



Cristina Sotro Belzarena, presidenta de Amedna.

“AÚN FALTA UNA CULTURA EMPRESARIAL FEMENINA”

La pamplonesa Cristina Sotro Belzarena, socia del centro de negocios Klammer, es la nueva presidenta de Amedna

Cristina Sotro Belzarena aún era una estudiante de último curso de Derecho en la Universidad de Navarra cuando uno de sus compañeros la implicó en un proyecto empresarial “pionero y diferente”, Klammer Business Center, ubicado en la avenida Pío XII de Pamplona. Ese concepto completamente nuevo cuajó en aquella Pamplona de 1990. De hecho, Cristina Sotro lo sigue codirigiendo junto a su socio. “No tengo empresarias o directivas referentes. El leimotiv de mi trabajo siempre ha sido la ilusión, el esfuerzo y apostar”, señala.

Esta pamplonesa, licenciada en Derecho por la Universidad de Navarra, y Máster en Recursos Humanos por ESDEN, es desde mayo la nueva presidenta de Amedna (Asociación de Mujeres Empresarias y Directivas de Navarra). “Siempre he creído en el asociacionismo”, señala. Es miembro de su junta directiva

desde 2003. Ahora, como máxima representante de este colectivo que cuenta con más de 200 asociadas, se ha marcado como reto visibilizar el papel que desempeñan las mujeres empresarias y directivas de la Comunidad foral. “Queremos contribuir a crear un entorno empresarial más justo y equitativo”.

En los últimos meses ha habido movimientos mundiales que han puesto a la mujer en el centro, ¿qué pasos se pueden dar en Navarra para avanzar?

Vivimos un momento en el que el papel de la mujer está demandando otro tipo de posicionamiento. No existe una cultura empresarial femenina. La mujer se ha incorporado el mundo empresarial relativamente tarde. Esto significa que el papel de la mujer empresaria se ve muy poco. Las estructuras, el entorno, los usos y costumbres siguen siendo masculinos.

En su opinión, ¿de qué manera se pueden empezar a cambiar esas estructuras para que haya un mayor número de vocaciones empresariales y las mujeres estén más presentes en los consejos de administración?

Para que el entorno evolucione debe haber una mayor implicación tanto de la propia sociedad como de la Administración o del sistema educativo. Solo así habrá una mayor tasa de emprendimiento femenino. Además, los retos de las mujeres son similares y distintos. Faltan referentes, faltan caras de mujeres en los medios de comunicación, que sí que las hay y que están haciendo cosas muy interesantes. No se hacen visibles en los entornos empresariales porque la forma de relacionarse de la mujer empresaria es distinta.

¿A qué se refiere?

Las mujeres emprendemos de otra manera. Emprendemos más