

¿Cómo incluir la perspectiva de género en el análisis de mercado de un proyecto empresarial?

Hoja de Recomendaciones

Los proyectos empresariales se abordan partiendo de un conocimiento previo del mercado, adquirido por la propia experiencia de las personas y la detección de necesidades en el ámbito en el que se desenvuelven.

Para poder crear y consolidar una empresa, es imprescindible tener un conocimiento amplio de las características del mercado en el que se va a operar.

Si aplicamos la perspectiva de género en el análisis del mercado, es importante:



Utilizar la experiencia de las propias mujeres como fuente de investigación. Las mujeres suelen ser consumidoras y clientas. Tienen conocimientos propios que pueden enriquecer los datos estadísticos, los estudios sobre el sector y cualquier otro tipo de fuente de información.



Realizar un análisis de segmentos del mercado que pueden estar invisibilizados comercialmente. Las emprendedoras tienen la ventaja competitiva ya que pueden conocer necesidades no cubiertas en el ámbito doméstico.



Asegurarse que los datos estadísticos y los estudios provean información desagregada por sexo. Permite tomar en consideración las diferentes necesidades, tanto de los hombres como de las mujeres.



Conocer las políticas de igualdad del sector en el que se va a desempeñar la actividad de la empresa e incorporar esta información en la dirección del estudio de mercado.



Conocer las políticas de igualdad del sector en el que se va a desempeñar la actividad de la empresa e incorporar esta información en la dirección del estudio de mercado.