



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

Emprendimiento femenino: ¿Necesidad u Oportunidad?

Lázara Yamila Castillo-García¹

Yuriany Salgado-Barrizonte*

Alejandro Campos-Sánchez*

Resumen

El presente trabajo se realiza con la intención de determinar las razones por las que la mujer latinoamericana y particularmente la mexicana se decide a emprender su negocio. Se realizó un análisis de la situación social y económica de la mujer, incluyendo aspectos como la violencia de género, el desempleo, la brecha salarial y la discriminación. Se muestran además datos sobre las formas de dirección de las mujeres y cualidades como empresarias. Se sustenta el estudio con datos estadísticos obtenidos de informes de la CEPAL, el GEM, Statista e INEGI, así como artículos de autores sobre el tema. Los resultados obtenidos sustentan la idea de que el emprendimiento femenino es por necesidad una oportunidad, creando las pautas para futuras investigaciones derivadas. La presencia femenina en el mundo empresarial pese a la trayectoria ascendente aún tiene limitantes sociales, culturales y financieras para el análisis en la búsqueda de la igualdad social.

Palabras claves: emprender, violencia de género, brecha salarial, desempleo

Abstract

The present work is carried out with the intention of determining the reasons why the Latin American woman, and specifically the Mexican woman, decides to start her business. To this end, we carry out an analysis of the social and economic situation of women that includes aspects such as gender violence, unemployment, the wage gap and discrimination. It also shows interesting data on the forms of leadership of women and their skills as entrepreneurs. We support the information shown with statistical data obtained from reports from ECLAC, GEM, Statista and INEGI, as well as articles by different authors dedicated to this controversial issue. The results obtained help to support the idea that female entrepreneurship is by necessity rather than opportunity and create the guidelines for future derived research, since the presence of women in the business world despite the upward trajectory still has social, cultural, and social limitations. Financial resources relevant to the analysis in the search for social equality.

Keywords: entrepreneurship, gender violence, wage gap, unemployment

¹** Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas

Introducción

La acción de emprender es inherente a hombres y mujeres, sin embargo, el camino a transitar de las mujeres es muy diferente al de los hombres por múltiples motivos. Por lo general el emprendimiento femenino consiste en un empleo adicional a su empleo formal que tienden a ser pequeños negocios con el objetivo de incrementar sus ingresos.

Con el paso del tiempo la mujer ha evolucionado tanto social como económicamente, pero aspectos como la diferencia de género en el emprendimiento aún son latentes. Aunque se han realizado números estudios sobre los obstáculos a los que se enfrenta la mujer emprendedora, el mayor número de análisis se han visto desde el punto de vista de los apoyos legales y financieros que se les ofrece (Acs, Audretsch, & Lehmann, 2009) (Jamaly, 2009)y (Ndemo & Maina, 2007), pero no se analiza el entorno social de las mujeres dejándose de considerar la influencia que este puede tener en sus decisiones. Por esta razón hemos decidido enfocar el tema de este trabajo en los factores sociales que motivan a la mujer partiendo de un reconocimiento actual del entorno y sobre la base de los reportes y estadísticas que evidencian el enfoque, se estudiará el emprendimiento femenino, en donde se analizarán las características de la mujer emprendedora, los factores motivacionales (necesidad u oportunidad), los negocios que dirigen con más frecuencia, entre otros aspectos de la carrera empresarial de la mujer emprendedora. Reconocemos que la presencia femenina se ha convertido indispensable en el mundo empresarial, demostrado con resultados y esfuerzos diarios y contantes, pero cuando se trata de emprender aún quedan muchos obstáculos.

Los retos que enfrenta una mujer emprendedora no son diferentes a los que enfrentan los hombres. Pero ¿porque si se encuentran bajos los mismos desafíos los motivos de dicho emprendimiento suelen ser distintos? Según estadísticas del GEM en encuestas realizadas, en las que se definieron cuatro razones para emprender:

- Hacer una diferencia en el mundo;
- Para generar una gran riqueza o ingresos muy altos;
- Continuar una tradición familiar;
- Para ganarse la vida porque los trabajos son escasos.

Es posible que las diferencias que siempre han existido entre ambos sexos se extiendan incluso hasta el punto de determinar cuáles pueden ser los motivos de una mujer para comenzar su propio negocio

Los resultados arrojaron que, al contrario de los hombres cuyos motivos son "Para construir una gran riqueza o muy alto ingresos", y "Para continuar una tradición familiar", se puede observar

como en el caso de las mujeres el “Marcar una diferencia en el mundo” y “Para ganarse la vida por falta de empleos” son las razones más argumentadas. (2019/2020 Global Report)

¿Por qué las ansias de las mujeres de marcar una diferencia?, ¿por qué los hombres buscan riqueza?, ¿Por qué en negocios familiares y tradiciones les corresponde la tarea de continuar el legado a los hombres y no a las mujeres de la familia? Cuando hablamos de emprendimiento es imposible dejar de mencionar la equidad de género. México no es diferente al resto de los países latinoamericanos en lo referente a la forma en que ha tratado las diferencias en el trabajo femenino. Una de las características de la cultura mexicana ha sido mantener al hombre y a la mujer en niveles diferentes, razón por la cual la mujer mexicana se ha sentido desvalorizada.

Desde épocas pasadas la noción de que la mujer pudiese demostrar su valía fuera de las cuatro paredes el hogar era algo inconcebible. Desde edades muy tempranas se les enseñó que el lugar de las mujeres era en la casa cuidando de los hijos y del esposo. Sin embargo, con el paso de los años, al igual que todo en la vida, la mujer ha evolucionado en algo más que un ama de casa y surge lo que pudiéramos considerar como una nueva especie femenina: la mujer emprendedora. Esta nueva faceta es un eslabón más en la evolución natural de la mujer en el mundo laboral. La mujer mexicana no es la excepción en este maravilloso cambio demostrando ser, por naturaleza, emprendedora.

Teniendo en cuenta las cualidades propias de las mujeres (calidez, ternura, fuerza, servicial, etc.) no es extraño que los proyectos en los que emprenden se vinculen al sector de los servicios, siendo la salud y la educación los más comunes. Pero no olvidemos el mundo de la moda, la belleza y el entretenimiento, donde la presencia de la mujer también es notoria en muchos aspectos. Otros campos menos explotados por mujeres y que conservan aun el dominio masculino, como el sector automovilístico, ya han comenzado a presentar cambios al incrementar la tasa de emprendimiento de las mujeres de un 15% a un 25 % en los últimos dos años. Nuevas modalidades como el ecoturismo también han encontrado emprendedores en las mujeres.

La fortaleza de las mujeres latinoamericanas es conocida a nivel mundial, por lo que no es extraño que Latinoamérica sea uno de los líderes en el emprendimiento femenino. Otra región del mundo que lo secunda es África, siendo Angola el que presenta los mejores resultados con un 40.7 % de emprendimiento femenino, superando a grandes potencias europeas como Alemania, Francia e Italia. Sin embargo, es de mencionar que tanto Latinoamérica como África tienen fama por el maltrato que sufren las mujeres en sus sociedades. Altos niveles de machismo aun predominan en ambas culturas y es la mujer, aun en nuestros días, la víctima.

De acuerdo con los reportes de la CEPAL, entre los años 2018 y 2019 hubo un incremento de un 17% de los crímenes contra las mujeres en América Latina llegando al escalofriante valor de

4600 crímenes fatales. Desafortunadamente con la actual pandemia la situación se agravó aún más por el confinamiento (Gilbert, 2021). Una vez más México no es la excepción. En medio de la emergencia sanitaria la violencia persiste y en los primeros seis meses del 2020 se registraron 1,844 homicidios de mujeres. (García, 2021).

Teniendo en cuenta lo analizado hasta el momento podríamos establecer la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los factores que hacen que las mujeres emprendan mayormente por necesidad y no por oportunidad? El presente trabajo tiene por objetivo el análisis descriptivo de las causas que impulsan las decisiones de emprendimiento de las mujeres y la influencia de los estereotipos sociales y las diferencias de género en el mundo empresarial, trazándonos como objetivo general determinar si el emprendimiento femenino está motivado por la necesidad más que por la oportunidad y como objetivo específico la descripción de los factores que influyen en la decisión de emprender de la mujer del siglo XXI. Para lograr nuestra meta trataremos de realizar un análisis de los factores que pueden estar influyendo en el emprendimiento femenino partiendo de una revisión de literatura referente a la mujer en los negocios, específicamente el grado de participación en el emprendimiento, la motivación para emprender y analizando a través de datos estadísticos mundiales y nacionales las circunstancias que la impulsan a romper el *status-quo*.

Marco Teórico

El emprendimiento

En todo estudio en el que se aborde el fenómeno del emprendimiento se involucra el revisar algunas de las perspectivas ya sea empresarial, institucional, psicológica. La importancia del análisis empresarial son las repercusiones para el desarrollo de cada país, generando mayores ingresos para el emprendedor y creando bienestar al entorno familiar. (Acs, Arenius, Hay, & Minniti, 2004), para México no es distinto ya que el emprendimiento es una fuente de empleos e impulso a la economía, de acuerdo con el Inegi, las Pymes generan 72% del empleo y 52% del PIB. Para conceptualizar el emprendimiento empresarial se abordará como una práctica en la que un individuo o grupo desarrolla nuevas empresas y generan valor, la cual puede surgir como respuesta a cubrir necesidades o aprovecharlas es decir por oportunidades del entorno. (Nel et al, 2010). Por lo que un hombre o una mujer emprendedores serán aquellos que, ya sea por necesidad o por oportunidad, se dispone a asumir un riesgo de crear nuevas empresas, ya sea innovadoras o de conceptos ya existentes (Lambing y Kuehl, 1998). Ahora bien, las mujeres emprendedoras pueden ser definidas como la mujer o grupo de mujeres que inicia, organiza y opera una empresa de negocios (Jesurajan y Padian, 2011). Los emprendedores comparten ciertas características como la pasión por el negocio, autoconfianza, manejo de riesgos, iniciativa, entre otros.

Según la literatura el emprendimiento puede tener varias clasificaciones teniendo en cuenta el ámbito geográfico en migrantes o no migrantes, con respecto al género, el número de individuos de acuerdo con el factor estimulante, o el tipo de concepto, en esta ocasión el enfoque será el emprendimiento femenino, la identificación del factor motivacional y el análisis del entorno de la mujer emprendedora.

Motivación del emprendimiento femenino.

De las preguntas más frecuentes que se observa en el emprendimiento por género, es cuales son los factores que lo motivan, y se trata de identificar las diferencias entre los motivos de los hombres y los de las mujeres. Según estudios (Nel et al, 2010) sugieren que estas diferencias existen, las mujeres por lo general tienen como objetivo relacionado al económico el ayudar a otros y tienden a querer incorporar aspectos sociales, por lo que la mujer emprendedora no solo le interesa un bien individual sino la mejora para su familia y su comunidad (Harris et al, 2008). Como se puede observar los hombres emprender por interés financiero, mientras que las mujeres buscan dejar atrás la insatisfacción que sienten en sus actuales carreras sin importar lo que puedan perder o ganar en el transcurso. Su ganancia será lograr satisfacer sus necesidades personales (Cromie, 1987).

Autores como (McClelland y Swail, 2005) consideran que hay aspectos negativos y aspectos positivos relacionados con el emprendimiento femenino. Consideran positivos el tener la oportunidad de emprender en un negocio, mientras que lo negativo se relaciona con las causas que las llevan a tomar esta decisión, dígase desempleo, la necesidad de un mayor ingreso para vivir y progresar y la insatisfacción de formar parte de un mercado laboral inflexible. A estas causas se pueden sumar otras como el estrés causado por los problemas a los que se enfrentan en sus trabajos generalmente por razones de diferencias de género (Jesurajan y Padian, 2011).

Según (Loscocco y Robinson, 1991) entre las razones por las que las mujeres emprenden pequeños negocios es que se enfrentan a limitantes como el acceso a financiamiento o capital de manera general. Lo anteriormente expuesto lo confirman (Hossain et al, 2009) cuando explican que generalmente en países en vías de desarrollo las mujeres crecen y son educadas en un ambiente conservador que les resulta desfavorable, esto se traduce a la falta de apoyo financiero por parte de la familia cuando deciden emprender, son adversos al riesgo y desconfían de la toma de decisiones acertada de la mujer. Por lo que podríamos corroborar que según las estadísticas consultadas en el GEM los hombres señalan entre sus respuestas que emprenden para continuar el legado familiar entre otras razones, y no las mujeres.

A pesar de la falta de apoyo financiero, este no es de los motivos por lo que el emprendimiento femenino no es aparentemente exitoso, según (Carter y Allen, 1997), sino que el poco éxito influye las características en sí mismas de la empresa asociadas con un mayor riesgo, como los

son: el tamaño y la edad de la empresa, el sector, entre otros. Siendo justo la falta de recursos y oportunidades las que restringen el crecimiento (Yordanova, 2011) dejándola así en el sector más riesgoso de fracaso “la pequeña empresa” (Clancy, 2007) expone que para que una empresa sea exitosa requiere de un sinnúmero de sacrificios a nivel familiar que las mujeres no están en su mayoría dispuestas a pagar.

Podemos resumir con el análisis realizado de diferentes autores que la mujer enfrenta diversas barreras ante el acto de emprender, como lo son la falta de apoyo financiero o por ende la dependencia de su conyugue o familia que limitan la toma de decisiones independiente y el crecimiento del negocio, consideremos entonces los estigmas sociales y culturales que limitan el emprendimiento femenino.

La mujer y barreras sociales

Según Swanson y Woitke (1997) citado por (Heller, 2010) las barreras pueden explicar en parte es distanciamiento que existe entre las habilidades reales de las mujeres y los logros alcanzados. Estas barreras, que son la causa fundamental del freno en el desarrollo de sus carreras, tienen sus inicios cuando las mujeres son niñas, y se refuerzan durante la escolarización, la universidad y el trabajo, haciéndose más fuertes con el tiempo y difíciles de superar.

La brecha de género es parte de nuestra realidad y se manifiesta en todo el mundo incrementadas en la mayoría de los casos por las leyes establecidas en cada país. Sin embargo, informes recientes indican que, como toda regla, hay excepciones, aunque estas no son abundantes. En la actualidad solo hay 6 países en los que los derechos de las mujeres son 100 por ciento iguales a los hombres (Garriga, 2019), según lo publicado en el informe publicado por World Bank y estos son Bélgica, Dinamarca, Francia, Letonia, Luxemburgo y Suecia. Como dato curioso debemos resaltar que todos son países europeos. El resto del mundo aún tienen que trabajar para lograr cerrar esta brecha.

Aunque es evidente que el cambio, aunque muy lentamente, está llegando la realidad de las mujeres sigue siendo difícil ante la inseguridad social y económica ya que solo poseen una cuarta parte de los derechos que tienen los hombres (Garriga, 2019), causada sobre todo por la disparidad legislativa. Derechos básicos como poder trabajar o iniciar sus propios negocios le son negados a las mujeres, y esto incluye que sean consideradas como continuadoras de un legado familiar, aun cuando cuente con las cualidades suficientes para hacerlo, una y otra vez son echadas a un lado para dar el puesto a un hombre.

Esta diferencia de género ha traído consecuencias mucho más serias para las mujeres. El no ser beneficiarias de los mismos derechos de los hombres ante la ley ha provocado que socialmente sean consideradas menos y los hombres han aprovechado esto para fomentar la violencia. Este

aspecto afecta fundamentalmente a las mujeres en los países menos desarrollados, donde esta brecha es aún más grande. (Noticias. Antena 3, 2019). Según los datos de la ONU el 70% de las mujeres del mundo han sufrido de la violencia física y/o sexual siendo sus esposos o parejas los responsables.

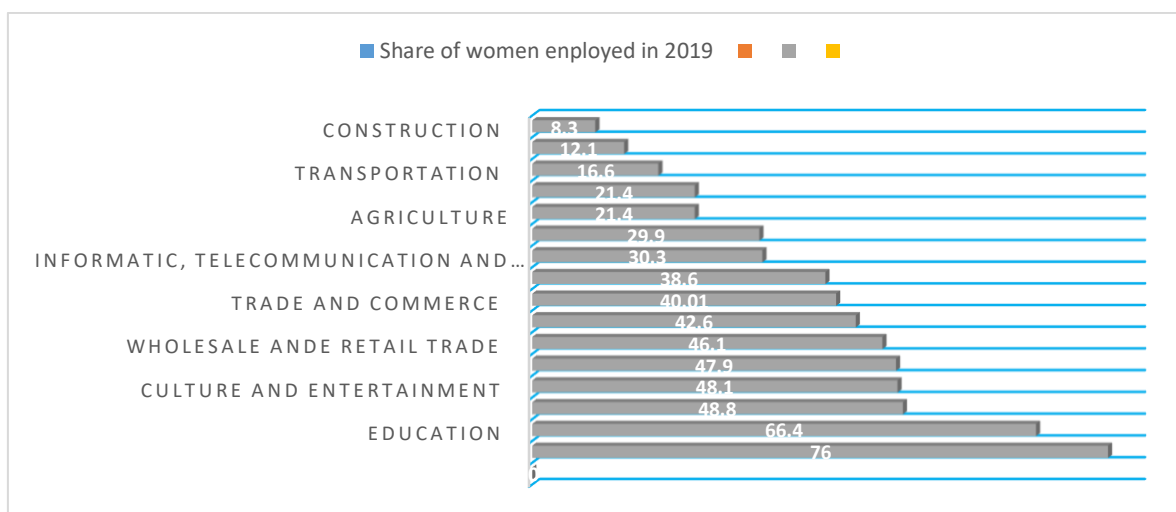
Mucha información es recopilada cada año en lo referente a este desagradable tema. Análisis estadísticos se realizan tratando de comprender las causas de este fenómeno. Son variados los tipos de violencia de género que existen y la ONU ha reconocido 5 tipos de manifestaciones, aunque es de mencionar que el maltrato dentro de la vida en parejas es el más reconocido. Datos como que cada 3 segundos una niña es obligada a casarse o que las mujeres de entre 15 y 44 años tienen más riesgo de sufrir violencia de género que de sufrir cáncer, accidente de tráfico o malaria (ACNUR (eacnur.org), 2019) nos horrorizan más que todo porque son reales y no una historia de ficción. Pero no dejaremos de mencionar la trata de humanos y la mutilación genital femenina.

Mujer y pandemia

Desafortunadamente, la situación actual de la Pandemia del Covid-19 ha venido a complicar aún más la situación de las mujeres. La tasa de desempleo de las mujeres desde el comienzo de la pandemia ha sido mayor que la de los hombres (5 % contra un 3.9%) y el proceso de reintegración a los trabajos ha sido más lento y con tasas de contratación más bajas (Global Gender GAP REPORT 2021).

Antes de la pandemia (año 2019) la mayor parte de las mujeres trabajadoras se concentraban en el área de salud, educación, hospedajes y servicios de comida, como se muestra a continuación en la gráfica. Todos estos sectores fueron seriamente afectados por la pandemia debido a la prolongada cuarentena y el distanciamiento social, lo que explica que sean las mujeres las más afectadas por el desempleo (Global Gender GAP REPORT 2021).

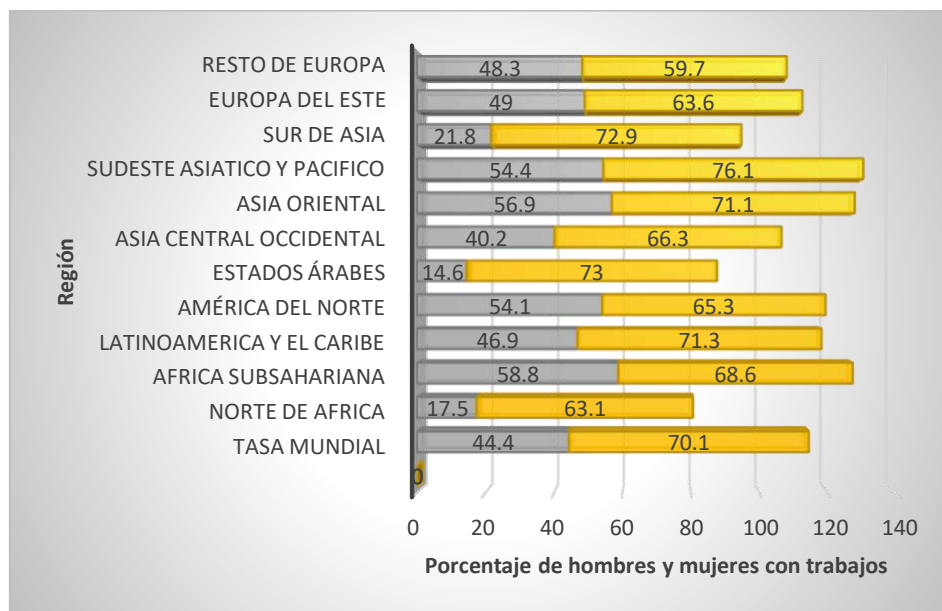
Gráfico 1.



Fuente: Global Gender GAP REPORT 2021

Sumado a esto se pueden mostrar datos estadísticos sobre la Tasa de empleo por género en el 2020 en las distintas regiones del mundo (Fernández , 2021), que demuestran la diferencia existente en este respecto, siendo los datos en amarillo el de los hombres y el gris el de las mujeres:

Gráfico 2.



Fuente: Statista. Tasa mundial de ocupación por género y área geográfica en 2020. 8 de marzo,2021. <https://es.statista.com/estadisticas/977585/tasa-mundial-de-ocupacion-por-genero-y-area-geografica/>.

La lucha por mantenerse ha sido ardua y continua, sin embargo, aun cuando se ven casos exitosos, un estudio de McKinsey y Company citado por (Hernández , 2020), argumenta que las mujeres son promovidas en una medida mucho menor que los hombres y que estos tienen 88 veces mayor probabilidad de alcanzar los altos niveles de dirección. Sumado a esto, el salario de una mujer en nivel senior es 22% menor que el del hombre.

Siendo minoría en el mercado laboral en absolutamente todas las regiones del mundo y siendo las más afectadas por el desempleo resultante de la pandemia, la mujer ha tenido que reinventarse una vez más para sobrevivir.

Mujer y emprendimiento

Una vez analizada la situación de la mujer en la sociedad desde varios puntos de vistas, veremos cuáles son realmente los motivos que la llevan a convertirse en emprendedora.

Estudios previos realizados sobre el emprendimiento han enfocado su atención en la importancia que tiene el tener acceso a los recursos financieros y la información. Sin embargo, según lo muestra Allen (2008) citado por (Heller, 2010) existen otros factores a tener cuenta a los que denominó *disposicionales*, en los que incluye aspectos como:

- Condición social
- El medio
- Los lazos afectivos y sociales

Estos factores son importantes a la hora de decidir o no lanzarse a un proyecto de emprendimiento. En otros estudios realizados sobre el tema se han detectado varias razones por las que las mujeres se deciden a emprender. El más destacado es el autoempleo y la existencia de techos de cristal (motivos extrínsecos), acompañados de una necesidad de logro, autorrealización e independencia (motivos intrínsecos). También está el querer saber cómo se las arreglaría al tratar de compaginar sus funciones como empresaria con las tareas del hogar y de madre (Guzmán Cuevas y Rodríguez Gutiérrez, 2008).

En la región de América Latina las opciones para la mujer de optar por un trabajo y ser remunerada por este se ven limitadas por el peso de compartir sus responsabilidades entre el hogar y su empleo. La oportunidad de ser independientes les permite mayores posibilidades de controlar su tiempo a la vez que genera ingresos propios. (Heller, 2010)

En las instituciones donde los grupos de trabajo son homogéneos se observa en un principio:

- Galantería y seducción
- Frivolidad
- Indiferencia y fría distancia.

Pero la mujer a pesar de ello durante años ha logrado permanecer y llegar a grandes puestos.

Llama la atención que solo 9 de cada 100 empresarios exitosos listados en *Forbes* (La lista de multimillonarios del mundo) son mujeres. Se ha justificado por años a que esto se debe a la falta de asertividad de las mujeres, la realidad es que las mujeres día a día se enfrentan a límites profesionales que les impiden acceder a puestos de alta dirección conocido como “techo de cristal”, pese a ello existen grandes empresas que reconocen los beneficios del pensamiento femenino en las organizaciones.

Estudios realizados a los estilos de dirección de directivos mujeres (Guzmán Cuevas & Rodríguez Gutiérrez, 2008), se ha encontrado con que la mujer opta por un estilo de dirección más abierto, dispuesta a escuchar a sus trabajadores, un estilo más participativo y democrático, buscando el consenso entre sus empleados, mostrando una mayor confianza en ellos al delegar más responsabilidades y creando equipos de trabajo (Buttner, 2001).

Un estudio realizado por el programa Startup Training arrojó 5 razones por las que las mujeres son mejores CEO que los hombres. El primero es que de los 20 rasgos que, según Korn Ferry Institute, deben caracterizar a un buen CEO, las mujeres cumplen de media con 16 de ellos y obtiene mejores resultados que los hombres en aspectos como la humildad, la confianza y la credibilidad. Las otras 4 razones, de forma resumida, sobresalen su gran experiencia laboral ya que su trayecto hacia los niveles de dirección es considerablemente más largo que el del hombre, dándole una mayor experiencia en muchas áreas. Se les cataloga, además, como auténticas, independientes y emprendedoras, centradas en el trabajo y confiadas en que los resultados dirán la última palabra. El 23 por ciento declaró que tenían la ambición de cambiar la cultura empresarial. (StartUp Training, 2020)

Las mujeres son más realistas y se fijan metas que son alcanzables, saben mantener motivado al personal y tienen el poder de ser inspiradoras por que tienden a analizarlo todo muy bien antes de actuar. Un estudio de Boston Consulting Group citado por (García, 2020) detalla que:

“Las empresas fundadas por mujeres generan mayores ingresos que las fundadas por hombres, lo que hace que las compañías propiedad de mujeres sean mejores inversiones para los patrocinadores financieros”.

Las mujeres están en constante búsqueda de nuevos talentos incentivando el desarrollo de los empleados dentro de la empresa. Las empresas fundadas y cofundadas por mujeres se desempeñan mucho mejor con el tiempo, generando 10% más en ingresos acumulados que las fundadas por hombres.

El estudio previamente mencionado de McKinsey y Company citado por (Hernández , 2020) deja bien claro que eliminando las brechas existentes entre hombre y mujeres en el sector empresarial beneficiaría exponencialmente a la economía mexicana lográndose un incremento

de 70 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) y un 55 por ciento en la rentabilidad de las empresas.

El jefe del departamento de Liderazgo y Comportamiento Organizacional de la Escuela de Negocios de BI de Noruega, Øyvind L. Martinsen, dirigió un estudio encargado de evaluar constantemente la personalidad de 3000 gerentes, arrojando que en el 80 por ciento de las áreas evaluadas las mujeres eran mejores líderes que los hombres. La evaluación abarcaba las categorías de; iniciativa y comunicación clara, apertura y capacidad para innovar, fijación de objetivos, sociabilidad y apoyo y gestión metódica.

Todos estos estudios han logrado demostrar que las mujeres son mejores líderes gracias a las cualidades que tienen por naturaleza y que los hombres no, cualidades que poseen desde que nacen y fortalecen cada día al enfrentarse a un mundo difícil y muy competitivo. Son líderes naturales, nacidas para gestionar, y la empatía y sensibilidad que se consideraban una debilidad, se transforman en puntos a su favor cuando son empresarias.

Análisis y discusión

Reconocidas cada vez más por su valía en el campo laboral, el papel de la mujer como asalariada se extiende a todos los rincones del mundo, aunque no en la misma proporción. Incluso la Organización de Naciones Unidas han reconocido que la participación de la mujer en el mercado laboral (ya sea como asalariada o como empresaria) ha sido vital para impulsar del desarrollo de países y regiones (Rodriguez & Santos, 2008), pero ni siquiera así se ha logrado que deje de ser discriminada ni que se dejen de levantar barreras ante su paso en su intención de alcanzar la igualdad con el hombre.

De acuerdo con los datos del censo de INEGI citado por (Mujeres y Hombres en Mexico , 2019), la participación económica de las mujeres es de 44.9 por ciento, aumentando un 4.3 por ciento con respecto al año 2005(40.6%). Sin embargo, a pesar de este incremento en la tasa nacional aún existen estados en los que la participación de la mujer se encuentra por debajo del 40 por ciento. Según información del GEM (Global Entrepreneurship Monitor) en su reporte 2019-2020 entre las motivaciones más comunes para comenzar una empresa se encuentran:

Tabla No. 1

Motivos más comunes por los que se inicia una empresa.		
Motivación	Hombres	Mujeres
Para hacer una diferencia en el mundo	14	36
Para tener una gran fortuna o ingresos muy altos	30	20
Para continuar con la tradición familiar	31	19
Para ganarse la vida por falta de empleos	14	36

Fuente: Informe del GEM 2019-2020

La información mostrada en la tabla anterior muestra la proporción (de un grupo de 50) en que hombre y mujeres consideran fueron sus motivos para establecer una empresa. Se puede observar como en el caso de las mujeres el marcar una diferencia en el mundo y para ganarse la vida por falta de empleos son las razones más argumentadas.

Datos estadísticos del censo de INEGI del 2019 muestran de una forma más clara las diferencias existentes aún entre mujeres y hombres dentro del mundo laboral con respecto a la disparidad en la distribución de los salarios.

Tabla No.2

Datos estadísticos comparativos Mujeres-Hombres 2019		
Nivel de instrucción (%)	Mujeres	Hombres
Nivel superior	41.3	36.5
Posición en la ocupación (%)		
trabajador subordinado y remunerado	67.0	68.8
trabajador por cuenta propia	24.0	21.9
trabajadores no remunerados	6.6	3.1
empleadores	2.4	6.2
Nivel de ingresos (%)		
hasta dos salarios mínimos	59.1	47.1
más de dos y hasta cinco salarios mínimos	19.5	30.4
más de cinco salarios mínimos	2.4	3.9
no reciben ingresos	6.7	5.3
Media de ingreso real (pesos)	3,667.00	4,437.00

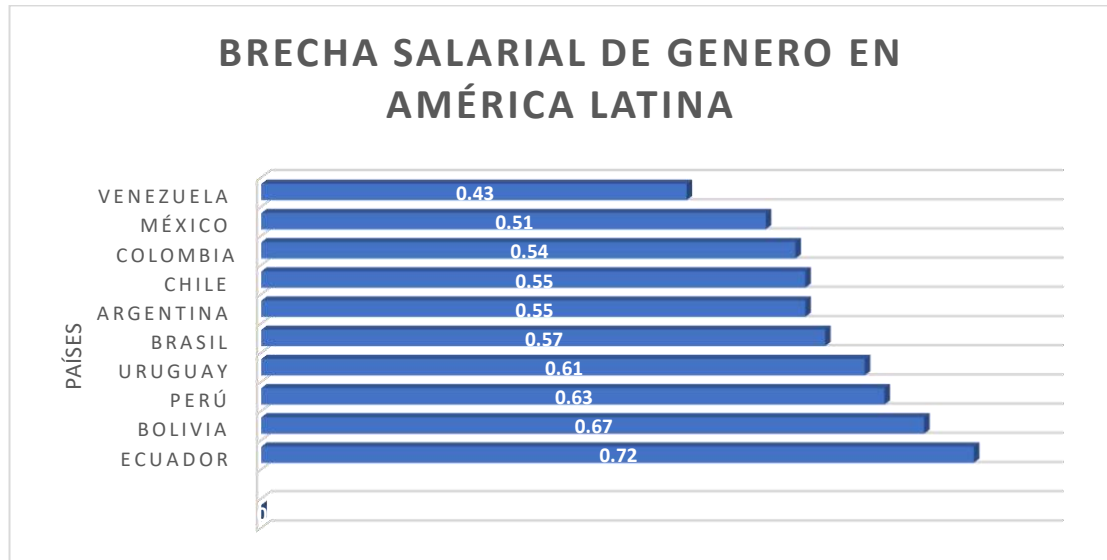
Fuente: Censo INEGI 2019, acápite Empleo

Como se puede observar en la tabla anterior, aun cuando el porcentaje de mujeres que culmina la universidad es superior a los hombres, en los aspectos relacionados con el empleo y percibir un salario la mujer pierde en casi todos frente al hombre. El por ciento de mujeres que reciben 2 salarios mínimos es superior a los hombres, pero es mayor el por ciento de hombres que percibe más de 2 y hasta más de 5 salarios mínimos. No es de sorprender que el promedio mensual real de las mujeres también sea inferior al de los hombres.

Según informes del OCDE la brecha salarial entre hombres y mujeres en México es uno de los aspectos principales de la desigualdad de género (Gobierno de México , 2018). El promedio de

ingreso anual de las mujeres es 54 por ciento más bajo con respecto a los hombres. Esto puede incidir en el hecho de que solo el 48 por ciento de las mujeres en edad laboral en México trabajan.

Gráfico3.



Fuente: (Pascuali, ¿Ganan más los hombres que las mujeres en Latinoamérica?, 2021)

<https://es.statista.com/grafico/21040/brecha-salarial-de-genero-en-america-latina/>

Como se observa en la gráfica, México se encuentra en la peor situación en lo referente a la equidad salarial con respecto al resto de los países latinoamericanos. Ante esta situación la respuesta para alcanzar un poco de igualdad es lograr llegar a los niveles más altos de dirección o en todo caso dejar del todo de ser empleada y convertirse en dueña de su propio negocio.

En México solo el 8% de los CEO son mujeres según lo demuestra un estudio de McKinsey y Company citado por (Hernández , 2020). Se argumenta además que son promovidas en una medida mucho menor que los hombres y que estos tienen 88 veces mayor probabilidad de alcanzar los altos niveles de dirección. Sumado a esto, el salario de una mujer en nivel senior es 22% menor que el del hombre.

Tabla No.3

Representación por género en puestos directivos.		
Análisis en 50 compañías, 1 millón de empleados		
	Hombres	Mujeres
CEO	92	8
Comité Ejecutivo	90	10
Vicepresidentes senior	84	16
Vicepresidentes	81	19
Gerentes Senior y directores	75	25
Gerentes y Administrativos.	65	35

Fuente:

McKinsey Company citado por (Hernández , 2020)

Los nuevos negocios y las posibilidades de empleo

Cada día nuevos negocios inician sus operaciones en todas partes del mundo. Como en todos los nuevos emprendimientos las expectativas de estos empresarios son de sobrevivir el primer año y crecer.

La mejor forma de observar el crecimiento es incrementar el número de trabajadores que sería la consecuencia del crecimiento del negocio. Según el informe del GEM (2019/2020 Global Report) las expectativas de los nuevos emprendedores en México de incrementar el número de puestos de trabajos en los primeros años son muy baja. La intención de incrementar de 1 a 5 empleos es menor del 10 por ciento, lo que se traduce en bajas aspiraciones de crecimiento. Sin embargo, los que pretenden aumentar más de 6 nuevos empleos superan el 10 por ciento.

El mismo reporte del GEM refiere que una de las causas de las escasas intenciones de crecimiento pueden ser las leyes laborales que pueden ocasionar problemas a los nuevos empleadores. No obstante, los valores son bajos y mientras menor sea el número de nuevos empleos, menores son las posibilidades de las mujeres de conseguir trabajo en un mundo regido por hombres. Aspectos como la discriminación salen a relucir en estas situaciones. Según informes de INEGI (Mujeres y Hombres en México 2019) el 29.5 % de las mujeres mayores de 18 años declararon haber sido discriminadas por el solo hecho de ser mujer. La cifra es considerablemente alta si la comparamos con el 5.4% de los hombres que declararon ser discriminados por ser hombres.

Los estudios sobre la discriminación en México arrojaron que las mujeres que pertenecen a un estrato socioeconómico medio-alto (19.5%) y alto (25.8%) perciben más la discriminación que las mujeres de un estrato socioeconómico bajo (16.4) o medio- bajo (20.7) (Mujeres y Hombres

en México 2019). Se podría entender que mientras mayores son las posibilidades de la mujer de avanzar en la sociedad y en el mundo empresarial, mayores son las brechas que se crean para evitarlo. En todo el país, las principales problemáticas enfrentadas por las mujeres en edad laboral son las siguientes por orden de prioridad:

1. Delincuencia e inseguridad (29.9%)
2. Violencia contra las mujeres (23.9%)
3. Falta de oportunidades laborales (13%)
4. Machismo (12.3%)
5. Desigualdad entre hombres y mujeres (11.8%)
6. Dificultades para combinar vida familiar y laboral (8.7%)

Según la información recopilada en encuestas realizadas a 897 mujeres emprendedoras mayores de 20 años de la región de América Latina y el Caribe en 2019 (Mendoza , 2021), entre las principales razones de las mujeres para emprender se encuentran:

- a. desafío y pasión personal
- b. deseo de resolver problemas urgentes en sus comunidades o países.
- c. Aspiración por lograr la independencia económica.

¿En qué regiones del mundo las mujeres son más emprendedoras?

Hemos analizado ya varios aspectos vinculados con el emprendimiento femenino y las razones de las mujeres para decidirse a comenzar una empresa propia. Analizamos desde los motivos más comunes hasta la situación social de la mujer referente a la violencia y la discriminación. No obstante, no hemos llegado aún a una conclusión en el tema.

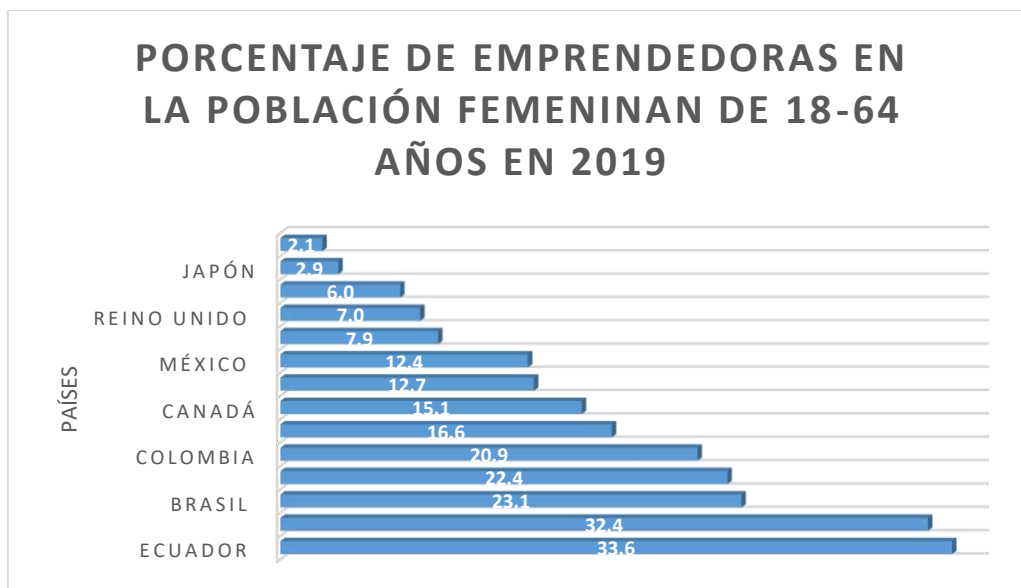
Los aspectos analizados (discriminación, violencia, etc.) existen en mayor o menor medida en todas las regiones del mundo. El porcentaje en que estos se manifiestan puede ser un factor clave en determinar el número de mujeres emprendedoras.

En un análisis de los 20 países con mayor nivel de violencia de género México se encuentra en el número tres de los países latinoamericanos y en el lugar 15 de la tabla general (Castillero Mimenza, s.f.). En total aparecen 5 países latinoamericanos y Estados Unidos en este listado.

En el pasado año 2020 un promedio de 80 casos de feminicidios por mes se reportó en México, totalizando 724 víctimas de enero a septiembre (Martínez, 2020). Según los resultados plasmados en el reporte del *Global Entrepreneurship Research Association* tras un estudio realizado que abarcó 50 naciones, es en América Latina donde encontramos el mayor número de mujeres dispuestas a emprender (Pascualí, ¿En qué países hay más mujeres que se dedican a

emprender?, 2020). En contraste con esto, los niveles más bajos de emprendimiento femenino se encuentran en los países europeos donde las brechas de género son menores. En la siguiente gráfica se muestran los datos.

Grafica 4.



Fuente: (Pascuali, ¿En qué países hay más mujeres que se dedican a emprender?, 2020) <https://es.statista.com/grafico/19263/paises-con-mas-mujeres-emprendedoras/>

Conclusiones

La intención de este estudio ha sido explicar algunos de los factores que motivan la presencia en el emprendimiento femenino, los datos no son halagadores, ya que están motivados por la necesidad en un contexto donde las oportunidades son menores. La revisión realizada nos muestra que en el mundo solo existen hoy seis países donde el género no importa gozándose de igualdad. Pero a pesar de los esfuerzos realizados durante años aun es palpable la disparidad de género, los datos estadísticos mostraron de una forma más clara las diferencias existentes aún entre mujeres y hombres dentro del mundo laboral con respecto a la disparidad en la distribución de los salarios, resaltando México en la peor situación en lo referente a la equidad salarial con respecto al resto de los países latinoamericanos. Así como las tasas de desempleo que demuestran la diferencia existente.

Cabe resaltar que la limitante de la investigación puede ser su carácter descriptivo, por lo que partiendo de esto podría plantearse como futuras líneas de investigación la posibilidad de

explicar si existe correlación en el emprendimiento femenino y los factores descritos, pudiéndose probar que a mayor desempleo y brecha salarial mayor emprendimiento femenino, e incluso que a mayor violencia de género menor emprendimiento femenino, lográndose justificar que si México no se encuentra en los primeros lugares de emprendimiento femenino en Latinoamérica pudiera ser por las cifras alarmantes de violencia de género que atemorizan a mujeres deseosas de independencia financiera.

Partiendo de los datos del GEM analizados también se pudiera realizar un futuro análisis dando explicación al motivo por el que las mujeres raras veces son las que dan continuidad a los negocios familiares, e incluso analizar los valores individuales y colectivos que distinguen por qué las mujeres emprenden para marcar una diferencia en el mundo y los hombres por aumentar la riqueza propia.

Referencias

- Acs , Z. J., Arenius , P., Hay, M., y Minniti, M. (2004). *Global entrepreneurship monitor*. Business School .
- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., y Lehmann, E. E. (2009). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small Business Economics volume*, pages15-30.
- Buttner, E. H. (2001). Examining Female Entrepreneurs' Management Style: An Application of a Relational Frame. *Journal of Business Ethics*, 29, 253-269.
- Clancy, S. (2007). ¿Por qué no hay más mujeres en la cima de la escala corporativa: debido a estereotipos, a diferencias biológicas o a escogencias personales? *Academia, Revista Latinoamericana de Administración*, 38, 1-8.
- Cromie, S. (1987). Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs. *Journal of Occupational Behaviour*, 251-261 .
- Guzmán Cuevas, J., y Rodríguez Gutiérrez, M. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global. *Revista de Economía Mundial*, 381-392.
- Guzmán Cuevas, J., y Rodríguez Gutiérrez, M. J. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global. *Revista de Economía Mundial*, 381-392.
- Hossain, A., Naser, K., Zaman, A., y Nuseibeh, R. (2009). Factors influencing women business development in the developing countries: Evidence from Bangladesh. *International Journal of Organizational Analysis* 17(3), 202-224.

- Lambing, P., y Kuehl, C. (1998). *Empresarios Pequeños y Medianos*. México : PEARSON EDUCACION.
- Ndemo, B., y Maina, F. W. (2007). Women entrepreneurs and strategic decision making. *Management Decision* , 118-130.
- Yordanova, D. I. (2011). The effects of gender on entrepreneurship in Bulgaria: An empirical study. *International Journal of Management*, 289-305.
- (2019-2020). *2019/2020 Global Report* . London : Global Entrepreneurship Research Association, London Business School,.
- ACNUR (eacnur.org). (8 de marzo de 2019). Obtenido de 9 datos sobrecogedores sobre violencia de género en el mundo |: <https://eacnur.org/es/actualidad/noticias/emergencias/9-datos-sobrecogedores-sobre-violencia-de-genero-en-el-mundo>
- Carter, N., y Allen, K. (1997). Size determinants of women-owned businesses: choice or barriers to resources? *Entrepreneurship y Regional Development*, 211-220 .
- Castillero Mimenza, O. (s.f.). *Los 20 países con más violencia de género del mundo*. Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/social/paises-con-mas-violencia-genero#:~:text=Uno%20de%20los%20pa%C3%ADses%20latinos%20con%20mayor%20nivel,de%20mujeres%20sufriendo%20este%20tipo%20de%20abusos.%2017>
- Fernández , R. (8 de marzo de 2021). *STATISTA*. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/977585/tasa-mundial-de-ocupacion-por-genero-y-area-geografica/>
- García , A. K. (13 de febrero de 2021). *El Economista* . Obtenido de <https://www.eleconomista.com.mx/politica/Solo-en-los-primeros-seis-meses-del-2020-fueron-asesinadas-1844-mujeres-en-Mexico-Inegi-20210213-0002.html>
- García, A. (18 de julio de 2020). *Negocios*. Obtenido de <https://businessinsider.mx/datos-no-opiniones-las-mujeres-dan-mejores-resultados-que-los-hombres-al-frente-de-los-negocios-y-empresas/>
- Garriga, J. (01 de marzo de 2019). *La Vanguardia* . Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/cribeo/estilo-de-vida/20190301/47433315918/solo-hay-6-paises-en-el-mundo-en-el-que-las-mujeres-tienen-exactamente-los-mismos-derechos-que-los-hombres.html>

- Gilbert, A. (08 de marzo de 2021). *El Periódico* . Obtenido de lperiodico.com/es/internacional/20210308/8m-encuentra-america-latina-medio-11565151
- (2021). *Global Gender GAP REPORT 2021*. Geneva: World Economic Forum.
- Gobierno de México . (junio de 2018). Obtenido de <https://www.gob.mx/conavim/articulos/brecha-salarial-una-de-las-grandes-barreras-para-la-igualdad-de-genero?idiom=es>
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe:realidades, obstáculos y desafíos*. Santiago de Chile: Naciones Unidas. División de asuntos de Género .
- Hernández , L. (06 de marzo de 2020). Obtenido de <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/solo-el-8-de-ceos-en-mexico-son-mujeres>
- Jamaly, D. (2009). Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries: A relational perspective. *Gender in Management*, 232-251.
- Jesurajan, A. A., y Padian, K. (2011). AN EMPIRICAL INVESTIGATION ON THE FACTORS DETERMINING THE SUCCESS AND PROBLEMS FACED BY WOMEN ENTREPRENEURS IN TIRUCHIRAPALLI DISTRICT - TAMILNADU. *INTERDISCIPLINARY JOURNAL OF CONTEMPORARY RESEARCH IN BUSINESS*, 914-922.
- Loscocco, K. A., y Robinson, J. (1991). BARRIERS TO WOMEN'S SMALL-BUSINESS SUCCESS IN THE UNITED STATES. *Gender y Society*, 511-532.
- Martínez, D. (22 de octubre de 2020). *Feminicidios: Hay 80 víctimas cada mes*. Obtenido de EL HERALDO de México: <https://heraldodemexico.com.mx/nacional/2020/10/22/feminicidios-hay-80-victimas-cada-mes-217552.html>
- McClelland, E., y Swail, J. (2005). Following the Pathway of Female Entrepreneurs: A Six-Country Investigation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour y Research*, 84-107.
- Mendoza , J. (12 de marzo de 2021). *América Latina y Caribe: razones para emprender según mujeres por área 2019*. Obtenido de STATISTA: <https://es.statista.com/estadisticas/1209761/motivacion-mujeres-emprendedoras-america-latina/>

- (2019). *Mujeres y Hombres en Mexico* . INEGI.
- (2019). *Mujeres y Hombres en México 2019*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Nel, P., Maritz, A., y Thongpravati, O. (2010). Motherhood and entrepreneurship: The Mumpreneur phenomenon. *International Journal of Organizational Innovation*.
- Noticias. Antena 3.* (06 de junio de 2019). Obtenido de https://www.antena3.com/noticias/mundo/cifras-violencia-genero-mundo_201906105cfe66180cf2884ddc49cd22.html
- Pascuali, M. (19 de noviembre de 2020). *Statista*. Obtenido de <https://es.statista.com/grafico/19263/paises-con-mas-mujeres-empendedoras/>
- Pascuali, M. (01 de abril de 2021). *Statista*. Obtenido de <https://es.statista.com/grafico/21040/brecha-salarial-de-genero-en-america-latina/>
- Rodriguez, M. J., y Santos, F. J. (2008). La actividad emprendedora de las mujeres y el proceso de creación de. *ICE. El papel de los empresarios en la economía* , 117-132.
- StartUp Training*. (2020). Obtenido de <https://www.startuptraining.com/por-que-son-mejores-las-mujeres-ceo-que-los-hombres-ceo/>.