

# 5.



*La Calidad Académica,  
un Compromiso Institucional*



## *Retos para el emprendimiento femenino en América Latina*

*María Luisa Saavedra García*

*María Elena Camarena Adame*

Saavedra García, María L.; Camarena A., María E., (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. Criterio Libre 13 (22), 129-152  
ISSN 1900-0642.

# RETOS PARA EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN AMÉRICA LATINA

CHALLENGES FOR FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN LATIN AMERICA

DESAFIOS PARA O EMPRENDIMENTO FEMININO NA AMÉRICA LATINA

LES DÉFIS POUR L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ DANS L'AMÉRIQUE LATINE

MARÍA LUISA SAAVEDRA GARCÍA\*  
MARÍA ELENA CAMARENA ADAME\*\*

Fecha de Recepción: 11-11-2014

Fecha de aprobación: 23-04-2015

## RESUMEN

El objetivo de este trabajo consiste en describir la situación del emprendimiento femenino en Latinoamérica. Para tal fin se realizó una investigación documental en la que se analizan en primer lugar las razones para emprender un negocio, las diferencias entre el nivel educativo de mujeres y hombres emprendedores, las razones por las que las empresas dirigidas por mujeres tienen menores rendimientos que las dirigidas por hombres, la tasa de sobrevivencia de las empresas dirigidas por hombres y por mujeres, las restricciones que enfrentan las mujeres empresarias para acceder a fuentes de financiamiento que les permitan desarrollarse, y la diferencia entre el tamaño de operación de los negocios. Por último, se examinan las políticas de apoyo al emprendimiento femenino. Los principales hallazgos muestran que son más las mujeres que los hombres quienes inician un negocio por necesidad; generalmente las mujeres cuentan con un mayor nivel de estudios que los hombres, y la tasa de sobrevivencia de las empresas dirigidas tanto por hombres como por mujeres son similares. También se encontró que el tamaño de operación de los negocios es menor en las empresas lideradas por mujeres; y finalmente, que las políticas de fomento

---

Este artículo es un avance preliminar del proyecto de investigación "Estudios de Género en las organizaciones", patrocinado por la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México.

- \* Contador público por la Universidad de San Martín de Porres, de Lima, Perú; especialista en finanzas, maestra y doctora en administración por la Universidad Nacional Autónoma de México; profesora titular "C" definitiva en la Universidad Nacional Autónoma de México; participante de la Red de Alafec. [lsaavedra@fca.unam.mx](mailto:lsaavedra@fca.unam.mx)
- \*\* Licenciada en administración; maestra en enseñanza superior y doctora en estudios latinoamericanos por la Universidad Nacional Autónoma de México; profesora titular "C" definitiva, Universidad Nacional Autónoma de México; participante de la Red de Alafec. [camarena@fca.unam.mx](mailto:camarena@fca.unam.mx)

empresarial que apoyan a las pequeñas empresas (pymes) no están dirigidas específicamente a las empresarias.

**PALABRAS CLAVE:**

emprendimiento, género, mujeres emprendedoras, mujeres empresarias, pymes.

**CLASIFICACIÓN JEL:**

M13.

**ABSTRACT**

The aim of this paper is to describe the situation of women's entrepreneurship in Latin America. To this end, a documentary research was done that first analyzes the reasons for starting a business, the differences between the educational level of women and men entrepreneurs, the reasons that companies run by women have lower returns than the ones run by men, the survival rate of businesses run by men and by women, the constraints that women entrepreneurs face in accessing funding sources to enable them to develop, and the difference between the size of business operations. Finally, policies to support female entrepreneurship are discussed.

The main findings show that more women than men start a business due to necessity; women generally have a higher level of education than men, and the survival rate of businesses run by men and women are similar. It was also found that the size of the business operation is lower in women-led companies; and finally, that enterprise development policies that support small businesses (SMEs) are not aimed specifically at women entrepreneurs.

**Keywords:** businesswomen, entrepreneurship, gender, SMEs, women entrepreneurs.

**JEL:** Classification: M13.

**RESUMO**

O objetivo deste trabalho é descrever a situação do empreendimento feminino na América Latina. Para tal fim foi levada uma investigação documental em qual é analisado no primeiro lugar as razões para empreender um negócio, as diferenças entre o nível educacional de mulheres e homens empreendedores, as razões para que as companhias dirigidas por mulheres têm rendimentos menores que essas dirigidas por homens, a taxa de sobrevivência das companhias dirigidas por homens e por mulheres, as restrições que enfrentam as mulheres empresárias para acesso a fontes de financiamento que lhes permitem ser desenvolvidas, e a diferença entre o tamanho de operação dos negócios. Ultimamente, as políticas de apoio ao empreendimento feminino são examinadas.

Os principais resultados mostram que há mais mulheres do que homens que iniciar um negócio por necessidade; as mulheres geralmente têm um maior

nível de estudos do que os homens, e as taxas de sobrevivência das empresas dirigidas por homens e por mulheres são semelhantes. Também achamos que o tamanho da operação de negócios é inferior em empresas lideradas por mulheres; e finalmente, que as políticas de fomento empresarial que dão suporte a pequenas empresas (PME) não são direcionadas especificamente para as mulheres empresárias.

**Palavras-chave:** empreendedorismo, gênero, mulheres empreendedoras, mulheres empresárias, PME.  
**Classificação JEL:** M13.

## RESUMÉ

L'objectif de ce travail c'est de décrire la situation de l'entrepreneuriat féminin en Amérique Latine. Pour ce faire une recherche documentaire a été réalisé en qui sont analysés premièrement les raisons pour démarrer une entreprise, les différences entre le niveau d'instruction des hommes et des femmes entrepreneurs, les raisons pourquoi les entreprises dirigées par des femmes ont des rendements plus faibles que celles dirigées par des hommes, le taux de survie des entreprises dirigées par des hommes et par des femmes, les obstacles auxquels font face les femmes entrepreneures d'accès aux sources de financement qui leur permettent de développer, et la différence entre la taille de l'opération de l'entreprise. Enfin, il examine les politiques de soutien à l'entrepreneuriat féminin.

Les principaux conclusions montrent qu'il y a plus de femmes que d'hommes qui commencent l'entreprise par nécessité; généralement les femmes ont un niveau plus élevé d'études que les hommes, et le taux de survie des entreprises dirigées par des hommes et par des femmes sont semblables. Nous avons également constaté que la taille de l'opération de l'entreprise est plus faible dans les entreprises dirigées par des femmes; et enfin, que les politiques de développement d'entreprise qui soutiennent les petites entreprises (PME) ne visent pas spécifiquement aux femmes entrepreneures.

**Mots-clés:** entrepreneuriat, femmes entrepreneures, femmes d'entreprise, genre, PME.  
**Classification JEL:** M13.

## INTRODUCCIÓN

Los y las emprendedoras son individuos que comienzan nuevas empresas y son cruciales para el crecimiento y desarrollo de los países. La habilidad emprendedora es la capacidad de una persona de identificar y aprovechar oportunidades que le permitan iniciar una empresa, haciendo uso de su

*Es importante señalar que los estudios sobre emprendimiento ponen énfasis en la figura del varón como emprendedor, sus capacidades para asumir riesgos, tolerar la ambigüedad y turbulencia de los mercados, sus habilidades, motivaciones, características y formas de gerenciar (Heller, 2010), generalizando estos aspectos como si todos los emprendedores fueran varones. Por lo cual se puede ver que persisten todavía en la actividad empresarial los estereotipos de género, mismos que desempeñan un papel importante en los resultados empresariales que se siguen sustentando en la masculinidad acrecentando al mismo tiempo la discriminación hacia la mujer empresaria (Díaz y Jiménez, 2010).*

conocimiento, experiencia, red de contactos, recursos económicos u otros activos necesarios, propios o ajenos (Heller, 2010).

Es importante señalar que los estudios sobre emprendimiento ponen énfasis en la figura del varón como emprendedor, sus capacidades para asumir riesgos, tolerar la ambigüedad y turbulencia de los mercados, sus habilidades, motivaciones, características y formas de gerenciar (Heller, 2010), generalizando estos aspectos como si todos los emprendedores fueran varones. Por lo cual se puede ver que persisten todavía en la actividad empresarial los estereotipos de género, mismos que desempeñan un papel importante en los resultados empresariales que se siguen sustentando en la masculinidad acrecentando al mismo tiempo la discriminación hacia la mujer empresaria (Díaz y Jiménez, 2010).

En cuando al emprendimiento femenino, las responsabilidades familiares siguen siendo una importante limitación en América Latina ya que aún persiste la tradicional división de roles, donde el hombre es el proveedor y sostén del hogar y la mujer la administradora del hogar y la responsable de la crianza de los hijos (Hernández, Camarena y Castanedo, 2009). Sin embargo, Escandón y Arias (2011) señalan que en los últimos años existe una tendencia creciente de las mujeres a cambiar estos roles, por ejemplo, asumiendo el rol de empresaria, disminuyendo la brecha existente con los hombres y abriéndose paso hacia mayores posibilidades de educación, al desarrollo de capacidades y conocimientos y a la mayor incorporación al mercado laboral.

Así pues, SELA (2010) señala que las características de las mujeres emprendedoras en América Latina son muy marcadas y estas son:

- El motor detrás de la empresa de mujeres, como regla general, está en la necesidad económica más que en la identificación de una oportunidad o en un deseo de desarrollar una idea innovadora.
- Las mujeres son dueñas de empresas más pequeñas que las empresas de los hombres.
- El nivel de educación de las mujeres empresarias en ALC en general es más bajo que el de los hombres.

*En este trabajo se presenta una descripción del emprendimiento femenino en Latinoamérica con el fin de dar a conocer los retos que enfrenta, para lo cual se desarrolla una investigación documental y los hallazgos se presentan en los siguientes apartados: antecedentes, razones para emprender un negocio, diferencias entre el nivel educativo de hombres y mujeres emprendedores, diferencias entre el tamaño de operación de los negocios, el rendimiento en las empresas dirigidas por mujeres, tasa de sobrevivencia de las empresas dirigidas por hombres y por mujeres, las restricciones que enfrentan las empresas dirigidas por mujeres para acceder al financiamiento, políticas de apoyo al emprendimiento femenino; por último, se presentan las conclusiones de este trabajo.*

- Las empresas de mujeres en ALC operan de manera predominante en el sector servicios y están mejor posicionadas para atender nichos de mercado.
- Las mujeres empresarias enfrentan dificultades estructurales para acceder a crédito y capital limitado, lo que impide que sus empresas crezcan al tiempo que carecen de acceso a educación financiera.
- La conciliación entre vida familiar y empleo se resuelve muchas veces a través de una empresa pero al mismo tiempo hace también difícil desarrollar la empresa.
- Las mujeres empresarias enfrentan estereotipos negativos sobre su capacidad para establecer y desarrollar una empresa.

De aquí la importancia de investigar este tema, conocer las características y determinar los retos que enfrentan las mujeres que emprenden un negocio.

En este trabajo se presenta una descripción del emprendimiento femenino en Latinoamérica con el fin de dar a conocer los retos que enfrenta, para lo cual se desarrolla una investigación documental y los hallazgos se presentan en los siguientes apartados: antecedentes, razones para emprender un negocio, diferencias entre el nivel educativo de hombres y mujeres emprendedores, diferencias entre el tamaño de operación de los negocios, el rendimiento en las empresas dirigidas por mujeres, tasa de sobrevivencia de las empresas dirigidas por hombres y por mujeres, las restricciones que enfrentan las empresas dirigidas por mujeres para acceder al financiamiento, políticas de apoyo al emprendimiento femenino; por último, se presentan las conclusiones de este trabajo.

## METODOLOGÍA

El enfoque metodológico de este trabajo es la investigación documental, para lo cual se revisaron trabajos científicos antecedentes, consultando fuentes secundarias de información en bases de datos de revistas indexadas y sitios web de los organismos internacionales que investigan este tema. El alcance de la investigación es descriptivo,

puesto que pretende caracterizar el emprendimiento femenino y el diseño es no experimental, ya que no se manipularon las variables sino que las mismas fueron tomadas tal como se encuentran en la realidad.

### Antecedentes: problemática del emprendimiento femenino

La igualdad de género en América Latina en general es baja en comparación con los países

de la OCDE, pero es mayor en promedio en comparación con otros países en desarrollo; esto se debe fundamentalmente a que en este índice se ponderan factores sociales más que económicos, como lo son el nivel educativo y la salud. En este sentido, América Latina ha alcanzado un nivel cercano a la paridad en salud, supervivencia y nivel educativo; sin embargo, muestra aún grandes rezagos en lo relativo a la participación económica femenina; así tenemos (Powers y Magnoni, 2010):

**Cuadro 1. Índice global de disparidad entre géneros 2009 para América Latina.**

País	Total		Participación económica		Nivel educativo		Salud y supervivencia		Empoderamiento público	
	Puesto	Puntaje	Puesto	Puntaje	Puesto	Puntaje	Puesto	Puntaje	Puesto	Puntaje
Bolivia	83	0.6693	95	0.5906	91	0.9746	112	0.9668	56	0.1450
Colombia	56	0.6939	39	0.6940	28	0.9996	1	0.9796	84	0.1026
Guatemala	111	0.6209	115	0.5061	101	0.9382	1	0.9796	118	0.0599
México	99	0.6503	114	0.5089	90	0.9781	1	0.9796	65	0.1348
Nicaragua	49	0.7002	105	0.5626	1	1.0000	65	0.9765	28	0.2616
Perú	44	0.7024	77	0.6350	89	0.9785	91	0.9714	33	0.2246

Fuente: Powers y Magnoni (2010).

Como se puede ver en el cuadro 1, la mayor desigualdad total la presenta Guatemala, siendo también la mayor en el aspecto económico, educativo, de salud y supervivencia y empoderamiento público. Si en los últimos años en América Latina se ha avanzado con respecto a la mayor igualdad de género, se debe principalmente al avance en los sistemas jurídicos los cuales reconocen desde hace tiempo el derecho de las mujeres a votar, a poseer bienes, etc. Por su parte, los sistemas culturales y religiosos en general también reconocen los derechos de las mujeres; estos han apoyado la implementación de normas específicas referentes a la violencia familiar y discriminación en el trabajo. Un avance importante de esas acciones es que uno de cada tres países de Latinoamérica cuenta con licencia

de maternidad más generosa que las de Estados Unidos, facilitando así a las mujeres equilibrar sus obligaciones familiares con las de su trabajo. Sin embargo, no pueden hacer uso de este beneficio casi 45% de la fuerza de trabajo femenina que se encuentra en el sector informal, entre las que están las microempendedoras (Powers y Magnoni, 2010).

Al respecto del microemprendimiento, Valenzuela (2003) refiere que numerosos estudios efectuados en América Latina muestran que un amplio porcentaje de mujeres se encuentran en este sector, constituyendo esto una fuente importante de ingresos para sus hogares. El acceso de las mujeres a este sector se atribuye a las facilidades que encuentran para participar en ellos, como son:



niveles de escolaridad, requisitos legales, capital y una organización flexible que les permite seguir atendiendo responsabilidades y tareas familiares.

Así también, el Global Entrepreneurship Monitor Women (GEM Women) de 2012 estimó que en el mundo más de la tercera parte de las personas involucradas en una actividad emprendedora son mujeres. Asimismo, mientras que en los países con un nivel adquisitivo bajo dicha actividad es mayor, en los países con niveles de renta más altos existen menos emprendedoras, lo que implica que muchas mujeres emprenden por necesidad.

La importancia de realizar este trabajo es dar a conocer cuáles son los retos que enfrentan las emprendedoras, ya que son un sector empresarial importante, sobre todo en los países en vía de desarrollo, pues Bullough (2008) y Díaz y Jiménez (2011) han señalado que las empresas lideradas por mujeres tienen una alta participación con el crecimiento del PIB, debiéndose esto a que si las empresas crecen su contribución tanto a los hogares como a la actividad económica aumenta.

### Razones para emprender un negocio

De acuerdo con GEM (2012), existen solo dos razones por las que una persona puede convertirse en emprendedor: oportunidad o necesidad.

En el cuadro 2 se puede apreciar que en el año 2012 el porcentaje de emprendedores por oportunidad llegó a 10.3% de la población adulta sin diferencias de género. Este resultado es interesante porque en 2011 la diferencia entre hombres y mujeres fue de 2 puntos y medio. En ese año 8.8% de los hombres inició una empresa por oportunidad, comparado con 6.3% de las mujeres.

En lo referente al emprendimiento por necesidad, este se redujo ligeramente respecto a 2011 de 1.9% para llegar a 1.6% de la población adulta que emprende por necesidad. Si comparamos por género, son más las mujeres que inician un negocio por necesidad que los hombres que lo hacen por esa razón, siendo esto coincidente con lo encontrado por la OCDE (2012) y Zapata y

otros (2014). La razón de esto, de acuerdo con la OCDE (2013) es que las mujeres en los países emergentes, particularmente en Egipto y México, ven limitado su acceso al mercado laboral (OCDE, 2013).

**Cuadro 2. Razones para emprender un negocio.**

Tasa de	Oportunidad		Necesidad	
	2011	2012	2011	2012
TEA total	7.5	10.3	1.9	1.6
TEA hombres	8.8	10.3	1.7	1.6
TEA mujeres	6.3	10.3	2.0	1.7

Fuente: Elaboración propia con base en GEM, 2012.

Otra de las razones radica en que las mujeres deciden emprender un negocio por el deseo de poner en práctica una idea innovadora, aunque los hallazgos de la OCDE (2013) muestran que este motivo es más importante para los hombres que para las mujeres en Europa, y también en América Latina de acuerdo con SELA (2010) y BIRF (2010), en donde 13,36% de los hombres que inician un negocio lo hacen por el deseo de desarrollar una idea o aprovechar una oportunidad de negocio, mientras que en el caso de las mujeres solo 8,79% de las mujeres lo hacen por esta razón. Muchas lo hacen ante la imposibilidad de ascender en sus carreras laborales dentro de una organización, es decir, el encuentro con el llamado techo de cristal o por la necesidad de encontrar un trabajo que las satisfaga y contar además con un horario flexible que permita compatibilizar el trabajo y la familia (Heller, 2010, García y otros, 2012, OCDE, 2013, SELA, 2010, Hernández y Camarena, 2013, 2014); a este respecto los estudios de la OCDE (2013) encontraron que 40% de las mujeres en Estados Unidos emprenden por conciliar sus actividades laborales y familiares.

Así también, Heller (2010) señala que los beneficios en menor cantidad de procedimientos y tiempo en días para iniciar un emprendimiento son significativamente importantes para las mujeres. Pues la gran cantidad de trámites burocráticos y los costos que implica la apertura o constitución



de un negocio hacen que las emprendedoras tiendan a crear sus empresas en el sector informal, sin posibilidad de acceso a créditos, temiendo inspecciones y, en general, este tipo de emprendimientos tendrán dificultades para crecer.

También existe una relación aparente entre falta de empleo o niveles bajos de remuneración económica y el inicio de una empresa por parte de las mujeres, entendiendo que las mujeres en los estratos más pobres son las más afectadas por la desigualdad de género y la discriminación en el acceso al empleo, diferenciales de salarios y posibilidad de un desarrollo empresarial exitoso. Por lo que la vía de convertirse en empresaria es vista como una alternativa ante la falta de oportunidades para obtener un salario igual al del hombre o desarrollar una carrera en una empresa, como lo hacen los hombres. De hecho, en América Latina es cuatro veces más común que las mujeres inicien empresas que en países con elevados niveles de ingreso, encontrándose entonces que una gran proporción de microempresas son dirigidas por mujeres (Hernández, Camarena y Castanedo, 2009). A este respecto, el BIRF (2010) señala que en América Latina el emprendimiento femenino está influenciado por el papel de la mujer como sostén secundario del hogar, siendo coincidente este hallazgo con lo señalado por Chinchilla, García y Mercadé (1999), quienes encontraron que las mujeres en España emprenden generalmente por motivos económicos.

### Diferencias entre el nivel educativo de mujeres y hombres emprendedores

En un estudio realizado por Powers y Magnoni (2010), se encontró que existen diferencias significativas entre el nivel de estudios de hombres y mujeres emprendedores, siendo mayor el nivel de estudios de los hombres; esta disparidad también se encuentra asociada con la magnitud de la empresa, dada la menor capacitación y experiencia de las mujeres estas crean sus negocios en sectores menos demandantes de conocimientos previos como el sector comercio; asimismo este sector es considerado de más baja rentabilidad que el de servicios o la industria. Sin embargo, Heller (2010) señala que en América Latina el nivel

de estudios de las emprendedoras es superior al de los emprendedores; esto se explicaría por la razón de que muchas mujeres dejan su entorno laboral para convertirse en sus propias jefas, con la expectativa de esquivar las barreras que limitan su desarrollo laboral en el sector formal.

El nivel educativo no es el único obstáculo que enfrentan las mujeres emprendedoras, pues diversos estudios (Powers y Magnoni, 2010, Heller, 2010) señalan que el mayor desafío es que no cuentan con experiencia empresarial y en comercialización, así como la insuficiente formación empresarial específica (administración / marketing). Con respecto a la falta de experiencia, Díaz y Jiménez (2010) señalan que se debe generalmente a que las empresarias crean su empresa cuando son más jóvenes y adquieren experiencia en su propia empresa y no como empleadas asalariadas. Esto las pone en desventaja, pues de acuerdo con la OCDE (2012) la experiencia es crítica para el éxito de cualquier negocio. Corroborándose esto con lo que señalan Escandón y Arias (2011) y SELA (2010), que las empresas dirigidas por mujeres con más educación son las que logran entrar al sector formal, así como una mayor expansión en el mercado siendo más competitivas, lo cual se refleja en mayor productividad para estas.

Así también, SELA (2010) afirma que las mujeres con menores niveles de educación tienden a ser más emprendedoras, lo que puede tener serias implicaciones sobre el tipo de empresas, lo cual las obliga a establecerse sobre todo en el sector informal y sus posibilidades de crecimiento, sustentabilidad y desarrollo se minimizarán en el tiempo.

### El rendimiento en las empresas dirigidas por mujeres

Las empresas de propiedad femenina registran, en promedio, menores beneficios y baja productividad del trabajo que las que pertenecen a hombres (GTZ – BM - BID, 2010). Las disparidades en su mayoría se explican por diferencias en el tamaño y la intensidad de capital; este último factor es decisivo para la productividad y explica 37% de la brecha que existe en el rendimiento (OCDE,

2012), el capital incluye tierra, dinero, crédito y destrezas de mercadeo. Las disparidades en tierra, capital y crédito pueden ser resultado de la ley o de la práctica, o de ambos, y son a menudo evidentes en las oportunidades de estudio o de entrenamiento. Como consecuencia, las mujeres tienen menos posibilidad de aprovechar las nuevas oportunidades de negocios o de empleo que puedan surgir de la liberalización del comercio (Hershkovitz, 2003).

Según Powers y Magnoni (2010), en todos los sectores económicos que estudiaron, la proporción de las utilidades mensuales promedio respecto de las ventas es de 12.6% para las empresas de mujeres y 14.6% para las empresas de hombres; en Italia las ventas representaron solo 26% de lo vendido en comparación con las empresas dirigidas por hombres; en México fue 38%, en Finlandia 44% y en Estados Unidos 11% (OCDE, 2012). Siendo necesario destacar que las empresas comerciales son mucho menos rentables en promedio que las empresas de servicios e industria y es en estas justamente en donde se concentra la actividad de las mujeres; la preferencia de las mujeres por los sectores de comercio y servicios tiene relación con las limitaciones que impone el sector industrial y las menores exigencias con respecto al capital inicial e infraestructura en los sectores comercio y servicios (Heller, 2010); por tanto, el sector en el que operan las mujeres estaría explicando la disparidad en productividad en 22% (OCDE, 2012). Con respecto al sector, Forética (2011) hace mención de la existencia de la "segregación horizontal", la cual se refiere a la escasa presencia de la mujer en determinados sectores económicos, que por diversas razones son dominados por hombres (generalmente sectores intensivos en capital y tecnología). Así, por ejemplo, Al Marzouqi y Forster (2011), Moore, Griffiths, Richardson y Adam (2008) y Golnesa (2010), han encontrado que es escasa la participación de las mujeres en el sector de tecnologías de información.

Por su parte, Escandón y Arias (2011) señalan que en función de que los ingresos de las mujeres en el mercado laboral son, de hecho, más bajos que los de los hombres, las mujeres se ven impulsadas

*Según Powers y Magnoni (2010), en todos los sectores económicos que estudiaron, la proporción de las utilidades mensuales promedio respecto de las ventas es de 12.6% para las empresas de mujeres y 14.6% para las empresas de hombres; en Italia las ventas representaron solo 26% de lo vendido en comparación con las empresas dirigidas por hombres; en México fue 38%, en Finlandia 44% y en Estados Unidos 11% (OCDE, 2012).*

a crear sus propias oportunidades y empresas, buscando una mejor opción de empleo que les dé flexibilidad para desarrollar otras facetas (ama de casa, madre, esposa). Que se constituyen en un objetivo personal, haciendo que se preocupen menos que los hombres en obtener alta rentabilidad en sus empresas al buscar el equilibrio entre la atención al trabajo y a la familia, así las empresas de propiedad femenina en 13 países de la OCDE representan una proporción muy baja de las mejores empresas, solo 10%. Esto medido por el empleo, el valor de los activos, o el capital accionario (OCDE, 2012).

Así pues, DeMartino y Barbato (2003) y Fasci y Valdez (1998) señalan que la productividad medida por la razón de beneficio es más baja en las empresas dirigidas por mujeres con relación a las de los hombres debido a obstáculos como la educación, roles del hogar y la creación de redes. Esto se corrobora con lo que señalan Díaz y Jiménez (2010) con respecto a que las mujeres dedican menos tiempo a sus empresas que los hombres, así como el establecimiento de niveles máximos de dimensión en su empresa limitando de este modo el crecimiento, debido al equilibrio de roles profesionales y personales.

Por otra parte, también señalan que las mujeres cuentan con redes de contactos limitadas debido a la falta de experiencia laboral previa y las normas sociales y culturales que no les permiten tener una interacción frecuente con las personas que controlan los recursos críticos como el financiamiento; esto es coincidente con lo que señalan Ernst & Young (2009), pues encontraron que las mujeres tienen dificultades para formar redes que les ayuden a fortalecer su negocio; mientras que la posición de los hombres es distinta en la estructura social, misma que les permite contactar con individuos que tienen mayor poder social y económico, lo que es de gran ayuda para conseguir información y otros recursos. Esta es una limitación importante puesto que Becerra, Leyva y Pérez (2009) señalan que la creación de redes puede generar ventajas competitivas en los diferentes mercados en los que incursiona la empresa, ya que trae como consecuencia una mejor comunicación con otras empresas, con sus

clientes, distribuidores, competidores y gobierno, facilitando la creación de sinergias y alianzas para reducir costos y mejorar su posición competitiva.

Así pues, la OCDE (2012) señala que la brecha en los resultados obtenidos entre las empresas dirigidas por hombres o por mujeres estaría determinada principalmente por 1) el sector en donde operan,<sup>1</sup> 2) el tamaño preferido de negocios, 3) el nivel de riesgo que están dispuestas a aceptar y 4) las horas que pueden dedicar a sus negocios. Aunque también se señala que ambos tipos de empresarios tratan de establecer negocios rentables y sostenibles (OCDE, 2012).

SELA (2010) señala que las razones por las que existe diferencia entre el rendimiento de las empresas lideradas por hombres y por mujeres es que los hombres se enfocan sobre todo en aspectos financieros y económicos y tienen como parámetros evaluaciones de inversiones y rentabilidad. En cambio, las mujeres empresarias priorizan la calidad de vida sobre la rentabilidad de su empresa, sus avances son progresivos, con inversiones modestas, que no suelen contar con un capital importante, y recurren a sus propios recursos: conocimientos, gustos, formación educativa, inquietudes y experiencias de vida; y sobre todo, buscan integrar la vida personal y familiar con su negocio o profesión. Así también, afirma que las microempresarias cuentan con escasos recursos y equipo para producir, lo que genera procesos productivos de baja productividad y rentabilidad.

Por último, el Instituto de la Mujer (2011) refiere que las diferencias en el rendimiento de las empresas dirigidas por hombres o por mujeres se debería a que: a) los hombres y las mujeres crean y dirigen sus empresas con distintos tipos y cantidades de capital humano (educación, edad, experiencia);

<sup>1</sup> De acuerdo con SELA (2010), las pymes de mujeres se concentran de manera especial en actividades del sector servicios como distribución, servicios de consumo, ventas, bienes raíces, seguros, entre otros, que regularmente son percibidos como sectores de menor importancia para el desarrollo económico. Así también, Espino (2005) señala que estas empresas se concentran en los sectores de comercio minorista y servicios.

*SELA (2010) señala que las razones por las que existe diferencia entre el rendimiento de las empresas lideradas por hombres y por mujeres es que los hombres se enfocan sobre todo en aspectos financieros y económicos y tienen como parámetros evaluaciones de inversiones y rentabilidad. En cambio, las mujeres empresarias priorizan la calidad de vida sobre la rentabilidad de su empresa, sus avances son progresivos, con inversiones modestas, que no suelen contar con un capital importante, y recurren a sus propios recursos: conocimientos, gustos, formación educativa, inquietudes y experiencias de vida; y sobre todo, buscan integrar la vida personal y familiar con su negocio o profesión. Así también, afirma que las microempresarias cuentan con escasos recursos y equipo para producir, lo que genera procesos productivos de baja productividad y rentabilidad.*

b) los hombres y las mujeres crean y dirigen sus empresas con distintos tipos y cantidades de capital social (morfología de la red e interacciones); c) las empresarias normalmente crean sus empresas con menores cantidades de capital financiero y tienen preferencias distintas en cuanto a las fuentes de financiamiento; d) considerando los diferentes recursos de partida, las empresas dirigidas por mujeres tendrán resultados menores en términos económicos que las dirigidas por hombres; e) las empresarias están igualmente satisfechas con sus resultados empresariales y no buscan el crecimiento.

#### Tasa de sobrevivencia de las empresas dirigidas por hombres y mujeres

La tasa de sobrevivencia de las empresas creadas por mujeres es menor que la de las creadas por hombres. La falta de experiencia estaría influyendo en la sobrevivencia de las empresas, pues de acuerdo con la OCDE (2012) en Francia 73% de las empresas fundadas por mujeres que contaban con tres o más años de experiencia seguían operando tres años después. Este porcentaje disminuye a 64% cuando tienen menos de tres años de experiencia antes de iniciar su negocio. En Estados Unidos las mujeres reconocen que la experiencia previa ha sido crucial para el éxito de su negocio.

La inclusión de capacitación empresarial en las escuelas podría evitar la quiebra de empresas, también se podría diseñar programas de formación innovadores, con la participación de empresarios exitosos que compartan sus experiencias fomentando así una mayor interacción con asociaciones y redes.

#### Las restricciones que enfrentan las empresas dirigidas por mujeres para acceder a financiamiento

El acceso al capital inicial<sup>2</sup> y al financiamiento continuo es indispensable para el éxito de cualquier

<sup>2</sup> A este respecto, SELA (2010) señala que la mujer no recurre al capital semilla por falta de conocimiento o información o porque sus empresas se ubican en sectores que no son intensivos en capital.

empresa y constituye uno de los principales desafíos a los que se enfrentan los emprendedores en todo el mundo, aun en los países de la OCDE prevalece esta problemática. Problemática que se agudiza aún más si se trata de una empresaria; a este respecto Piacentini (2013) señala que uno de los problemas críticos de las emprendedoras son las barreras que encuentran para acceder a financiamiento externo, debido a su falta de experiencia. Aunado a esto las mujeres en general cuentan con un capital menor que los hombres para iniciar sus negocios y con menor acceso al financiamiento externo que los hombres; es así como los bajos niveles de capital inicial también son condicionantes para participar en sectores que exigen mayores requerimientos de capital y, por tanto, son más rentables.

Es así como la falta de experiencia laboral sería una de las principales razones por las cuales las mujeres cuentan con un capital inferior a los de los hombres, así también en algunos casos por cuestiones de cultura si la mujer trabaja está obligada a entregarle su sueldo a su marido u otros hombres de la familia. En este sentido, los estudios de la OCDE (2012) señalan que en Europa solo 11.2% de las mujeres que inician un negocio ya contaban con experiencia previa en otro negocio, en comparación con 18.4% de los hombres; en Estados Unidos esta proporción marca más la diferencia entre hombres y mujeres, pues allí 48% de los hombres tenían experiencia previa en un negocio propio versus 28% de las mujeres; aún más amplia la brecha se encuentra en Canadá, en donde 51% de las mujeres contaba con experiencia de más de 10 años en puestos ejecutivos o negocios propios, versus 74% de los hombres.

Así también, Powers y Magnoni (2010) señalan que aparte de la menor experiencia laboral, se tiene como limitante un menor tamaño de sus empresas, limitada capacidad de ahorro<sup>3</sup> y una menor tendencia a establecer relaciones con

<sup>3</sup> Esta capacidad se ve limitada, debido a que la mujer tiende a destinar los recursos de la empresa a la educación de sus hijos y necesidades del hogar, más que los hombres.

*Es así como la falta de experiencia laboral sería una de las principales razones por las cuales las mujeres cuentan con un capital inferior a los de los hombres, así también en algunos casos por cuestiones de cultura si la mujer trabaja está obligada a entregarle su sueldo a su marido u otros hombres de la familia. En este sentido, los estudios de la OCDE (2012) señalan que en Europa solo 11.2% de las mujeres que inician un negocio ya contaban con experiencia previa en otro negocio, en comparación con 18.4% de los hombres; en Estados Unidos esta proporción marca más la diferencia entre hombres y mujeres, pues allí 48% de los hombres tenían experiencia previa en un negocio propio versus 28% de las mujeres; aún más amplia la brecha se encuentra en Canadá, en donde 51% de las mujeres contaba con experiencia de más de 10 años en puestos ejecutivos o negocios propios, versus 74% de los hombres.*



entidades financieras, por lo que la restricción de créditos afecta más a las mujeres que a los hombres.

Aunque, de acuerdo con Heller (2010) el acceso de la mujer a los servicios financieros se ha incrementado sustancialmente en la última década, pero aún existen barreras que le impiden aprovechar estos cambios. Pues algunas instituciones microfinancieras otorgan préstamos con montos más pequeños que aquellos que destinan a los hombres, aun cuando pertenezcan al mismo programa de crédito, a la misma comunidad y al mismo grupo de prestatarios. Coincidiendo esto con lo que refieren Díaz y Jiménez (2010), que encontraron diversos estudios en donde se ha comprobado que el financiamiento bancario es más costoso para las mujeres; las diferencias se encuentran en términos del crédito, como mayores avales e intereses. Por su parte, la toma de decisiones individual de los empleados bancarios permite que se realicen juicios acerca de la persona que solicita el préstamo que reflejan la percepción estereotipada de su género (no ven a la mujer como una empresaria exitosa).

A este respecto, la OCDE (2012) encuentra que hay dos razones por las que las mujeres empresarias pueden ser tratadas de modo diferente en los mercados de crédito: a) la carencia de activos significativos (experiencia, capacidad, dinero en efectivo, colateral) que son valorados por los prestamistas; y b) existe un sesgo cultural que refleja la falta de confianza en la capacidad de las mujeres como dueñas de negocios.

Es así como la falta de financiamiento permanente puede limitar el crecimiento de las empresas lideradas por mujeres, quitándoles así la posibilidad de aprovechar las oportunidades de negocio que se presenten, pues de acuerdo con la OCDE (2012), las mujeres señalan como una restricción importante la falta de financiamiento para iniciar un negocio. Las restricciones en el momento de buscar un financiamiento también se deben a las actitudes discriminatorias por parte de las entidades financieras o de los prestamistas informales. Otra de las razones se encuentra en el hecho de que mayormente se desempeñan en el sector informal y

sus empresas son, por lo general, más pequeñas y tienen menor cantidad de activos fijos que puedan ser tomados como garantía del préstamo. A esto se suma el hecho de que las mujeres son menos propensas a poseer bienes a nombre propio para ofrecer como garantía.

Para resolver esta situación, los centros nacionales y regionales de apoyo a las empresas deben fomentar mejores prácticas para reforzar la autoconfianza de las mujeres empresarias en sus relaciones con las entidades de crédito. Se deben establecer programas de formación para ayudar a las mujeres empresarias a construir las habilidades para elaborar y presentar sus planes de financiamiento y tener más éxito en la consecución de los fondos que necesitan para crecer (OCDE, 2012).

### Diferencias entre el tamaño de operación de los negocios

La aversión al riesgo se considera un factor que afecta el tamaño y el crecimiento de las empresas lideradas por mujeres, esto debido a que en ellas es mayor dicha aversión que en los hombres (Powers y Magnoni, 2010). A este respecto, es necesario aclarar que la teoría financiera señala que a mayor riesgo, mayor rendimiento, y por esta razón la aversión al riesgo se considera como una limitante para obtener mayor rentabilidad.

Otra razón por la que se podría explicar la diferencia de tamaño de las empresas dirigidas por hombres y por mujeres sería el sector. Así pues, Powers y Magnoni (2010) encontraron que en el sector comercial en donde se concentran las mujeres, las empresas son más pequeñas en cuanto a sus ventas mensuales que las empresas industriales, pero son más grandes con respecto a las empresas del sector servicios. Por su parte, las empresas que pertenecen a hombres son más grandes que las que pertenecen a mujeres tanto en el sector comercial como en el industrial, siendo mínima la diferencia en las cifras de ventas en el sector servicios.

Con respecto al tamaño, SELA (2010) señala que generalmente las mujeres son dueñas de microempresas y pocas lo son de empresas pequeñas, medianas o grandes. Las mujeres son dueñas de empresas más pequeñas que los



*Otra razón por la que se podría explicar la diferencia de tamaño de las empresas dirigidas por hombres y por mujeres sería el sector. Así pues, Powers y Magnoni (2010) encontraron que en el sector comercial en donde se concentran las mujeres, las empresas son más pequeñas en cuanto a sus ventas mensuales que las empresas industriales, pero son más grandes con respecto a las empresas del sector servicios. Por su parte, las empresas que pertenecen a hombres son más grandes que las que pertenecen a mujeres tanto en el sector comercial como en el industrial, siendo mínima la diferencia en las cifras de ventas en el sector servicios.*

hombres debido a una diversidad de factores, entre los que se encuentra de una manera muy importante la falta de acceso al crédito. Por esta razón, las empresas se mantienen a nivel micro o pequeñas con pocos empleados, pues no generan suficientes ingresos para retribuir adecuadamente el trabajo y recuperar la inversión o tienen dificultades para invertir y ampliar su empresa. Ese patrón sugiere que las mujeres tienen menor tendencia a expandir sus empresas o enfrentan más dificultades para hacerlo (Hershkovitz, 2003), además de que las empresas pequeñas propiedad de mujeres tienden a ser menos productivas que las de los hombres. Pues las mujeres se constituyen como microempresas, en donde ellas son trabajadoras por cuenta propia y emplean a otros trabajadores en menor proporción que las empresas de hombres.

Así también, el equilibrio que la mujer busca entre el trabajo y la atención a sus responsabilidades con la familia impide el crecimiento de la empresa; esto es lo que Equal (2010) denomina "Techo de cemento", pues es la propia mujer quien pone las limitaciones a su desarrollo por motivos personales. A este respecto, estudios recientes han demostrado una correlación negativa entre el cuidado infantil y el trabajo del hogar y tamaño de la empresa propiedad de mujeres y su desempeño (SELA, 2010).

Sin embargo, es importante mencionar de acuerdo con estudios realizados por GTZ –BM – BID (2010), que la diferencia de género en la productividad de los negocios se reduce a medida que estos crecen, las micro y pequeñas empresas dirigidas por una mujer son menos rentables que aquellas dirigidas por hombres; sin embargo, la situación cambia a nivel mediano y grande, en donde las primeras son tan productivas e incluso más que las segundas.

### Políticas de apoyo al emprendimiento femenino

Las políticas que fomentan el espíritu empresarial femenino vienen a menudo en el marco general de programas para las pequeñas empresas. Pues hoy por hoy el tema de pequeñas empresas dirigidas por mujeres no es parte de la agenda económica y productiva de los países, lo que ha impedido a las mismas y a los países de la región desarrollar su verdadero potencial (SELA, 2010). Sin embargo, se considera que las políticas dirigidas a las pyme (pequeñas y medianas empresas) es probable que tengan un

*Las políticas empresariales dirigidas a las mujeres no deberían, sin embargo, ser concebidas como un simple subconjunto de las políticas para la creación de empresas y microempresas, pues es una falacia pensar que todas las empresarias tienen sesgadas sus aspiraciones de crecimiento; se debería buscar el establecimiento de normas que garanticen que las empresas pequeñas de propiedad de mujeres tengan acceso a la contratación pública y a los impuestos preferenciales, así como planes de crédito para inversiones de capital en las pyme (OCDE, 2012). Países como Estados Unidos, Canadá y Suecia cuentan ya con programas y fondos específicamente dirigidos a mujeres empresarias.*

efecto importante en mujeres empresarias, ya que la mayoría de ellas dirigen pequeñas empresas. Una combinación de políticas generales para las pyme e instrumentos dirigidos explícitamente a las mujeres puede ser eficaz para incitar el interés hacia el espíritu empresarial en ellas.

Las políticas empresariales dirigidas a las mujeres no deberían, sin embargo, ser concebidas como un simple subconjunto de las políticas para la creación de empresas y microempresas, pues es una falacia pensar que todas las empresarias tienen sesgadas sus aspiraciones de crecimiento; se debería buscar el establecimiento de normas que garanticen que las empresas pequeñas de propiedad de mujeres tengan acceso a la contratación pública y a los impuestos preferenciales, así como planes de crédito para inversiones de capital en las pyme (OCDE, 2012). Países como Estados Unidos, Canadá y Suecia cuentan ya con programas y fondos específicamente dirigidos a mujeres empresarias.

Dado que las mujeres son un importante recurso de la iniciativa empresarial sin explotar, las políticas para estimular el espíritu empresarial entre las mujeres deben basarse en un análisis exhaustivo de los factores que las previenen o las disuaden de entrar en un negocio. Tal análisis requiere información fiable y oportuna de fuentes de datos cuantitativos y cualitativos; algunos países ya han invertido en la producción de dicha información.

Hay una clara necesidad de políticas para dar a conocer la iniciativa empresarial como una opción de carrera para las mujeres. Los programas también son necesarios para aumentar la autoestima y el crecimiento de expectativas y los potenciales de las mujeres empresarias, esto debido a que los hombres tienen mayor fe en sus habilidades empresariales (Brush et al., 2011, citado en OCDE, 2012) y también son más optimistas acerca de la rentabilidad de su empresa (Eurostat, 2008, OCDE, 2012). Por su parte, las redes femeninas empresariales son las principales fuentes de conocimiento sobre las oportunidades para el éxito empresarial y pueden reforzar la confianza en sí mismas de las mujeres empresarias. Para reforzar esto, la Comisión Europea ha puesto en marcha un programa denominado "Embajadores de red" con 270 empresarios de éxito que hacen campaña para inspirar a mujeres de todas las edades a establecer sus propios negocios.

Las políticas deberían no solo preocuparse por resolver la menor participación de las mujeres en el ámbito empresarial, sino también por solucionar las fallas del mercado que ya de por sí inhiben el crecimiento de las empresas lideradas por mujeres.

La OCDE (2013) propone que las políticas para fomentar el emprendimiento femenino deben centrarse en:

- Desarrollar campañas de sensibilización empresarial en las escuelas y para el público en general.
- Apoyar programas de embajadores para difundir el conocimiento acerca de oportunidades empresariales para las mujeres.
- Contribuir a la labor iniciada por el Programa de Indicadores de Emprendimiento (EIP) para producir información oportuna y comparable a nivel internacional en hombres y mujeres propietarios de empresas.

En el caso de América Latina, SELA (2010) concluye que las políticas que han sido implementadas para apoyar el emprendimiento femenino no han funcionado debido a que:

- Las instituciones o ministerios para mujeres han sido las que han desarrollado las políticas y programas para mujeres empresarias, lo que no siempre ha permitido una vinculación al sector productivo.
- Las medidas menos generalizadas en la región para tratar el tema de equidad de género y pymes han sido las vinculadas a las políticas de los ministerios de producción o economía. Las pymes de mujeres requieren ser parte de una política integral de pymes de los países, que a través de herramientas y proyectos diferenciados impulsen su desarrollo.
- Las herramientas tanto públicas como privadas que más se han utilizado en la región para promover la equidad de género vinculada a las pymes están relacionadas con acceso a microcréditos, capacitación para la administración de micro y pequeñas empresas, apoyos a la comercialización vía participación en ferias y exposiciones de mujeres empresarias, creaciones de redes de mujeres empresarias y desarrollo de proyectos

para mujeres de menores ingresos, sobre todo en áreas rurales. Sin embargo, no están claramente articuladas y en la mayoría de los casos son proyectos aislados.

- Asimismo, considerando que la mayoría de las empresas de mujeres están en el sector servicios, es preciso impulsar políticas específicas para el desarrollo de este tipo de actividades, así como promover que dichos servicios incorporen mayor valor agregado; ello solo se logrará vía la educación y capacitación.
- Existe un gran vacío en el acceso a créditos, pues las autoridades bancarias y la banca comercial aún tienen que establecer condiciones e instrumentos financieros que den acceso a créditos sustantivos, a largo plazo y a tasas de interés accesibles para las mujeres empresarias. Las microfinanzas son un buen inicio, pero no pueden ser el instrumento financiero para promover el desarrollo y el crecimiento; limitarse a las microfinanzas es limitar el potencial de desarrollo de estas empresas (estas instituciones hacen préstamos de montos muy bajos).

Así pues, en América Latina y el Caribe prácticamente todos los países han creado entidades gubernamentales para tratar las políticas vinculadas a las mujeres. Dichos ministerios o institutos han sido los principales promotores de políticas públicas, programas y planes de acción para las mujeres empresarias en la región. A continuación se mencionan brevemente algunas de las principales políticas y programas establecidos por varios países de la región orientados a promover condiciones de equidad de género en el desarrollo de la actividad empresarial de las mujeres. La metodología utilizada por el SELA para hacer este cuadro comparativo (cuadro 3) consistió en seleccionar los países y programas, de acuerdo con la existencia de políticas de igualdad de género entre hombres y mujeres, así como la disponibilidad de programas específicos que buscan apoyar el desarrollo de las mujeres empresarias en la región. Se buscó también presentar una selección diversa del tipo de programas que se están desarrollando en la región.

Cuadro 3. Políticas para promover equidad de género en pymes.

País	Políticas	Instrumentos más utilizados	Programas y proyectos
Argentina	Plan para la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres	Líneas de financiamiento Capacitación para gestión y administración Red de mujeres emprendedoras	Programa Nacional Mujer, Equidad y Trabajo Programa de Promoción del Fortalecimiento de la Familia y Capital Social Plan Federal de la Mujer
Estado Plurinacional de Bolivia	Plan Quinquenal para las mujeres (2006-2010)	Acceso al crédito Asistencia técnica para el mejoramiento de la producción y gestión empresarial	Presupuestos Sensibles al Género
Brasil	Políticas Nacionales para las Mujeres	Apoyo técnico y financiero Redes entre organismos institucionales de políticas para mujeres	Programa de Trabajo, Artesanado, Turismo y Autonomía de las Mujeres Programa pro- equidad de género Acceso al Microcrédito- Necesidad de género: Proyecto estratégico para la ampliación de la clientela femenina
Chile	Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres 2000-2010	Cursos de capacitación para mujeres empresarias	Mejorando la Empleabilidad y las Condiciones Laborales de las Mujeres Jefas de hogar ProChile – apoyo a mujeres empresarias que buscan exportar

Colombia	Mujeres	Cursos de capacitación para mujeres empresarias	Plan de Igualdad de Oportunidades formulado en el año 2000  Programa Mujer Cabeza de Familia Microempresaria Estratos 1 y 2, Sector Urbano y Rural
Costa Rica	Política Nacional de Igualdad y Equidad de Género 2007- 2017	Cursos de capacitación Acceso al crédito  Ferias y exposiciones	Sistema de ventanilla única, con sedes regionales, para garantizar la articulación de la oferta de servicios Comisión interinstitucional para la Empresariedad de las mujeres Programa Popular Desarrollo Programa Creando Empresas Feria Nacional de mujeres empresarias
Ecuador	Plan de Igualdad de Oportunidades 2005-2009	Acceso a las microfinanzas	Fideicomiso Promujeres
El Salvador	Política Nacional de la Mujer	Mecanismos e instituciones de ahorro y crédito Garantizar derechos de	
Guatemala	Plan de Igualdad de Oportunidades 2005-2009	Acceso a las microfinanzas	Fideicomiso Promujeres
El Salvador	Política Nacional de la Mujer	Mecanismos e instituciones de ahorro y crédito Garantizar derechos de propiedad Asistencia técnica	

Guatemala	Política nacional de promoción y desarrollo de las mujeres guatemaltecas	Capacitación a través de pláticas y talleres	Programa La Empresaria del Siglo 21
Honduras	Política Nacional de la Mujer	Acceso a crédito capacitación	Participación en seminarios, encuentros, jornadas y foros
México	Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2008- 2012 y No Discriminación contra las Mujeres (Pro Equidad)	Capacitación	Fondo de Microfinanciamiento a Mujeres Rurales Programa "Impulso Productivo para la Mujer" del Fondo Nacional para la Empresa Social. Portal Emprendedoras y empresarias Red de Mujeres Empresarias y Directorio de Empresarias Encuentro Nacional de Mujeres Empresarias
Perú	Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Varones 2006-2010	Certificado de Calidad y Distinción  Capacitación en la administración de la empresa	Promoción de Oportunidades Económicas Hecho por Mujeres Peruanas
Uruguay	Ley de igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres	Coordinación institucional	Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades y Derechos
República Bolivariana de Venezuela	Plan de Igualdad de la Mujer 2004- 2009	Financiamiento de proyectos	Fondo Especial Solidario Banco de Desarrollo de la Mujer (BANMUJER)

Fuente: SELA (2010).

Por su parte, Sánchez y Escolán (2010) sugieren que las políticas deben implementarse de manera coordinada en los niveles macro, meso y micro, iniciando con la sensibilización de las autoridades del gobierno en el tema de equidad de género.

## CONCLUSIONES

Las mujeres emprenden generalmente un negocio por necesidad, ya sea económica o por necesidad

de autorrealizarse y avanzar en sus carreras profesionales al encontrar un techo de cristal en las organizaciones que le impiden ascender a puestos de mayor jerarquía aun teniendo experiencia y habilidades para ello.

Las mujeres emprendedoras cuentan con menores estudios que los hombres, lo que las pone en desventaja en el momento de dirigir una empresa. Y aun cuando la mujer tuviera mayor capacitación que los hombres, como es el caso de América Latina,



el hecho de no contar con experiencia laboral y /o empresarial previa o formación empresarial (esto debido, entre otras cosas, a que la mujer emprende más joven que el hombre), también las pone en desventaja, lo que se refleja en las diferencias de empresas dirigidas por mujeres, las cuales son más pequeñas y se encuentran en sectores menos rentables, entre otros aspectos.

Las razones por las que el rendimiento de las empresas dirigidas por mujeres es menor que el de las dirigidas por hombres se refieren principalmente a que estas operan en sectores de bajo rendimiento; así también, la aversión al riesgo, por un lado, les impide acceder a financiamiento externo para crecer y, por otro lado, limita su crecimiento. Como consecuencia de buscar un equilibrio entre familia y trabajo, la mujer ocupa menos horas en atender a su empresa, dado que prioriza la calidad de vida sobre la rentabilidad.

La tasa de sobrevivencia de las empresas dirigidas por mujeres es menor que las empresas creadas por hombres, como resultado de la falta de experiencia laboral y empresarial, pues se considera que la experiencia previa es crucial para el éxito de los negocios.

Las emprendedoras se encuentran con mayores obstáculos en el momento de solicitar un financiamiento, debido a que cuentan con menor experiencia, sus empresas son de menor tamaño, tienen pocas relaciones empresariales, la posesión de activos valiosos y propiedades es escasa y hay falta de confianza en las mujeres como dueñas de negocios; por lo que las entidades financieras les solicitan mayores garantías y avales, se les presta montos menores y a tasas de interés más elevadas. Y están a expensas al criterio del evaluador de crédito, quien a la vez tiene prejuicios de género, lo que afecta la imagen de la mujer como empresaria.

En lo que se refiere al tamaño de operación de los negocios dirigidos por hombres y por mujeres, esto se presenta debido a factores como aversión al riesgo, el sector en el que operan y el tamaño de la empresa. Así también, otro de los obstáculos es el llamado "Techo de cemento", concepto que

*Las mujeres emprendedoras cuentan con menores estudios que los hombres, lo que las pone en desventaja en el momento de dirigir una empresa. Y aun cuando la mujer tuviera mayor capacitación que los hombres, como es el caso de América Latina, el hecho de no contar con experiencia laboral y lo empresarial previa o formación empresarial (esto debido, entre otras cosas, a que la mujer emprende más joven que el hombre), también las pone en desventaja, lo que se refleja en las diferencias de empresas dirigidas por mujeres, las cuales son más pequeñas y se encuentran en sectores menos rentables, entre otros aspectos.*

se refiere a que es la propia mujer quien pone limitaciones al crecimiento de la empresa por motivos personales, como, por ejemplo, mantener un equilibrio entre su trabajo y la familia, sin perder el control de la empresa.

A pesar de que la mayoría de los países de América Latina y el Caribe han creado políticas y programas vinculados a las mujeres empresarias, el avance que estas han logrado sobre todo en el aspecto económico no ha sido relevante.

Como se puede ver, existen todavía asimetrías de género en el mundo empresarial, por lo que es necesario que los responsables de diseñar las políticas públicas orientadas a la creación y desarrollo de empresas encuentren el modo de aminorar las barreras que aún persisten y que no han sido fáciles de salvar por parte de las mujeres. En primer lugar, por una cuestión de justicia y equidad de género que implica actuar en congruencia con un entorno cultural, político y económico que brinde las mismas oportunidades a mujeres y hombres y, en segundo lugar, por la importante contribución que representan en la economía de los países las empresas dirigidas por mujeres.

Las implicaciones para futuras investigaciones radican en generar estudios que profundicen la forma en que se podría incluir en los programas de estudio acciones de capacitación empresarial, tendientes a fomentar el emprendimiento en las estudiantes del nivel medio superior y superior. Así como proyectos de investigación que realicen propuestas para que las empresarias conozcan la mejor manera de establecer y ampliar las redes de negocios.

## REFERENCIAS

Al Marzouqi, A.H. & Forster, N. (2011). An exploratory study of the under-representation of emirate women in the United Arab Emirates' information technology sector. *Equality Diversity and Inclusion: An International Journal*, 30 (544-562).

Becerra Manrique, S., Leyva Campuzano, S. y Pérez Cortés, K. (2010). PYMES desde una perspectiva de género: Las mujeres como líderes de la internacionalización de los negocios a través de la creación de redes. Colombia: Universidad Konrad Lorenz, inédito.

BIRF (2010). *Mujeres empresarias. Barreras y oportunidades en el Sector Privado formal en América Latina y el Caribe*. Washington, D.C.: Banco Interamericano de Reconstrucción y Fomento. Banco Mundial.

Bullough, A. M. (2008). *Institutional Factors Affecting Womens Participation in Business Leadership around the Globe*. Florida Atlantic University Thunderbird School of Global Management.

Chinchilla, N., García, N. y Mercadé, A. (1999). *Emprendimiento en Femenino*. Barcelona: Gestión 2000.

Demartino, R. and Barbato, R. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business Venturing*, 18 (6), 815-832.

Díaz García, M. C. y Jiménez Moreno, J.J. (2010). Recursos y resultados de las pequeñas empresas: nuevas perspectivas del efecto género. *Cuadernos de economía y Dirección de la empresa*, 42, 154-76.

EMAKUNDE (2011). *Evaluación de impacto en función del género en emprendimiento y PYMES*. España: Instituto Vasco de la Mujer.

Equal (2010). *Guía para la incorporación de políticas de igualdad de género en las PYMES*. España: Unión Europea.

Ernst & Young (2009). *The Groundbreakers series: driving business through diversity*. USA: EGYM Limited.

Escandón Barbosa, D. M. y Arias Sandoval, A. (2011). *Factores que componen la*

- competitividad de las empresas creadas por mujeres y las relaciones entre ellos. Cuadernos de administración, Bogotá (Colombia), 24 (42), 165-181.
- Espino, A. (2005). Un marco de análisis para el fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de género. Santiago de Chile: Naciones Unidas-CEPAL.
- EY-Fomin (2014). Liberando el potencial de crecimiento de las emprendedoras en Latinoamérica y el Caribe. México: BID, Mancera, S.C.
- Fasci, M. & Valdez, J. (1998). Performance contrast of male and female-owned small accounting practices. *Journal Small Business Management*, 36, 1-7.
- Forética (2011). Igualdad y Responsabilidad Social Empresarial. Guía para PYMES. Madrid: Forética y Secretaría de Estado de Igualdad.
- García, M., García, D. y Madrid, A. (2012). Caracterización del comportamiento de las Pymes según el género del gerente: un estudio empírico. *Cuadernos de Administración*, 28 (47), 37-52.
- GEM (2012). Monitor Global de la actividad emprendedora en México. México: Tecnológico de Monterrey.
- GEM (2013). Global Entrepreneurship Monitor 2012 Women's Report.
- Golnesa Galyani, M. (2010). Information technology and gender gap: toward a global view. *The Electronic Library*, 28 (5), 722-733.
- Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. Santiago de Chile: Naciones Unidas-CEPAL, División de asuntos de género.
- Hernández, C., Camarena, M. (2013). El movimiento feminista en Latinoamérica. Su recorrido y las condiciones de inequidad de género. En: América Latina. Interrogantes y perspectivas. Llambías, W. (coord.) Canadá: York University Bookstore.
- Hernández, C., Camarena, M. (2014). El movimiento feminista en Latinoamérica. Su recorrido y las condiciones de inequidad de género. En: Los nuevos desafíos para América Latina. Economía, equidad, participación y desarrollo. Llambías, W. (coord.) Chile: RIL editores.
- Hernández, C., Camarena, M. y Castanedo, B. (2009). Para las mujeres no todo el poder pero sí todo el trabajo. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Editorial EÓN.
- Hershkovitz, L. (2003). Desarrollo de capacidades relativas a la igualdad de género en el comercio. Una herramienta para la práctica. Canadá: Agencia de desarrollo canadiense.
- Instituto de la Mujer (2011). Los Recursos y resultados empresariales: Una perspectiva de género. España: Instituto de la Mujer.
- Instituto de la Mujer (2011). Los recursos y resultados: Una perspectiva de Género. España: Universidad de Castilla La Mancha.
- Moore, K., Griffiths, M., Richardson, H. & Adam, A. (2008). Gendered futures? Women, the it workplace and stories of the future. *Gender, Work and Organization*, 15, (523-542).
- OECD (2012). Closing the gender gap. Act Now. European Union.
- Piacentini, M. (2013). Women Entrepreneurs in the OECD: Key Evidence and Policy Challenges. OCDE. Social, Employment and Migration Working Papers, No. 147, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/5k43bvtkmb8ven>
- Powers, J. y Magnoni, B. (2010). Dueña de tu propia empresa: Identificación, análisis y

superación de las limitaciones a las pequeñas empresas de las mujeres en América Latina y el Caribe. Washington, D.C.: Fondo Multilateral de Inversiones, BID.

Sánchez, J. y Escolán, R. (2010). Enfoque de género en cadenas de valor. Managua: Cooperación Suiza en América Central.

SELA (2010). Desarrollando mujeres empresarias: La Necesidad de Replantear Políticas y Programas de Género en el Desarrollo de PYMES. Caracas, Venezuela: Secretaría Permanente del SELA.

The Economist Intelligence Unit Limited 2013 (2013). Índice del entorno empresarial para emprendedoras. FOMIN.

Valenzuela, E. (2005). ¿Nuevo sendero para las mujeres? Micro empresa y género en América Latina en el umbral del Siglo XXI. Santiago de Chile: CEM.

Zapata, L., Ríos, C. y Medina, J. (2014). Motivos del emprendimiento empresarial de la mujer y su satisfacción. En: Memorias del XVIII Congreso Internacional de la Academia de Ciencias Administrativas, Tijuana, México, 22-25 de abril.