RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Infomática
ISSN: 2007-5278
mrdemunerf@uaemex.mx
Universidad Autónoma del Estado de México
México

Análisis y Evolución del Emprendimiento Femenino en Latinoamérica

Saavedra García, María Luisa; Briseño Aguirre, Nadia de la Luz; Velázquez Rojas, Karen Gisel
Análisis y Evolución del Emprendimiento Femenino en Latinoamérica
RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Infomática, vol. 11, núm. 32, 2022
Universidad Autónoma del Estado de México, México
Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=637972170001
DOI: https://doi.org/10.36677/recai.v11i32.19391

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Análisis y Evolución del Emprendimiento Femenino en Latinoamérica

María Luisa Saavedra García maluisasaavedra@yahoo.com
Universidad Nacional Autónoma de México, México
Nadia de la Luz Briseño Aguirre
nadia.aguirre1201@gmail.com
Universidad Nacional Autónoma de México, México
Karen Gisel Velázquez Rojas
karengisel@comunidad.unam.mx
Universidad Nacional Autónoma de México, México

RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Infomática, vol. 11, núm. 32, 2022

Universidad Autónoma del Estado de México, México

Recepción: 08 Julio 2022
Aprobación: 22 Agosto 2022

DOI: https://doi.org/10.36677/recai.v11i32.19391

Redalyc: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=637972170001

Resumen: El objetivo de esta investigación fue realizar un análisis de la evolución del emprendimiento femenino en Latinoamérica de 2015 a 2021. Se utilizó un estudio documental tomando como base el Informe *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) para los periodos de 2015 a 2021, se consideraron como variables del estudio la participación de la mujer en el emprendimiento, las actitudes sociales y la influencia en el comportamiento empresarial, y el impacto de las empresas de mujeres. Los principales hallazgos permitieron saber que la participación de las mujeres en el emprendimiento ha ido en aumento, sin embargo, prevalece como principal motivación la necesidad de obtener fuentes de ingresos; así también, las mujeres fueron capaces de percibir oportunidades para emprender, aunque estas se vieron influenciadas por el miedo al fracaso; sigue prevaleciendo la participación mayoritaria de las empresas de mujeres en el sector servicios, siendo importante la creación de mano de obra impulsada por la innovación y uso de tecnología que tuvieron que poner en práctica, como consecuencia de la pandemia COVID-19.

Palabras clave: Emprendimiento, Latinoamérica, Género.

Abstract: The objective of this research was to carry out an analysis of the evolution of female entrepreneurship in Latin America from 2015 to 2021. A documentary study was used based on the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Report for the periods from 2015 to 2021, considering as variables of the study the participation of women in entrepreneurship, social attitudes and influence on business behavior, and the impact of women's businesses. The main findings allowed us to know that the participation of women in entrepreneurship has been increasing, however, the need to obtain sources of income prevails as the main motivation; likewise, women were able to perceive opportunities to undertake, although these were influenced by the fear of failure; The majority participation of women's companies in the service sector continues to prevail, with the creation of a workforce driven by innovation and the use of technology that they had to put into practice, as a consequence of the COVID-19 pandemic, being important.

Keywords: Entrepreneurship, Latin America, Gender.

1. Introducción

El emprendimiento femenino es una de las formas en que las mujeres pueden alcanzar el empoderamiento económico, tal como lo demuestran los estudios de Alvarado, Morales y Ortíz (2020) y Rojas, Tapia y Herrera (2021); sin embargo, en esta actividad las empresarias encuentran muchas barreras entre las que se pueden mencionar la persistencia de normas sociales que demeritan y ponen limitaciones al trabajo de las mujeres,

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

pues en algunos países se aún los hombres no aprueban que las mujeres deben ocuparse laboralmente, aunque tengan preparación para ello. Las desigualdades en términos legales y normativos también se encuentran presentes, y esto se pone en evidencia cuando se reconoce que 155 países cuentan con al menos una ley donde las mujeres tienen menos derechos económicos que los hombres; también, siguen existiendo desigualdades en términos jurídicos y reglamentarios; tampoco se cuenta con políticas públicas diferenciadas, pues no se reconoce que el impacto de las políticas económicas afectan de modo distinto a mujeres y niñas (Rodhes, Harvey y Parvez, 2017). Aunado a esto, Terjesen y Amorós (2010) dan cuenta que, en Latinoamérica, a pesar de que la participación femenina en el emprendimiento es más elevada que en otras regiones del mundo, las diferencias de género siguen siendo importantes sobre todo al momento de empezar, las oportunidades e incentivos son desfavorables para las mujeres aun cuando posean las capacidades y conocimientos suficientes.

Nava y Londoño (2013) refieren que las mujeres tienen motivaciones intrínsecas y extrínsecas para emprender, entre las intrínsecas predominaron la motivación personal y profesional, impulsadas por un deseo de superación e independencia, mientras que, en las motivaciones extrínsecas, emprenden debido a que ellas no le dan importancia a la búsqueda de éxito o reconocimiento, sino que buscan realizar una actividad económica para cubrir sus necesidades básicas.

El objetivo de esta investigación es realizar un análisis del emprendimiento femenino en Latinoamérica de 2015 a 2021, con el fin de conocer cuál ha sido su evolución, aportación y las barreras que siguen enfrentando, las mujeres que deciden emprender en esta región. Para alcanzar este propósito se muestra el desarrollo de este trabajo en tres apartados principales, la Revisión de la literatura, el método y los resultados, incluyendo finalmente las conclusiones del estudio.

2. Revisión de la Literatura

Este apartado muestra un breve desarrollo de la participación de la mujer en el emprendimiento, las actitudes sociales y la influencia en el comportamiento empresarial, y el impacto de las empresas de mujeres.

2.1 Participación de la mujer en el emprendimiento

Para emprender se necesita contar con aptitudes que generen un modo de pensar que fomente el liderazgo, la flexibilidad y la autoconfianza (Rojas et al., 2021). Samaniego (2017) encontró que en Ecuador es mayor la proporción de mujeres que emprenden por necesidad comparado con los hombres. Así también, Camarena y Saavedra (2017), en una muestra de empresarias de la Ciudad de México, validaron que el 26% emprendieron por necesidad económica, el 18% por necesidad de autorrealizarse, mientras que el 15% lo hicieron por herencia familiar, el 12% por obtener independencia económica y solo el 8% por aprovechar

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

una oportunidad del mercado. En lo que se refiere a la autorrealización y la independencia económica, Bernat, Lambardi y Palacios (2017) descubrieron una relación significativa entre estas motivaciones y la actividad emprendedora. Sin embargo, también concluyeron que ser mujer reduce a la mitad las probabilidades de emprender con referencia a los hombres, explicando esta brecha de género por dos factores importantes, el acceso a recursos y la tolerancia al riesgo.

Por su parte, Paredes, Leal y Saavedra (2019) señalaron que las mujeres emprendedoras son impulsadas por factores de empuje, es decir por lograr la sobrevivencia familiar, más que por aprovechar una oportunidad en el mercado, así los motivos fueron: el apoyo al ingreso familiar, la necesidad económica y la búsqueda de un equilibrio entre familia y trabajo, coincidiendo con Akehurst, Simarro y Mas (2012) quienes refirieron que en las mujeres predomina una motivación de carácter intrínseco trascendental, que las motiva contar con un trabajo flexible para compaginar su vida laboral con el trabajo del hogar y la familia.

En cuanto a la motivación para emprender un hallazgo relevante del contexto latinoamericano, reportado por Bernat et al. (2017), sugirió que quienes cuentan con bajos niveles de estudios se convierten en emprendedores por necesidad, mientras que los que cuentan con estudios más elevados emprenden para aprovechar las oportunidades. Por su parte, Weiler y Bernaseck (2001) afirmaron que las mujeres emprenden para escapar de un mercado laboral discriminatorio donde encuentran un "techo de cristal", lo cual resultó coincidente con Li, Yang, Qi, Sun y Geng (2021), quien refirió que las personas emprenden por insatisfacción laboral, ocasionado por la falta de legitimidad empresarial.

En la etapa temprana de actividad empresarial, cuando las mujeres inician una empresa existen ciertos factores que pueden darle impulso a su iniciativa entre los que se encuentran el tipo de apoyo económico recibido, que incide en la motivación, así como, iniciar su emprendimiento de modo individual e independiente influye positivamente, al sentirse capaces de hacerlo por sí mismas. La edad a la que las mujeres emprenden un nuevo proyecto empresarial también influye tanto en el carácter emprendedor de las mujeres, como en los obstáculos a los que se enfrentan y en el éxito empresarial; caso contrario, las mujeres empresarias que inician empresas más grandes y las que comenzaron utilizando préstamos familiares tienden a tener más éxito (Akehurst et al., 2012).

Terjersen y Amorós (2010), sugirieron que los formuladores de políticas públicas deben fomentar el espíritu empresarial femenino, en particular basado en oportunidades, brindando incentivos para que las mujeres inicien empresas de alto valor agregado que puedan ser productivas.

En las empresas y establecidas, es decir, las empresas que iniciaron su consolidación, y no están solo procurando la sobrevivencia, procuran establecer metas más ambiciosas, en este sentido, Camarena y Saavedra (2017) encontraron que las mujeres empresarias, seleccionaron como metas principales: autosuficiencia financiera, ser líder en el mercado y expandir el negocio. Esto resulta interesante pues Akehurst et al. (2012)

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

sugirieron que la expansión y el financiamiento influyen en el desempeño de las empresas creadas por mujeres, impulsando su éxito.

En cuanto a la sobrevivencia empresarial, el 32% de las empresarias en México atribuyeron el cierre de su empresa a la falta del conocimiento del mercado, el 26% a la mala administración del negocio, el 15% señalaron problemas con los socios y el 23% a la disponibilidad de tiempo, esto último, se encuentra ligado a la inequitativa carga de trabajo no remunerado que recae en la mujer (IMCO, 2021). A este respecto, Ruback (2020) afirmo que las normas y roles culturales son capaces de provocar presiones que obligan a las mujeres a abandonar el desarrollo del negocio y los programas de apoyo y aceleración empresarial; debilitándose así la probabilidad de cerrar la brecha existente entre hombres y mujeres que son propietarios de empresas (Ordoñez, Castillo y Rodríguez, 2021); por consiguiente, se debe involucrar a los hombres como aliados e impulsores del desarrollo empresarial de las mujeres. Coincidiendo con lo anterior, Saavedra (2017) refirió que las empresas propiedad de mujeres presentan menores tasas de supervivencia, lo cual se debe a la falta de experiencia, el bajo nivel educativo y la dedicación de menos horas a su empresa, dado su rol de esposas y madres.

2.2 Las actitudes sociales y la influencia en el comportamiento empresarial de las mujeres

En lo que se refiere a los conocimientos para emprender, las mujeres inician sus empresas sin experiencia previa, de ahí la razón por la que no capitalizan conocimientos empresariales para emprender, aunado a las limitaciones que muestran en el uso de tecnologías, pues, Camarena y Saavedra (2017) comprobaron que las empresarias, el 57% usan correo electrónico, el 27% tiene página web y sólo el 16% usan sistemas integrados de información. También, resultan interesantes los hallazgos de Lämsä, Vehkaperä, Puttonen y Pesonen (2008) donde las mujeres estudiantes de áreas negocios estaban más a favor del modelo de partes interesadas y de las responsabilidades éticas, ambientales y sociales de las empresas en comparación con sus homólogos hombres, lo cual influye al momento de emprender.

La capacidad para reconocer oportunidades aumenta la probabilidad de emprender, sin embargo, es bajo el porcentaje de empresarias en el contexto latinoamericano que emprenden para aprovechar una oportunidad del mercado (Camarena y Saavedra, 2017), puesto que la mayoría lo hace por necesidad económica principalmente. Aunado a lo anterior, se encontró la barrera de la percepción de capacidades, pues, algunos autores afirmaron que las mujeres rechazan dedicarse a la actividad de emprendimiento porque perciben que les faltan habilidades para ser empresarias, o que poseen menos autoconfianza en profesiones tradicionalmente masculinas (Red Emprendía, 2015). Esto se debería a que algunos estudios como el de Surdez y Aguilar (2013) determinaron que el nivel de estudios de las empresarias es menor al de los empresarios, en el nivel de licenciatura, en este sentido, Saavedra (2017) señaló que

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

las empresas dirigidas por mujeres con mayor educación son las que logran expandir su mercado, reportan mayor productividad e identifican oportunidades para emprender, por lo que es importante impulsar mayores niveles de estudios en las mujeres, como es el caso de la Ciudad de México donde las mujeres empresarias que reportaron nivel de estudios de Licenciatura alcanzaron el 36% (Camarena y Saavedra, 2017). Por otra parte, también se encontró que el área de estudios, que prevalece en las mujeres generalmente tiene relación con los cuidados (educación, enfermería, etc.), a diferencia de los hombres que están en áreas que tienen que ver con la ciencias y tecnologías, que son más propensas a innovar (Camarena y Padilla, 2017).

Por su parte, Nava y Londoño (2013) refirieron que características como la capacidad para asumir riesgos, conocimiento del negocio, disciplina y responsabilidad enérgica y diligente se consideraron muy importantes, por parte de las empresarias. Seguidas por la autoconfianza y optimismo y mentalidad independiente, tenacidad y capacidad de decisión, capacidad para identificar oportunidades de negocios y capacidad para tomar la iniciativa. Coincidiendo con lo anterior, Surdez y Aguilar (2013) encontraron que las empresarias presentaron puntuaciones más elevadas que sus homólogos varones en autoconfianza, trabajo arduo y autodisciplina, mientras que los empresarios presentaron puntuaciones más elevadas en capacidad de negociación, creatividad y liderazgo.

Sin embargo, Camarena y Padilla (2017) refirieron que las mujeres prefieren un estilo de dirección orientado a las necesidades, y de atención a sus colaboradores, ejerciendo la empatía y buscando la colaboración de todo el equipo de trabajo. Complementando lo anterior, Camarena y Saavedra (2017) dieron cuenta que las empresarias perciben que cuentan con capacidades como tomar decisiones (92%), innovar o crear (84%), adaptación a los cambios (84%), detección de oportunidades (82%), hacer frente a los cambios del entorno (82), dirigir (82%) y tomar riesgos calculados (71%), esto último resulta relevante toda vez que Bernat et al. (2017), afirman que una elevada tolerancia al riesgo aumenta la probabilidad de ser empresario.

Con respecto al miedo al fracaso, las investigaciones de Saavedra, 2017 y IMCO, 2021, coincidieron en señalar, que las mujeres tienen una aversión al riesgo más elevada que los hombres, en el ámbito de las decisiones financieras y empresariales, como consecuencia toman decisiones con mayor cautela, lo cual implica temor al fracaso. Lo anterior, puede ser una desventaja al momento de necesitar un crédito, estableciendo una barrera que hace que las empresarias permanezcan en sectores tradicionales, de poca innovación y rentabilidad, por otra parte, puede ser una ventaja cuando se busca asegurar la estabilidad del negocio y mantener finanzas sanas. Lo anterior, se encontraría asociado a la poca experiencia previa con el que las empresarias inician sus negocios, pues Surdez y Aguilar (2013) y Saavedra (2017), refieren que una alta proporción de empresarias inician sus negocios sin experiencia laboral ni empresarial, lo que resulta preocupante puesto que es en estos ámbitos, donde se

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

adquiere conocimientos y contactos que resultan útiles al momento de iniciar una empresa. Lo anterior, se puede relacionar con los recursos con los que emprende la empresaria, los cuales principalmente provienen de sus ahorros de allí entonces, también, el tamaño pequeño de sus empresas (Camarena y Padilla, 2017).

2.3 El impacto de las empresas de mujeres

De acuerdo con Ruback (2020), en la economía mundial ya se han contabilizado más de 28 millones de pequeñas empresas que se encuentran en crecimiento, con un impacto importante en los países y regiones a través de la generación de empleos y medios de vida a poblaciones desprotegidas, calculándose además que la tercera parte son propiedad de mujeres. La relevancia de estos datos es que existen regiones donde incluso el ritmo de creación de empresas lideradas por mujeres es superior al de los hombres (Ojeda, Mul y Saavedra, 2019), y así también, las mujeres empresarias invierten sus utilidades en la salud y educación familiar, garantizando así un capital humano que impulsará el crecimiento económico futuro (Carranza y Saavedra, 2017), y que será capaz de generar un cambio social (Alkhaled y Berglund, 2018).

La elección del sector es un aspecto que más diferencia a las empresas de hombres y mujeres, tiene impacto en el tamaño de sus empresas, innovación e internacionalización (Red Emprendía, 2015). A este respecto Surdez y Aguilar (2013) y Paredes et al. (2019), confirmaron que las empresarias inician sus empresas con un capital menor a las empresas de hombres, los cuales iniciaron con el doble del monto que reportaron las mujeres, aspecto que implica una limitación para acceder a sectores de alta rentabilidad los cuales son intensivos en capital. Así también, Saavedra (2017) señaló que las mujeres se concentran en el sector comercio principalmente y se encuentran sobrerrepresentadas en negocios muy pequeños, incipientes y de baja productividad.

Es así como, la creación de empleos en las empresas de mujeres es muy discreta puesto que su dimensión no le permite contar con más de 5 empleados en el mejor de los casos (Red Emprendía, 2015), lo anterior, coincidió con los estudios realizados por Conroy y Weiler (2016), donde se obtuvo como resultados que las empresas de hombres generaron seis veces más empleo que las empresas de mujeres, lo que indicaba que si bien es cierto su aportación a la generación de empleos es menos importante, su aportación radica en la mejora de la economía y nivel de vida de su familia.

Por su parte, Ruoslahti (2020), señaló que la innovación es la creación original y reinvención de ideas, de este modo, las mujeres deben capacitarse para identificar oportunidades de mejora en los productos o servicios ya existentes, o crearlos de acuerdo con las necesidades del mercado, donde surge como consecuencia de cambios inesperados (tecnológicos, de mercado, etc.), percepciones y nuevos conocimientos que deben ser adaptados a nuevas formas de operar un emprendimiento asertivo. En este sentido, Ordoñez, et al. (2021) refirieron que la innovación se debe integrar al emprendimiento para fomentar el

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

empoderamiento femenino, lo cual puede generar un sentimiento de seguridad y supervivencia personal. Una limitante para lograr esto según Saavedra (2017) es la ignorancia tecnológica que se presenta como obstáculo para que las empresarias realicen innovaciones, aunado a la falta de asesoría técnica especializada, lo que las orilla hacia sectores artesanales de baja productividad.

Consecuentemente las limitaciones para la internacionalización de las empresas de mujeres se encuentran relacionadas con la aversión al riesgo, la falta de innovación y desarrollo tecnológico, la falta de capital, el sector y su menor dimensión (Red Emprendía, 2015).

3. Método

Se realizó un trabajo descriptivo, puesto que se consideraron las variables que caracterizan al emprendimiento femenino, longitudinal dado que el estudio abarca desde 2013 hasta 2021. Los datos se recuperaron de los informes de Emprendimiento Femenino que publica el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de los años 2013-2014, 2015-2016, 2018-2019, 2020-2021, es decir abarcaron cuatro informes.

Las variables del estudio se encontraron establecidas en los reportes GEM, las cuales fueron: la participación de la mujer en el emprendimiento, las actitudes sociales y la influencia en el comportamiento empresarial de las mujeres y, el impacto de las empresas de mujeres, las dimensiones y autores que las fundamentan, se muestran en la tabla 1.

Tabla 1. Variables de la investigación

Variable	Dimensiones	Autores
Participación de la mujer en el emprendimiento	Intención de emprendimiento Etapa temprana de actividad empresarial Etapa de actividad empresarial establecida Cierre de empresas	Weiler y Bernaseck (2001), Terjersen y Amorós (2010), Akehurst et al. (2012), Samaniego (2017), Bernat et al. (2017), Paredes et al. (2019), Ruback (2020), IMCO (2021), Rojas et al. (2021), Li et al. (2022).
Las actitudes sociales y la influencia en el comportamiento empresarial de las mujeres	Conocimientos para emprender Percepción de oportunidades Percepción de capacidades Miedo al fracaso	Nava y Londoño (2013), Surdez y Aguilar (2013), Red Emprendía (2015), Camarena y Saavedra (2017), Camarena y Padilla (2017), Bernat et al. (2017), Saavedra (2017), IMCO (2021),
El impacto de las empresas de mujeres	Sector Creación de empleos Innovación Internacionalización	Surdez y Aguilar (2013), Red Emprendía (2015), Conroy y Weiler (2016), Saavedra (2017), Ojeda et al. (2019, Paredes et al. (2019), Ruback (2020), Ordoñez et al. (2021)

Fuente: Elaboración propia con base en los autores citados.

Fuente: Elaboración propia con base en los autores citados.

4. Resultados

A través del análisis longitudinal, se elaboraron gráficas de tendencia que permitieron visualizar el comportamiento de las variables por los periodos

estudiadas. Los resultados se presentan en tres apartados, considerando las dimensiones más importantes. Por razón de espacio se presentan sólo las gráficas que resultaron de las tablas que fueron elaboradas para realizar este análisis.

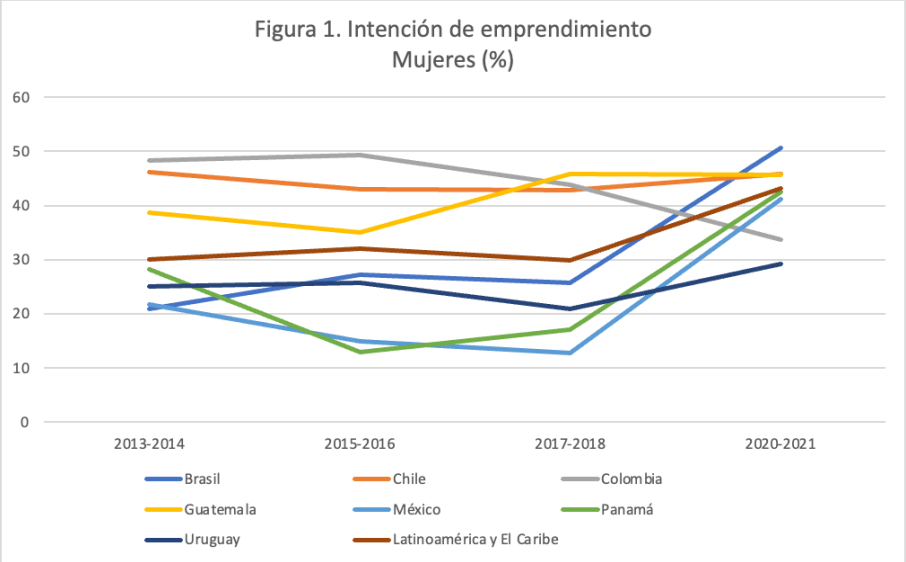
4.1 Participación de la mujer en el emprendimiento

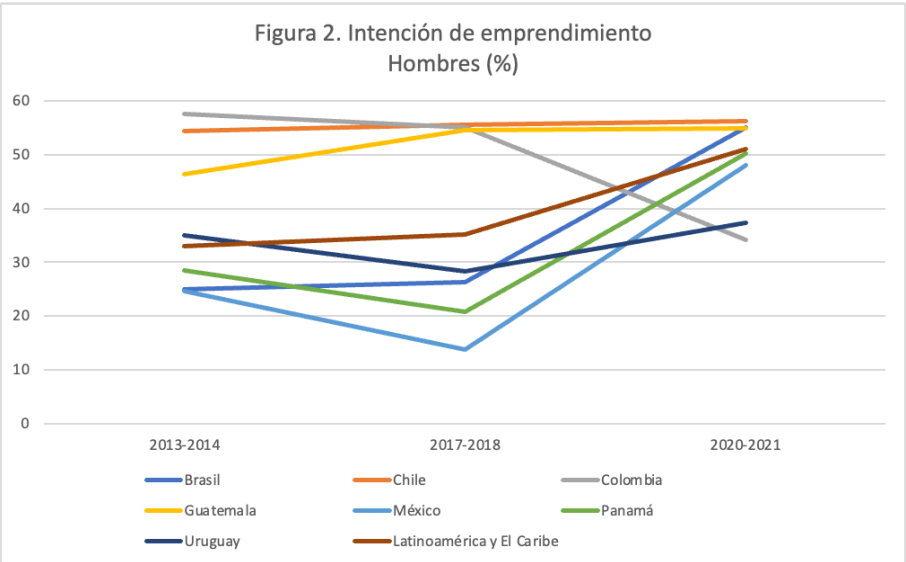
4.1.1 Intención de emprendimiento

La intención emprendedora mide los deseos que impulsan a las mujeres para iniciar un negocio, así se tiene que en el periodo analizado, todos los países en el periodo anterior a la pandemia (2017-2018), habían disminuido su intención emprendedora (-10.06%) con excepción de Guatemala y Panamá, en comparación con el ciclo correspondiente a la etapa de pandemia (2020-2021), donde es posible observar que la mayoría de países presentaron un incremento en la intención emprendedora femenina, excepto Colombia donde se ve una disminución de -23.06% de un periodo a otro (Ver figura 1).

Esto podría adjudicarse a la ausencia de fuentes de empleo formales, debido a que la mayor proporción de mujeres empleadas se concentraron en el sector servicios, y durante la etapa de pandemia este fue uno de los sectores más afectado debido a las medidas de confinamiento (Fischer y Méndez, 2021), representando mayores tasas de desempleo especialmente de las mujeres, por lo que estas optaron por buscar alternativas a través del emprendimiento (IMCO, 2021); como consecuencia la tendencia es ascendente (85.62%) para el periodo 2020-2021. Con relación a los hombres ocurrió algo similar, fue durante el periodo 2020-2021, es decir, durante la etapa pandémica es donde se observó un incremento importante en la intención emprendedora de los hombres (89.2%), excepto en Colombia, posiblemente también, como respuesta al desempleo o a las medidas tomadas en muchas organizaciones, como reducir jornadas laborales o salarios (Fischer y Méndez, 2021), las cuales orillaron tanto a hombres como a mujeres a optar por el emprendimiento (Ver figura 2).

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto





Congruente con lo anterior, en el período 2020-2021, se observó un incremento (253.58%) en todos los países de Latinoamérica incluidos en la muestra, respecto a la tasa de mujeres que emprendieron por necesidad, dado que el emprendimiento no solo significa autoemplearse, sino también mejorar su autonomía económica y aportar ingresos al hogar, especialmente en un periodo donde se recrudecieron las condiciones económicas para muchas familias (IMCO, 2021; CEPAL, 2021) (Ver figura 3). Por otra parte, la tasa de emprendimiento de las mujeres por oportunidad en el periodo 2017-2018 mostraban una tendencia estable o en ascenso para todos los países, tendencia que cambia notablemente, durante el período correspondiente a la emergencia sanitaria (2020-2021), al reportar una tasa descendente (-23.20%) en la mayoría de los países exceptuando Guatemala y Panamá (Ver figura 4). En la figura 5, se muestra la comparación entre las tasas de emprendiendo de las mujeres por necesidad y por oportunidad en México, para los períodos 2015-2016 y 2017-2018 el emprendimiento por oportunidad

mantenía tasas más elevadas, mostrando así la capacidad de las mujeres para encontrar oportunidades de negocio, sin embargo, es el último periodo (2020-2021) cuando estas tasas se invierten, siendo la principal motivación de las emprendedoras la necesidad y no la oportunidad de emprendimiento, por razón de la crisis sanitaria ocasionada por la COVID 19.

Figura 3. Emprendimiento por necesidad
Mujeres (%)

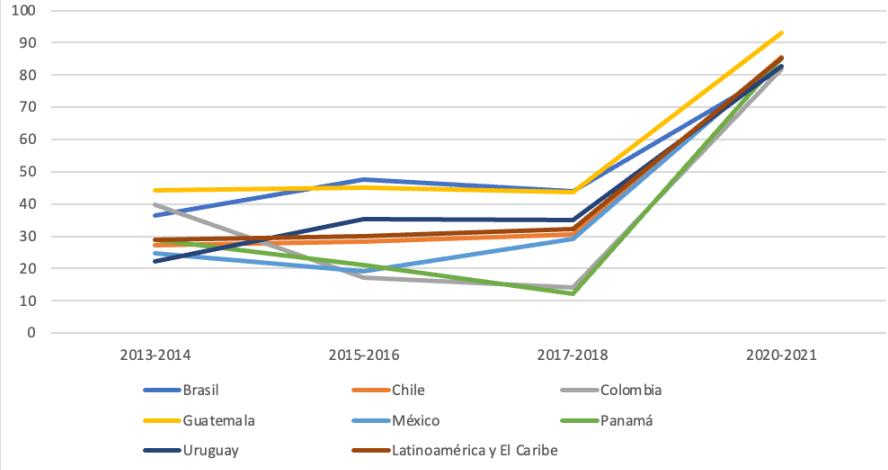
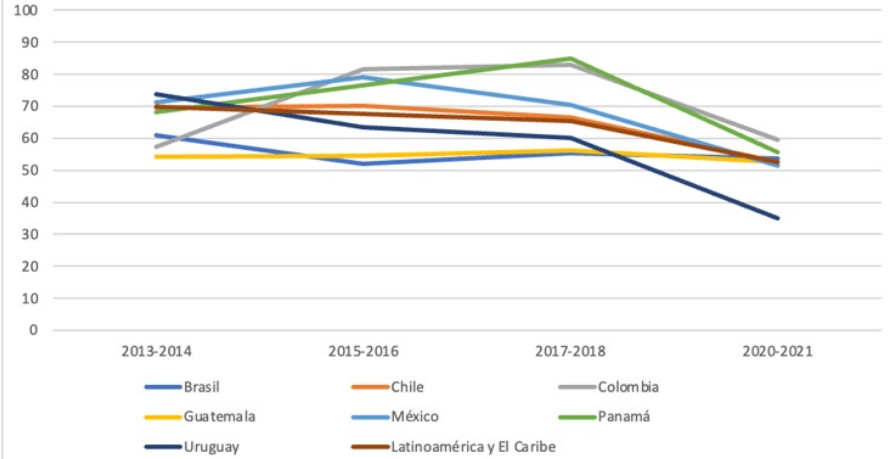


Figura 4. Emprendimiento por oportunidad
Mujeres (%)



De 2017-2018 hubo un incremento en el número de hombres y mujeres que conocían personalmente a un emprendedor (figuras 6 y 7), en el caso de México, durante el periodo pandémico las mujeres presentan un aumento (9.81%) respecto a los emprendedores que conocen, esto podría deberse a que fue en este periodo, en que las mujeres comenzaron a optar por emprendimientos informales, para compra y venta de productos a través de redes sociales, lo que les permitío estar al pendiente de sus negocios las 24 horas del día los 7 días de la semana, atendiendo a clientes y proveedores a través de la web, por lo que el nivel de exposición fue mayor y se le facilitó conocer a un emprendedor o emprendedora (IMCO, 2021).

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

En el periodo pandémico (2020-2021) la tendencia siguió su secuencia al aumento, probablemente impulsado por el uso de las redes sociales que permitieron la conectividad remota, y la realización de negocios entre empresarios que se encontraban geográficamente lejos, excepto en el caso de Panamá.

Figura 6. Conoce personalmente a un emprendedor
Mujeres (%)

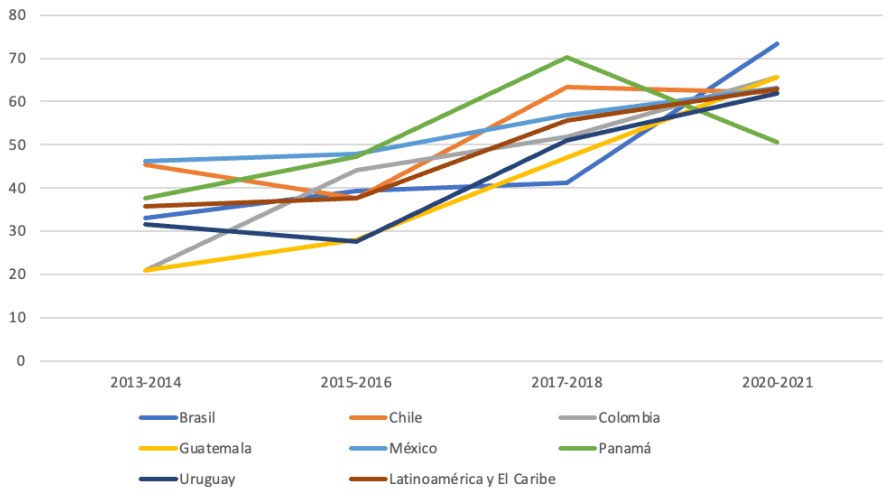
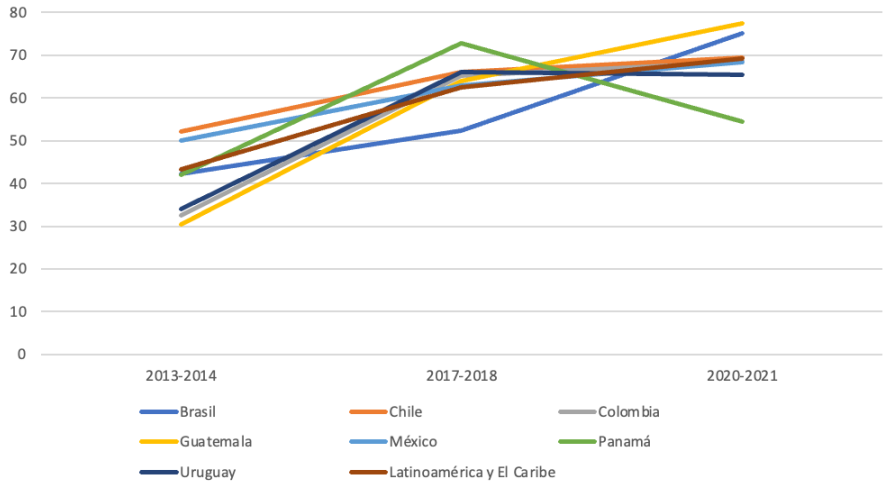


Figura 7. Conoce personalmente a un emprendedor
Hombres (%)



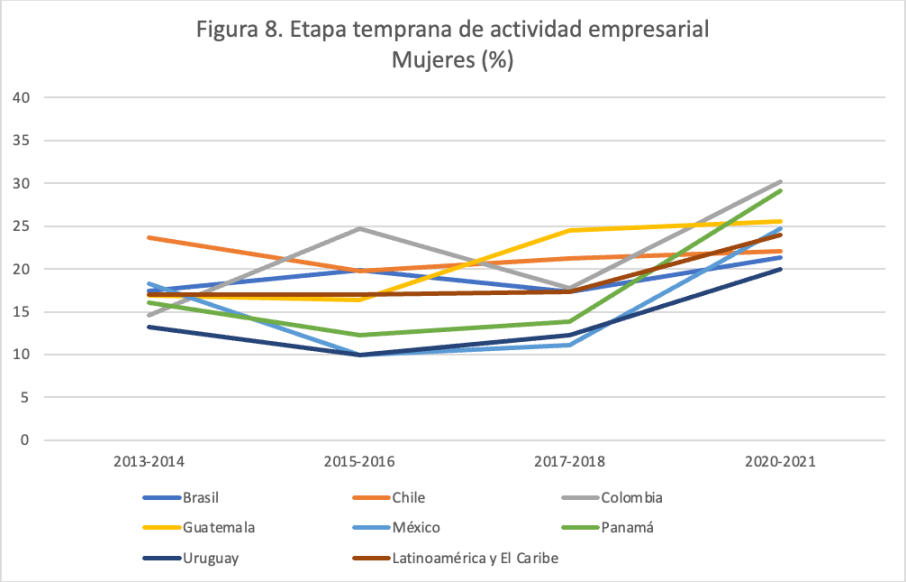
4.1.2 Etapa temprana de actividad empresarial

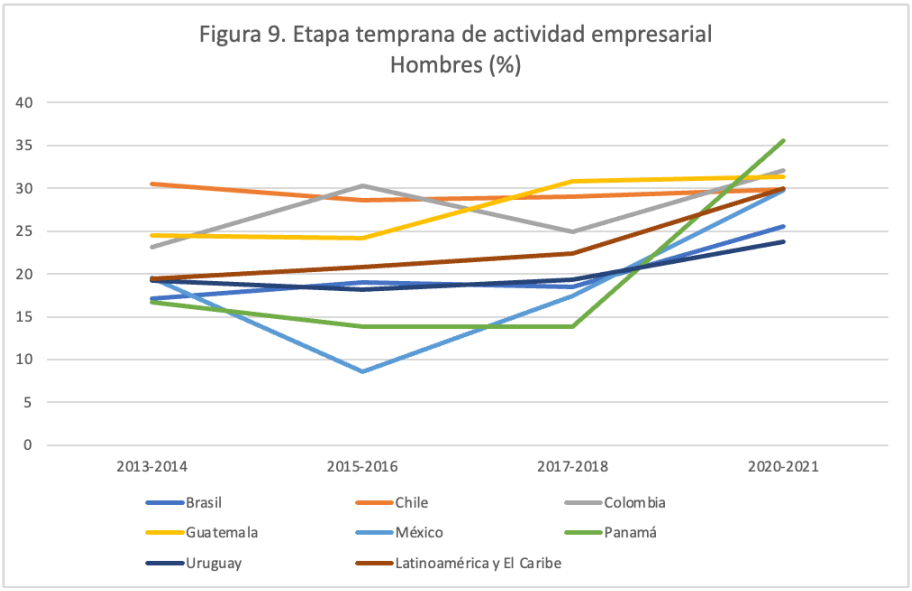
Es importante conocer que la etapa temprana de emprendimiento o TEA, mide el porcentaje de la población adulta en el proceso de iniciar un negocio o que recientemente inicio uno, y tiene menos de 42 meses de actividades (GEM, 2014). Así pues, para el periodo 2017-2018 la tendencia de la TEA de las mujeres permaneció relativamente estable, excepto Guatemala el cual tuvo un incremento de 49.39% y Colombia un decremento del -27.94% y, sin embargo, para el periodo de pandemia

todos los países presentan tendencia al alza en un 56.51% (Ver figura 8). Considerando que los resultados reflejados en la figura 3, permiten saber que la mayoría de los emprendimientos se realizaron por necesidad, por lo que se podría inferir que esto sucedió posiblemente como reflejo no solo de que el trabajo por cuenta propia fue una opción flexible para quienes ejecutan una mayor cantidad de tareas no remuneradas, como las mujeres, sino también, podría ser un signo de subocupación, pues de acuerdo con datos del IMCO (2021) del total de emprendedoras, 14% está subocupada y dedica a su trabajo un promedio semanal de 42.7 horas, para quienes operan en sector formal y 29.5 horas en la informalidad.

Lo anterior, implica que las mujeres que no trabajaban y vieron el desempleo de sus parejas decidieron emprender para complementar los ingresos familiares, encontrando en este una oportunidad en un contexto con recorte de salarios y cierre de empresas, incluyendo un aumento en las tareas de cuidado, así como, la carencia de flexibilidad de las políticas laborales que impidió combinar la vida personal y laboral (IMCO, 2021; CEPAL, 2021).

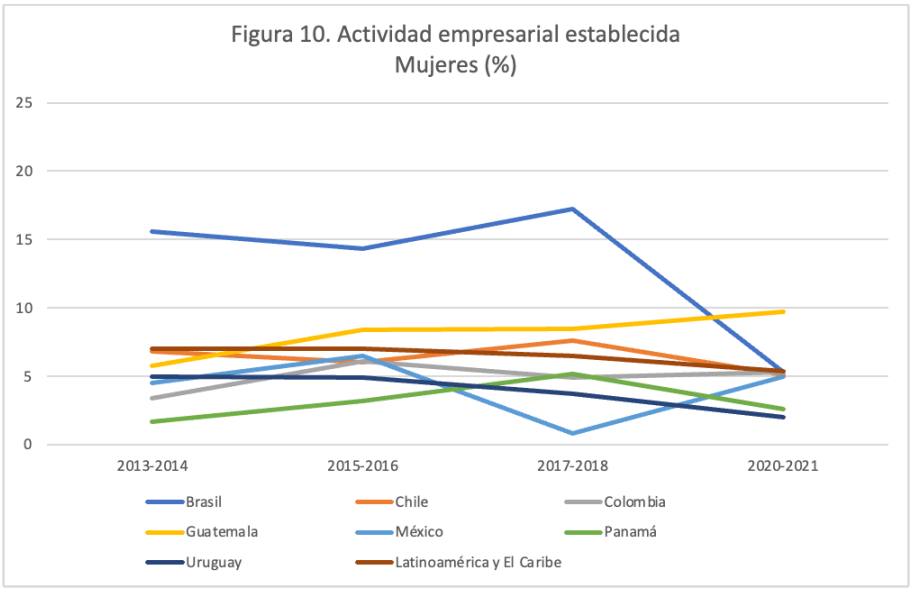
En el caso de los hombres, la TEA de los periodos 2015-2016 y 2017-2018 para todos los países tuvo una tendencia relativamente estable, excepto para México el cual presentó una tendencia ascendente que se mantuvo hasta el último periodo analizado (2020-2021), de igual forma Panamá y el resto de los países tuvieron una tendencia ascendente (46.30%) para este último periodo pandémico en el que posiblemente el emprendimiento fue la alternativa para subsanar las complicaciones presentadas en el ámbito laboral (Kantis, Federico e Ibarra, 2021; CEPAL, 2021) (Ver figura 9).

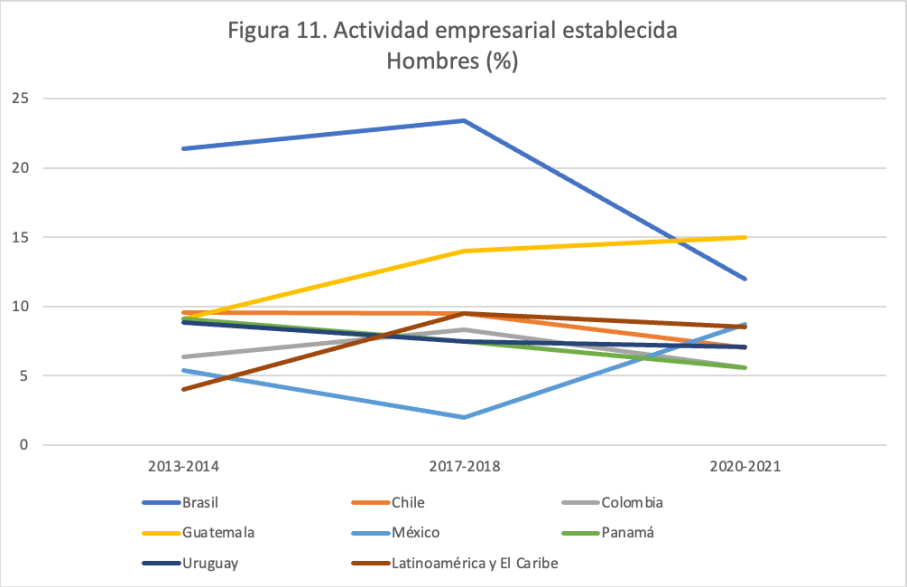




4.1.3 Etapa de actividad empresarial establecida

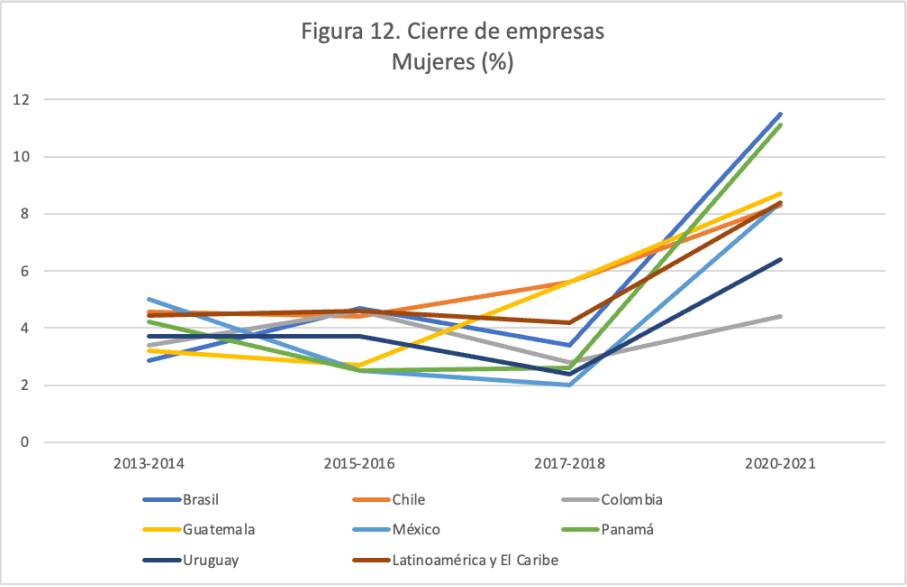
La etapa de actividad empresarial establecida se refiere a emprendedores cuyas empresas han pasado la etapa naciente de emprendimiento y tienen más de 42 meses de actividades. En el periodo 2017-2018 en todos los países hubo una tendencia relativamente estable para hombres y mujeres (Ver figuras 10 y 11), excepto para Brasil y México, donde el primero mostró un incremento y el segundo un decremento notable. En el caso de México para el periodo 2020-2021 se mostró un ascenso en la tendencia general (430.42%) lo que implicaría que las empresas pudieron defenderse en la etapa pandémica (Kantis et al., 2021).

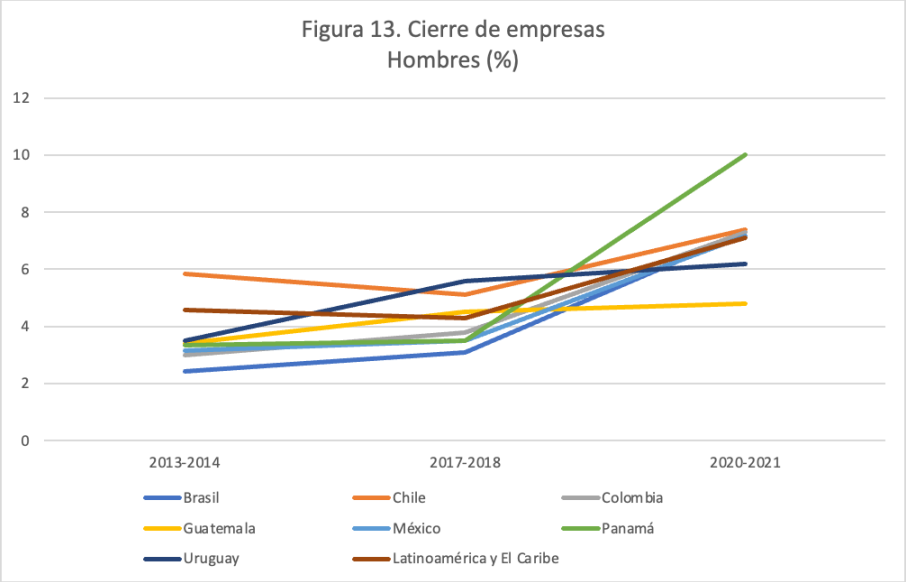




4.1.4 Cierre de empresas

Este indicador muestra las tasas de los emprendedores que por cualquier motivo (personal, venta, financiero, mercado, salud, fracaso empresarial, fallecimiento, etc.) en los últimos 12 meses decidieron salir de una o más actividades empresariales en las que estuvieron involucrados; durante el último periodo correspondiente al 2020-2021 en el cual la emergencia sanitaria tuvo un impacto especialmente duro para los emprendedores (CEPAL, 2021; Fischer y Méndez, 2021), como consecuencia, en las figuras 12 y 13, se presentó un incremento (128.08%) de empresas propiedad de hombres y mujeres que cerraron en todos los países, lo cual demuestra el devastador impacto de la pandemia en las empresas de la región.





4.2 Las actitudes sociales y la influencia en el comportamiento empresarial de las mujeres

4.2.1 Conocimientos para emprender

Respecto al nivel de estudios de licenciatura, las emprendedoras de Uruguay y Chile mostraron un descenso en la tendencia para el periodo de 2013-2014 al 2017-2018, por el contrario, Colombia y México mostraron tasas ascendentes para el mismo periodo, sin embargo, durante la transición al periodo 2020-2021 en todos los países hubo un decremento importante del -76.50% (Ver figura 14). Este mismo fenómeno se observa en el caso de los emprendedores donde, durante el periodo pandémico (2020-2021), presentaron una caída marcada en sus niveles de formación superior de un -68.67%, probablemente como una respuesta al desempleo durante la crisis sanitaria (Ver figura 15); como consecuencia de no tener como subsistir por falta de empleo de ellos o sus familiares, muchos estudiantes de nivel superior abandonaron por completo sus estudios para generar ingresos y subsistir (Alcántara, 2020)

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Figura 14. Emprendedoras con estudios de licenciatura (%)

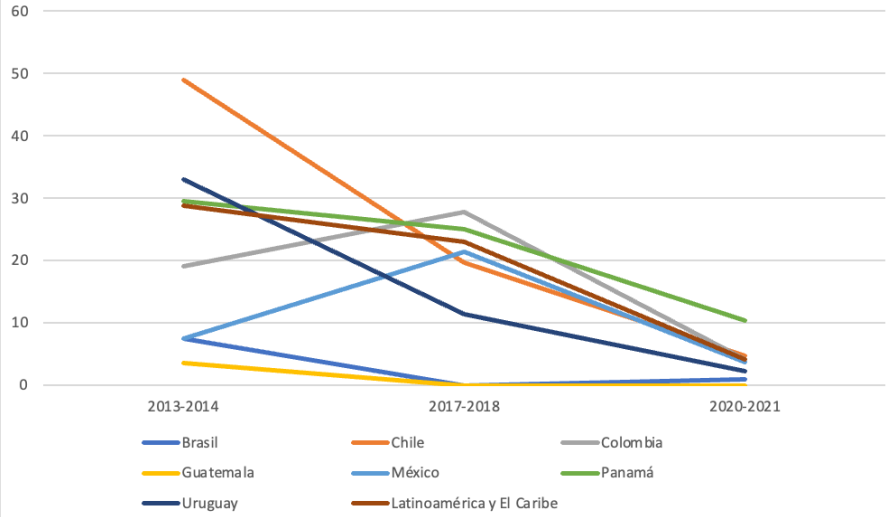
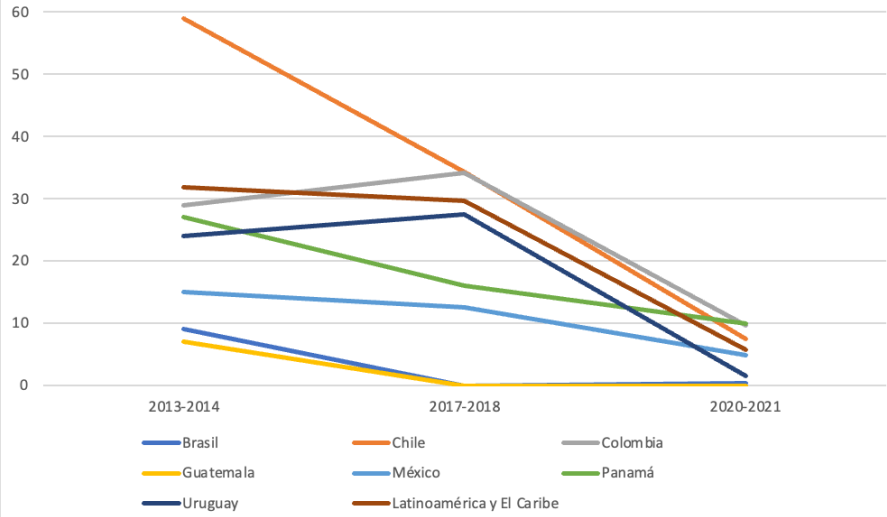


Figura 15. Emprendedores con estudios de licenciatura (%)



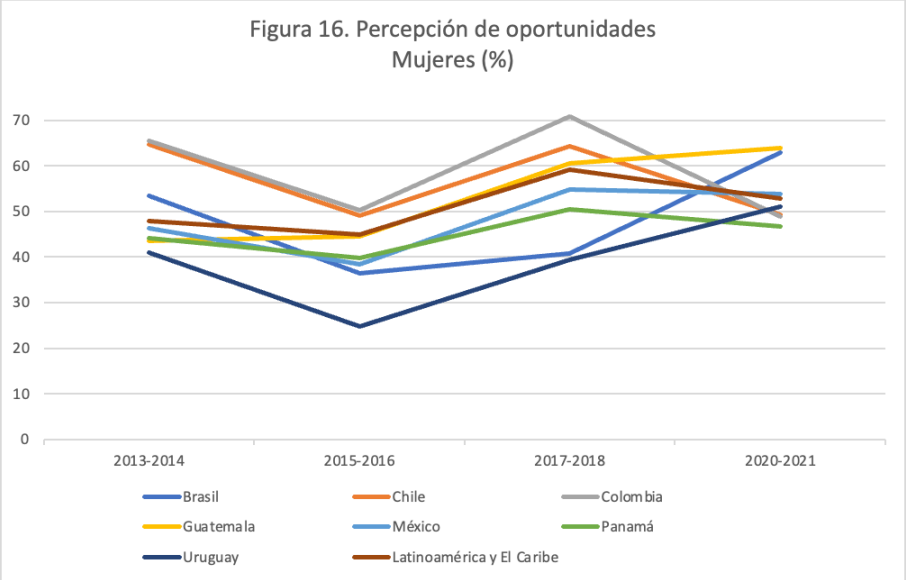
Nota: No estuvieron disponibles los valores para Brasil en el periodo 2017-2018, y para Guatemala en los periodos 2017-2018 y 2020-2021, por lo que se colocó cero.

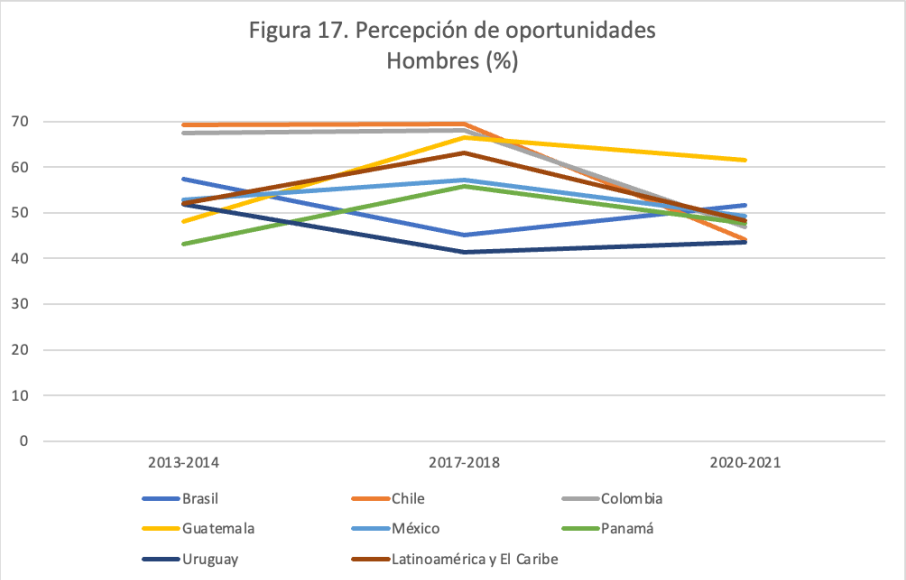
4.2.2 Percepción de oportunidades

La percepción de oportunidades para las mujeres mostró un incremento (35.48%) a partir del periodo 2015-2016 al periodo 2017-2018, mientras que para el periodo siguiente (2020-2021) presentaron una tendencia creciente Uruguay (29.70%) y Brasil (54.55%), en tanto que Chile (-23.45%) y Colombia (-31.03%) mostraron una tendencia decreciente, en cambio México, Panamá y Guatemala permanecieron relativamente estables (Ver figura 16). En el caso de los hombres la mayoría de los países mostraron tasas decrecientes (-20.63%) para el periodo 2020-2021, a excepción de Brasil (14.38%) y Uruguay (5.57%) que tienen tasas

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

crecientes mínimas mostrando para este último periodo la resiliencia de los emprendedores para mantener a flote sus empresas pese a las condiciones adversas (Kantis et al., 2021) (Ver figura 17).

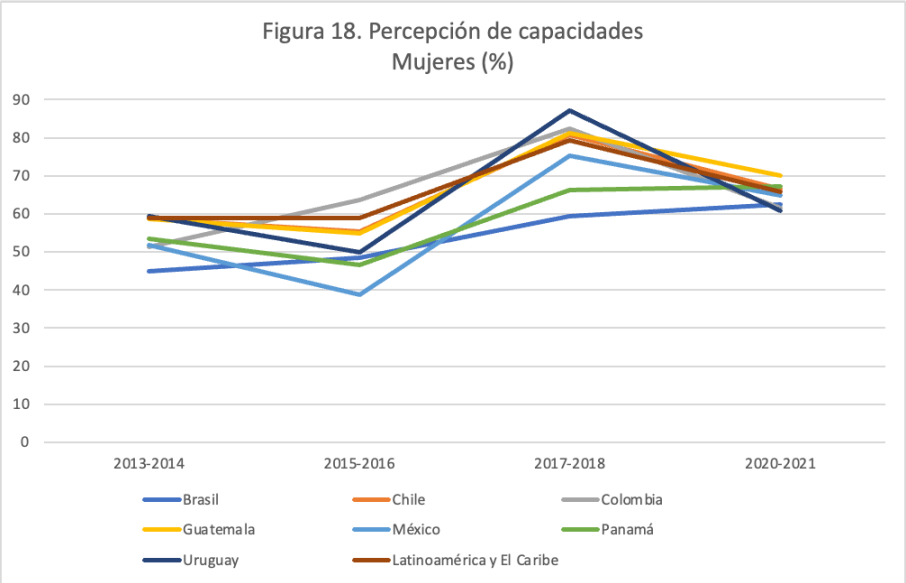


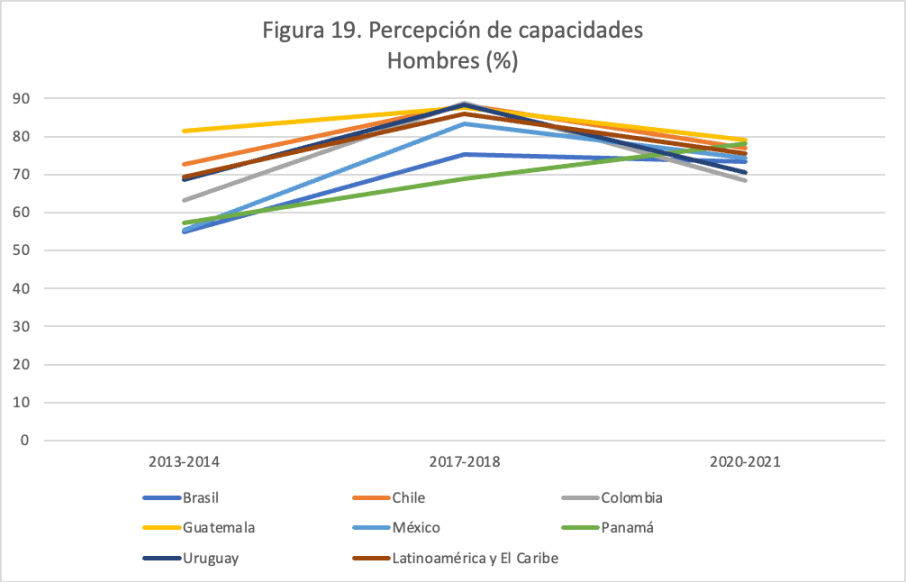


4.2.3 Percepción de capacidades

La percepción de las mujeres y hombres respecto a sus capacidades mostró una tendencia creciente del periodo de 2015-2016 al 2017-2018, en el caso de las primeras y de 2013-2014 a 2017-2018 en el caso de los segundos, sin embargo, para ambos casos del periodo 2017-2018 al 2020-2021 se observó un decremento en la mayoría de los países de la muestra (-11.40%), particularmente en Uruguay y Colombia donde el decremento fué más marcado en hombres (-21.57%) como en mujeres (-27.67%) (Ver figuras 18 y 19). Esto se encuentra relacionado con el abandono de los estudios de licenciatura reportados en las gráficas 14 y 15;

puesto que un menor nivel de estudios estaría dando como consecuencia una menor percepción de capacidades.



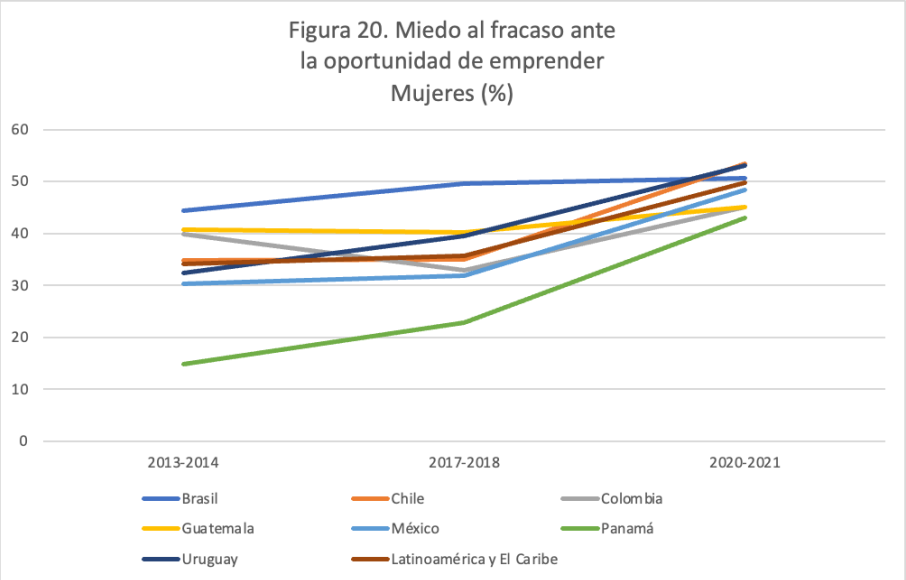


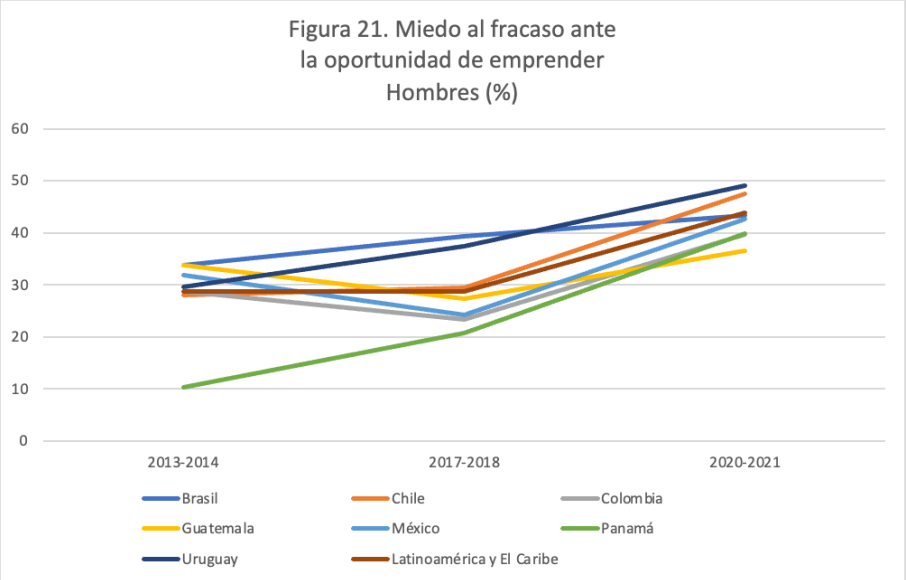
4.2.4 Miedo al fracaso

Los emprendedores, tanto hombres como mujeres mostraron tasas de miedo al fracaso con una tendencia ascendente desde 2013, dicha tendencia continuó en el periodo 2020-2021 para todos los países exceptuando Brasil, cuya tendencia se mantuvo estable para hombres y mujeres (Ver figuras 20 y 21); lo anterior, estaría relacionado con las constantes crisis económicas que se han vivido en los últimos años en la región, y que se acentuó aún más con la llegada de la pandemia COVID 19. Así también, es necesario considerar que las mujeres presentaron una mayor aversión al riesgo, particularmente en los ámbitos financieros ellas suelen tener tasas mayores por miedo a fracasar, y si bien puede significar

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

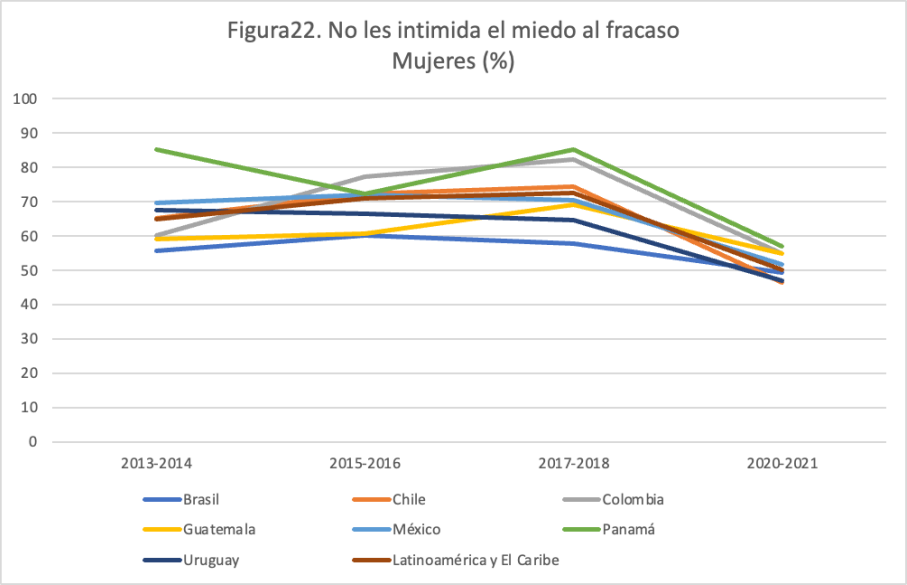
que toman decisiones de forma más informada y son precavidas con los recursos de sus empresas, también pueden establecer barreras para solicitar financiamiento externo puesto que temen equivocarse lo que trae como consecuencia, la permanencia en nichos tradicionales, de poca innovación e incluso impedir el crecimiento de su empresa (IMCO, 2021; Saavedra, 2017).

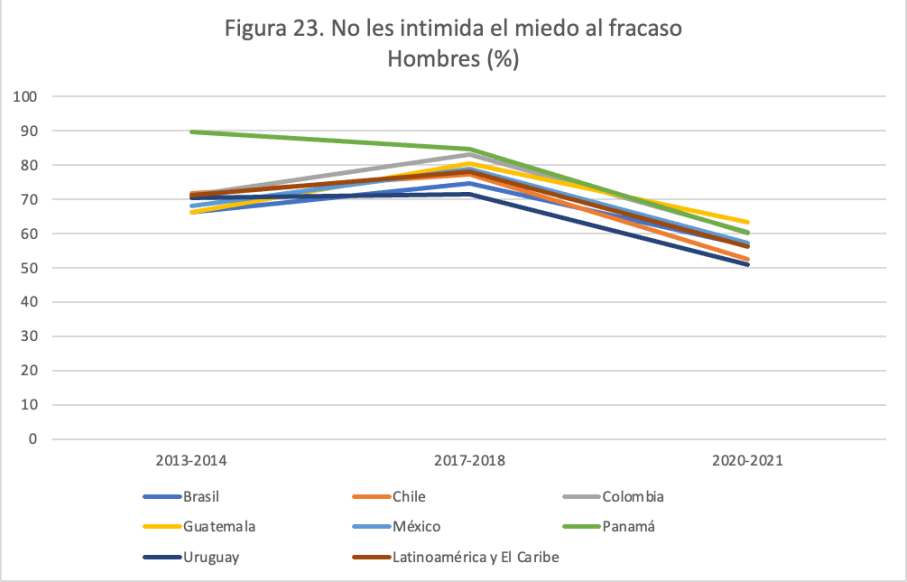




Estos resultados son congruentes con las tasas de los emprendedores que mostraron no intimidarse frente a la posibilidad de fracasar, en ambos casos, hombres y mujeres presentaron una tendencia decreciente durante el último periodo (2020-2021) que coincide con el periodo más complicado de la pandemia (Kantis et al., 2021), por la incertidumbre que esta generó (figuras 22 y 23).

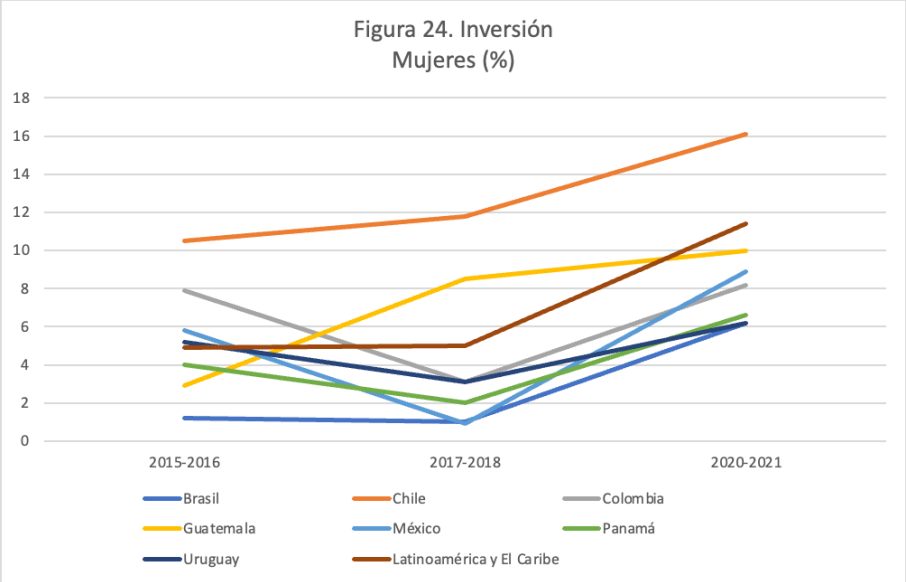
PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

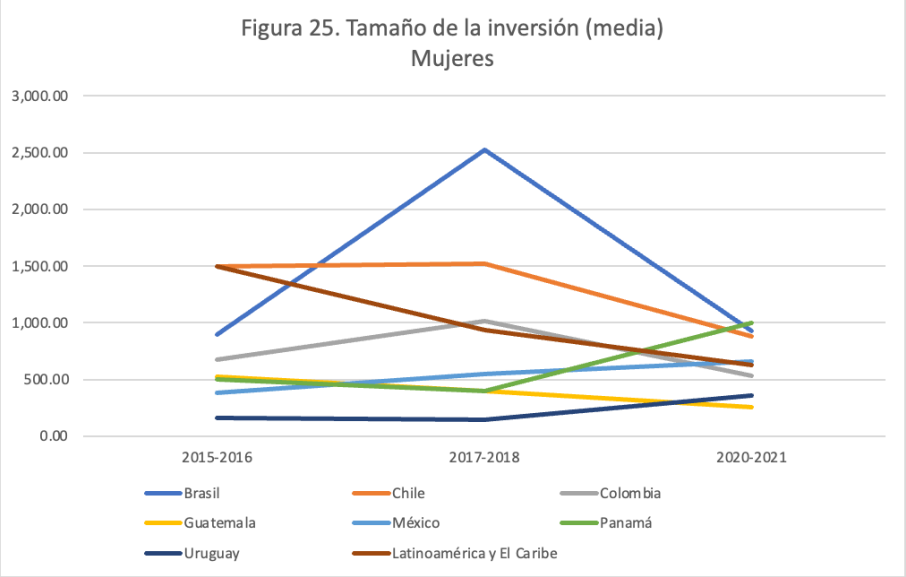




Con relación a la inversión las mujeres mostraron una tendencia creciente (279.38%) durante el periodo de 2017-2018 al 2020-2021, exceptuando Guatemala y Chile cuyas tendencias tuvieron un crecimiento menor que el resto de 17.65% y 36.44% respectivamente (Ver figura 24). Con relación al tamaño de la inversión tuvieron una tendencia estable o decreciente, particularmente Brasil (-63.14%), Chile (-42.08%) y Colombia (-47.26%), mostraron una caída más notoria que el resto de los países latinoamericanos (Ver figura 25). La caída de la inversión pudo deberse a la falta de ingresos suficientes para realizar actividades de expansión, pues en época de pandemia las empresas lucharon por su sobrevivencia y no tuvieron oportunidad de invertir (Fischer y Méndez, 2021).

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto





4.3 El impacto de las empresas de Mujeres

4.3.1 Sector

En la tabla 2, se puede apreciar la participación de las mujeres empresarias en los sectores de agricultura y minería los cuales aumentaron del periodo 2015-2016 al 2020-2021 en todos lo países de la muestra con excepción de Panamá que presentó una disminución importante. En cuanto a la participación en el sector de TI se mostraron aumentos y disminuciones de la participación de las empresarias hacia 2017-2018, presentándose la misma tendencia hacia 2020-2021, donde todos los países reflejaron una preocupante disminución de las mujeres en este sector excepto Guatemala que presenta un aumento, esto podría deberse a la brecha digital de género en Latinoamérica (Saavedra, 2021). Con referencia al sector gobierno, salud, educación y servicios sociales, todos los países

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

mostraron una disminución de participación de las mujeres en este sector excepto Uruguay. Y, por último, el sector finanzas, educación, administración y servicios de consumo, todos los países de la muestra presentaron aumentos de participación de las mujeres con excepción de Chile, Guatemala y Colombia implicando esto que, al ser los servicios un sector de contacto personal, fue uno de los más afectados por la pandemia, consecuentemente muchas empresas de este sector cerraron, sin embargo, en los países donde se mostraron aumentos se debió a que en este sector la mano de obra principalmente es femenina (Saavedra, 2021).

Agricultura y Minería			TIC			Gobierno, salud, educación y servicios sociales			Finanzas, educación, administración y servicios de consumo		
2015-2016	2018-2019	2020-2021	2015-2016	2018-2019	2020-2021	2015-2016	2018-2019	2020-2021	2015-2016	2018-2019	2020-2021
0.00	0.60	0.90	0.00	2.50	0.90	30.20	16.60	16.70	3.80	10.20	13.50
3.00	3.70	4.60	1.20	0.40	0.90	10.50	10.40	9.30	15.60	11.70	13.50
0.00	6.90	0.90	2.40	1.60	1.20	9.30	16.00	8.80	8.10	12.80	7.90
0.00	1.60	0.00	0.00	0.50	0.30	12.00	8.00	3.40	0.50	5.30	1.30
0.00	0.70	1.92	2.00	0.40	1.23	17.00	8.20	10.97	3.90	4.60	9.87
10.00	1.50	2.80	4.80	0.00	3.50	19.00	12.60	11.50	9.50	5.90	11.50
4.00	5.90	2.30	1.30	2.00	0.60	10.10	18.80	16.10	23.70	16.80	11.50
3.70	3.30	3.20	1.50	1.00	1.20	13.50	11.80	9.70	0.08	8.20	10.40

Tabla 2. Participación de las mujeres por sector

4.3.2 Creación de empleos

A partir del 2013-2014 la tendencia de los emprendedores que esperaban contratar más de seis empleados en los próximos 5 años ha sido fluctuante, en el caso de las mujeres todos los países tuvieron tasas decrecientes de (-44.11%) excepto Panamá (23.29%) y Guatemala (10.34%) que crecieron durante este periodo. Durante el periodo 2017-2018 al 2020-2021, pese a las condiciones, hubo un crecimiento en la tendencia con un 376.80 %, particularmente en Brasil (745.45%) y Panamá (939.53%), por su parte Guatemala tuvo un decremento de -5.50% para el mismo periodo. Los hombres a partir del periodo de 2017-2018 mostraron un incremento en este indicador de 188.78%, excepto Guatemala que tuvo un decremento de -18.31%. El aumento del empleo podría explicarse por la contratación de mano de obra poco calificada para realizar trabajos en las Pymes, que buscaron brindar servicios personalizados y especializados, atacando nuevos segmentos de mercado, como sería el caso de productos comestibles de procedencia orgánica, por poner un ejemplo.

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Figura 26. Esperan contratar a más de 6 empleados en los próximos 5 años. Mujeres (%)

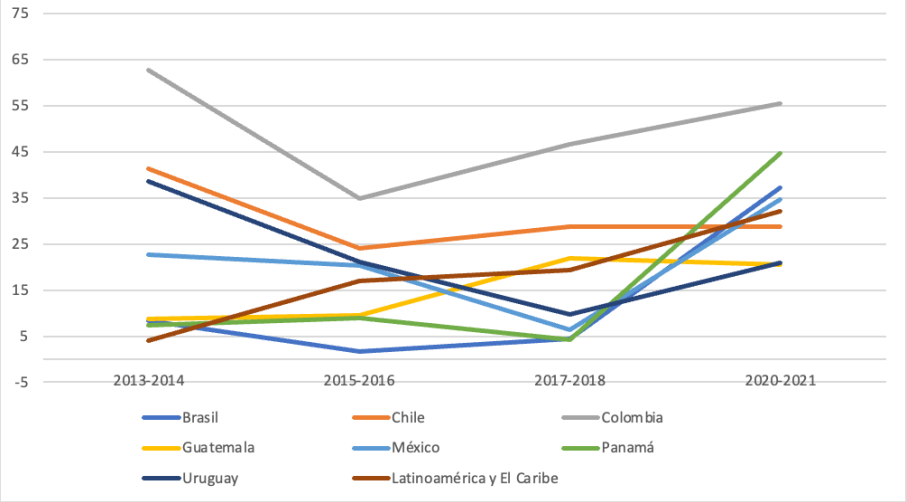
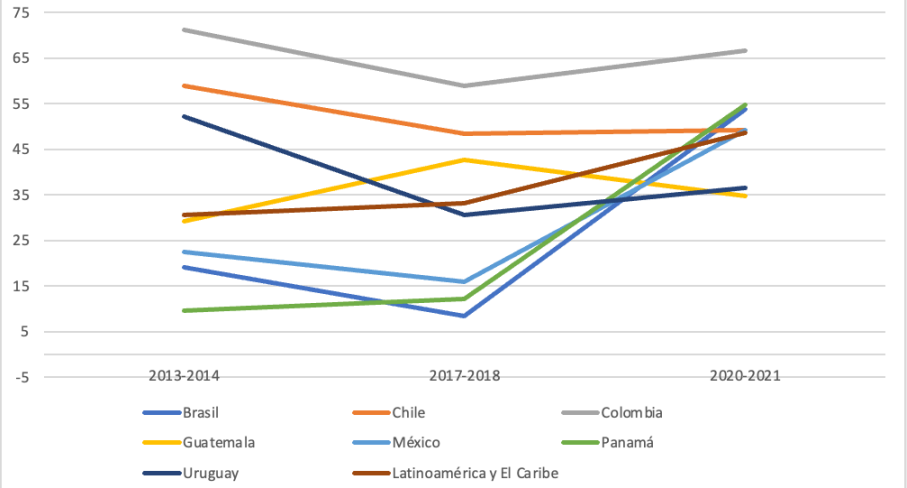


Figura 27. Esperan contratar a más de 6 empleados en los próximos 5 años. Hombres (%)



4.3.4 Innovación

La innovación parecía que se mantuvo en un punto estable a partir del periodo 2013-2014 para las mujeres en Latinoamérica exceptuando Colombia con un decremento de -57.07% y Panamá con un crecimiento de 95.31%. A partir del 2017-2018 hacia el periodo 2020-2021 las tasas comienzan a tener una tendencia creciente (172.41%) en todos los países excepto Chile (-38.74%) y Uruguay (-25.25%) que parecen mantener una tendencia descendente (Ver figura 28). Con relación a los hombres, la tendencia para el periodo 2017-2018 al 2020-2021 fue creciente (215.09%), excepto Chile y Guatemala que decrecieron en un -35.29% y -39.25% respectivamente (Ver figura 29). La tendencia creciente, podría ser consecuencia del confinamiento dado que los emprendedores no tuvieron más opción que implementar el uso de

Tecnologías de la Información y Comunicación en sus actividades, lo cual fue muy atinado, puesto que las empresas que sobrevivieron fueron las que tuvieron capacidad para innovar y adaptarse a los cambios que dictaba el distanciamiento social (Kantis et al., 2021; CEPAL, 2021).

Figura 28. Innovación
Mujeres (%)

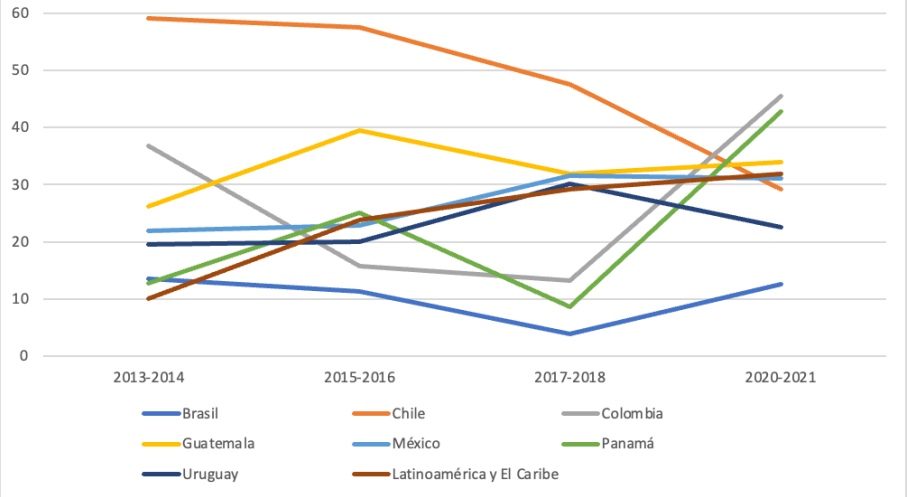
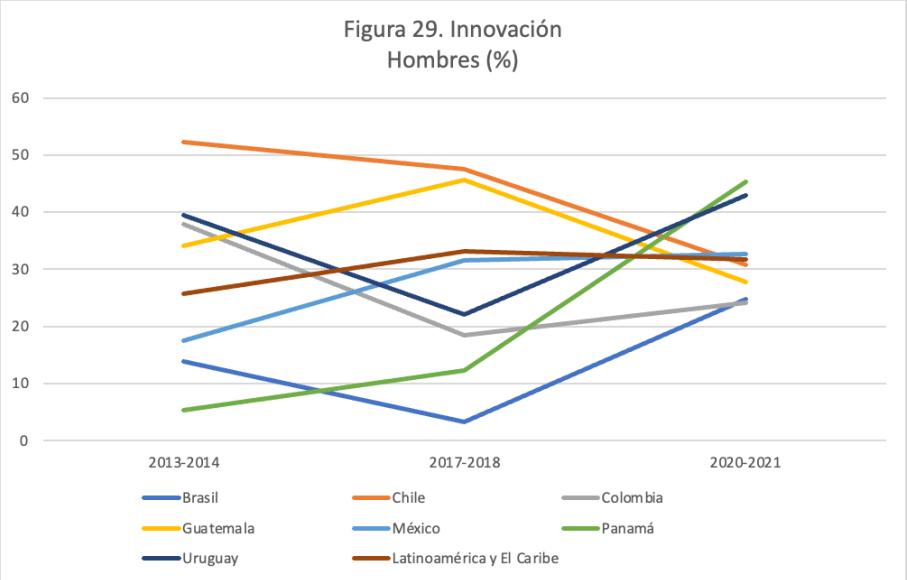


Figura 29. Innovación
Hombres (%)

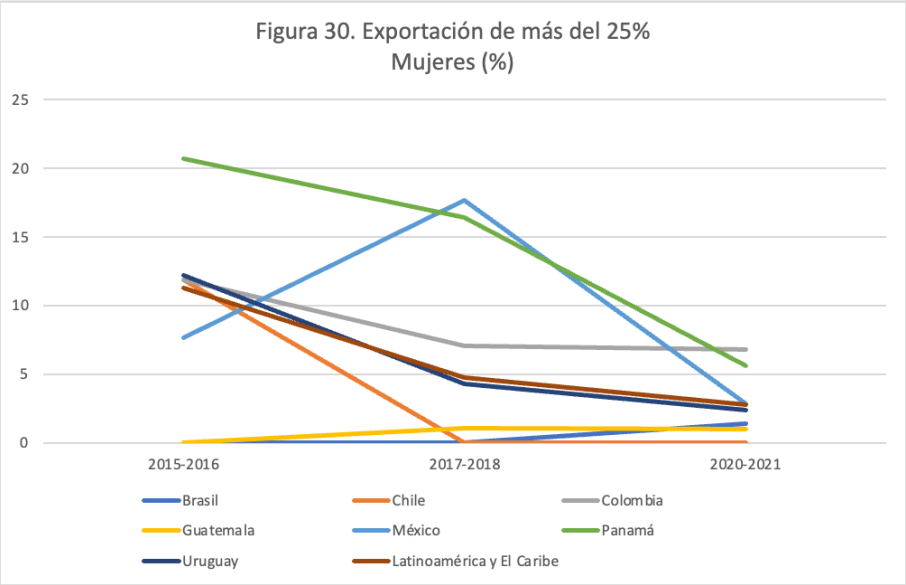


4.3.5 Internacionalización

Las exportaciones de más del 25% pertenecientes a mujeres, tuvo una tendencia decreciente de -56.47% durante los periodos de 2015-2016 al 2017-2018, mientras que en México hubo una tasa de crecimiento del 129.87%. Durante el último periodo (2020-2021), la tendencia para todos los países fue decreciente con un -41.43%, lo cual podría deberse al recrudecimiento de las medidas sanitarias entre los países para evitar propagar la enfermedad, teniendo impactos importantes en las empresas. El cierre de fronteras provocó que se pararan las cadenas de suministros

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

de los proveedores hacia los productores frenando de este modo la producción y las exportaciones (Fischer y Méndez, 2021; CEPAL, 2021).



Nota: Se desconoce el valor para Chile en el periodo 2020-2021 por lo que se colocó cero.

5. Conclusiones

El emprendimiento femenino en Latinoamérica ha sido reconocido como una de las actividades que pueden brindar empoderamiento económico a las mujeres. En esta investigación se analizó la evolución del emprendimiento en las mujeres latinoamericanas por un periodo de 9 años con el fin de comprender la manera en que las mujeres han ido avanzando en esta actividad. Con referencia a la participación de la mujer en el emprendimiento los hallazgos permiten saber que la tendencia es creciente en la región, y más aún impulsada por la necesidad de obtener fuentes de ingresos ante la afectación en el empleo de la mujer o sus familiares cercanos como consecuencia de la pandemia COVID-19. Así también, se puede inferir que las mujeres mostraron habilidades para mantener a flote sus empresas evitando de este modo el cierre de las mismas puesto que los resultados mostraron un impacto similar a las empresas de hombres.

En lo referente a las actitudes sociales y la influencia en el comportamiento empresarial de las mujeres tuvo igual impacto para hombres y mujeres el abandono de los estudios de educación superior, tal vez por la necesidad de tener que buscar un empleo, así como por no poder sufragar los gastos de estos estudios. Sin embargo, a pesar de un escenario adverso las mujeres fueron capaces de percibir oportunidades hacia el emprendimiento, no obstante, también se incrementó el miedo al fracaso. La situación pandémica en el que las empresas tuvieron que luchar para sobrevivir provocó una caída en la inversión empresarial.

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

En cuanto al impacto de las empresas de mujeres, se tiene que la participación sectorial de las mujeres fue representativa en los sectores de finanzas, administración, educación y servicios de consumo, los cuales tienen una tendencia a ocupar al sexo femenino principalmente. La creación de empleos por parte de los empresarios mostró una tendencia creciente en la mayoría de los países tal vez por la necesidad de contar con mayor mano de obra para realizar trabajos manuales y artesanales que el mercado demandaba en el periodo pandémico, impulsados por la innovación y uso de tecnología. Muy pocas empresas lograron incrementar sus exportaciones en razón de los cierres de las fronteras por consecuencia de las restricciones sanitarias dictadas por todos los países.

Las limitaciones del estudio, son que los datos fueron tomados de los informes de GEM femenino para Latinoamérica, y no siempre se analizan las mismas variables, cortándose algunas series en algunos años, así como el uso de variables ya estandarizadas por GEM. Las investigaciones futuras deberían considerar la posibilidad de un levantamiento de datos empíricos, considerando variables de estereotipos de género, para determinar la evolución de este aspecto, pues mientras no se supere esta barrera, difícilmente las mujeres contaran con el impulso y apoyo requerido para emprender.

Referencias

Alkhaled, S., & Berglund, K. (2018). 'And now I'm free': Women's empowerment and emancipation through entrepreneurship in Saudi Arabia and Sweden. Entrepreneurship & Regional Development, 30(7/8), 877–900.

Akehurst, G., Simarro, E., & Mas, T. A. (2012). Women entrepreneurship in small service firms: motivations, barriers and performance. Service Industries Journal, 32(15), 2489–2505.

Alcántara, A. (2020) Educación superior y COVID-19: una perspectiva comparada. En H. Casanova Cardiel (Coord.), Educación y pandemia: una visión académica (pp. 75-82). Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación.

Alvarado, E.; Morales, D. y Ortíz, J. (2020). Emprendimiento de nanoempresas en el empoderamiento de mujeres neolonesas. Revista Mexicana de Sociología, 82(4), 863-895.

Bernat, L., Lambardi, G., & Palacios, P. (2017). Determinants of the entrepreneurial gender gap in Latin America. Small Business Economics, 48(3), 727–752.

Camarena, M.E. y Saavedra, M. L. (Coords.) (2017). Características y Retos de la Mujer Empresaria en la Ciudad de México. Publishing FCA-UNAM.

Camarena, M.E. y Padilla, A. (2017). Capital humano y capacitación en las empresas dirigidas por mujeres. En Camarena y Saavedra (Coords.) Características y Retos de la Mujer Empresaria en la Ciudad de México, pp. 93-116. Publishing FCA-UNAM.

Carranza, G. y Saavedra, M.L. (2017). Participación de las mujeres como empresarias y como empleadas en México. En Camarena y Saavedra

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

(Coords.) Características y Retos de la Mujer Empresaria en la Ciudad de México, pp. 19-43. Publishing FCA-UNAM.

CEPAL (2021) La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad. Informe especial COVID-2019. El autor.

Conroy, T., & Weiler, S. (2016). Does gender matter for job creation? Business ownership and employment growth. Small Business Economics, 47(2), 397–419.

Fischer, L. y Méndez, S. (2021) El impacto de la crisis del COVID-19 en México. México: FCA-Publishing.

GEM (2014). Special Report. Women's Entrepreneurship 2013/2014. El autor.

GEM (2015). Special Report. Women's Entrepreneurship 2015/2016. El autor.

GEM (2017). Women's Entrepreneurship Report 2016/2017. El autor.

GEM (2019). Women's Entrepreneurship Report 2018/2019. El autor.

GEM (2021). Women's Entrepreneurship 2020/21: Thriving Through Crisis.

Instituto Mexicano de la Competitividad, A.C. [IMCO] (2021). La puerta de la formalidad: una oportunidad para el emprendimiento femenino. Ciudad de México: El autor.

Kantis, H., Federico, J., Ibarra, S. (2021). Resiliencia y reinvención de los emprendedores latinoamericanos en el contexto del impacto provocado por la pandemia. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.

Li, J., Yang, F., Qi, J., Sun, R., & Geng, R. (2022). The influence of job satisfaction on entrepreneurial intention: A cross-level investigation. International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship, 40(3), 385–402.

Lämsä , A.M., Vehkaperä, M., Puttonen, T., & Pesonen, H.L. (2008). Effect of Business Education on Women and Men Students' Attitudes on Corporate Responsibility in Society. In Journal of Business Ethics, 82(1), 45–58.

Nava, M. y Londoño, E. (2013). La dinámica emprendedora de las mujeres profesionales en Colombia, en Macías, G. y Parada, E. (Coords.) Mujeres, su participación económica en la sociedad, pp. 26-44. Editorial Universitaria, Universidad de Guadalajara.

Ojeda, R., Mul, J. y Saavedra, M. (2019). La participación de la mujer en la economía del Estado de Yucatán. RECAI, Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática, 8(21), 1-19.

Ordoñez, D.; Castillo, A. y Rodríguez, I. (2021). Empoderamiento de la mujer en el emprendimiento y la innovación. Población y Desarrollo, 27(52), 69 – 91.

Paredes, S., Leal, M. y Saavedra, M. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. Suma de Negocios, 10(23), 158-167.

Red Emprendía (2015). Emprendimiento Femenino en Iberoamérica. El autor.

Rodhes, F., Harvey, R. & Parvez, A. (2017). Informe Oxfam: Una Economía para las mujeres. Alcanzar el empoderamiento económico de las mujeres en un mundo cada vez más desigual. Oxfam Internacional.

Rojas, M.; Tapia, J.; Herrera, B. y Cárdenas, B. (2021). Emprendimiento y empoderamiento de la mujer rural de la parroquia de Santa Ana del cantón Cuenca; una mirada desde Trabajo Social. Dominio de las Ciencias, 7(3), 855-883. http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i3.1971

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Ruback, D. (2020). No simplemente negocios. Fomentando el espíritu Emprendedor de las mujeres mediante la capacitación en aptitudes interpersonales y el involucramiento de los hombres. Oxfam, Value for Women y Aspen Network of Develpoment Entrepreneurs.

Ruoslahti, H. (2020). Complexity in project co-creation of knowledge for innovation. Journal of Innovation & Knowledge.

Saavedra, M.L. (2021). Los retos post pandemia COVID 19 de las mujeres en Latinoamérica. En CIIID (2021) Muros de discriminación y exclusión en la construcción de identidades: la mirada de las Ciencias Sociales. Sevilla: Editorial Dykinson.

Saavedra, M.L. (2017). La competitividad en las empresas lideradas por mujeres. En Camarena y Saavedra (Coords.) Características y Retos de la Mujer Empresaria en la Ciudad de México, pp. 67-92. Publishing FCA-UNAM.

Samaniego, M. (2017). Emprendimiento y responsabilidad social: Análisis estadístico de la participación de la mujer en Ecuador. II Congreso Internacional de Ciencia Tecnología, Universidad Técnica de Machala.

Surdez, E. y Aguilar, S. (2013). La actividad empresarial y el perfil femenino en Macías, G. y Parada, E. (Coords.) Mujeres, su participación económica en la sociedad, pp. 45-57. Editorial Universitaria, Universidad de Guadalajara.

Terjesen, S. y Amorós, J. (2010). Female Entrepreneurship in Latin America and the Caribbean: Characteristics, Drivers and Relationship to Economic Development. European Journal of Development Research (22), 313–330. doi:10.1057/ejdr.2010.13

Weiler, S., & Bernasek, A. (2001). Dodging the glass ceiling? Networks and the new wave of women entrepreneurs. Social Science Journal, 38(1), 85.

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto