otro lado, sería una muestra de cómo las empresas comenzaban a valorar y procurar el trabajo flexible al interior de sus organizaciones, logrando así el cambio de paradigma que existía hasta la fecha. Ahora bien, si el modelo de negocios no resultaba, lejos de ser un fracaso para Ana Lucía, sería una oportunidad para reformular el modelo de negocios, así como la estrategia para posicionar al trabajo flexible en México.

Ana Lucía tenía la certeza que Bolsa Rosa es una empresa que debe escalar su impacto y alcance, ya que representa una opción para todas aquellas mujeres que pueden ofrecer un valor al mercado laboral y a las empresas, pero que por condiciones culturales o por una falta de oportunidades no logran conciliar el tiempo del trabajo con el de sus familias. Asimismo, es consciente que la falta de flexibilidad laboral no solamente afecta a las mujeres, de ahí que se permita soñar con atender a nuevos grupos en vulnerabilidad como son las personas con discapacidad o las de la tercera edad, y no solo en México sino también en América Latina, Ana Lucía lo resume: "…una bolsa flexible para todos, que sea incluyente para todo el mundo sin importar su condición… Yo lo veo enorme, llegando a Latinoamérica… Colombia, México… lo veo a esa magnitud"[38].

[38] Ver nota 5.