

Scientia et PRAXIS

Vol. 04. No.07. Ene-Jun (2024): 31-57

<https://doi.org/10.55965/setp.4.07.a2>

eISSN: 2954-4041

“Necesidad y oportunidad” como motivaciones para el emprendimiento femenino en Latinoamérica

“Need and opportunity” as motivations for female entrepreneurship in Latin America

Natalia Aguilar-Rosado. ORCID: [0009-0004-9459-8011](https://orcid.org/0009-0004-9459-8011)

Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA)

Universidad de Guadalajara (UdeG)

México.

e-mail: natalia@academicos.udg.mx

Alejandro Campos-Sánchez. ORCID: [0000-0001-8768-3104](https://orcid.org/0000-0001-8768-3104)

Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA)

Universidad de Guadalajara (UdeG)

México

e-mail: a.campos@cucea.udg.mx

Palabras Clave: emprendedora, disparidad salarial, desempleo, emprendimiento femenino, motivación.

Keywords: entrepreneur, female entrepreneurship, wage gap, unemployment, motivations.

Recibido: 3-Dic-2023; **Aceptado:** 13-Mar-2024

RESUMEN

Contexto. Iniciar un negocio es una acción intrínseca tanto para cualquier ser humano sin importar su sexo; no obstante, lo que recorren las mujeres difiere considerablemente por diversas razones.

Problema. A pesar de la creciente tendencia de la participación de mujeres en el campo del emprendimiento, aún se identifican en las estadísticas plasmadas en distintos reportes, elementos que inhiben el emprendimiento femenino en México y Latinoamérica, o que al menos inciden en las motivaciones para realizar la actividad emprendedora.

Objetivo. Identificar las motivaciones que llevan a la mujer latinoamericana, en particular la mexicana, a emprender, analizando la situación actual en el ámbito social y económico de las mujeres, abordando temas como el desempleo, la disparidad salarial y la discriminación.

Metodología. Se emplea una metodología mixta; una revisión de literatura acompañada de análisis estadísticos descriptivo e inferencial. Mediante una revisión de literatura y una selección de datos estadísticos se analiza el tema del emprendimiento femenino en Latinoamérica. Se consultaron informes disponibles de distintas organizaciones e iniciativas como, el **GEM**, u organismos e instituciones como el **INEGI** o **CEPAL**, e incluso reportes de organismos particulares como **Statista**, así también, artículos de diversos autores referentes en el tema. Finalmente, se realiza una discusión y se llega a conclusiones.

Hallazgos Teóricos y Prácticos. Se presentan datos estadísticos reveladores sobre las brechas entre mujeres y hombres en aspectos como la ocupación de puestos directivos, la tasa de empleabilidad y se demuestra mediante un análisis de la *t* de *student* que, en un lapso de 5 años, de 2018 a 2023, no se ha logrado reducir de manera significativa la brecha salarial, siendo este una de las principales motivaciones emprendedoras para las mujeres.

Originalidad desde el punto de vista transdisciplinar y de innovación sostenible. Existen escasas investigaciones dentro del ámbito del emprendimiento femenino en América Latina que examinen motivaciones individuales. Este enfoque puede contribuir a la creación o establecimiento de políticas públicas o institucionales destinadas a fomentar el emprendimiento femenino.

Conclusiones y limitaciones. La revisión de literatura realizada respalda la noción de que el emprendimiento realizado por mujeres surge más por necesidad que por el reconocimiento de facto de oportunidad. Este trabajo analiza información de diferentes fuentes, una limitante al momento de

analizar un valor en específico, por lo cual, se recomienda a futuro un estudio cuantitativo a profundidad.

ABSTRACT

Context. Entrepreneurship is an intrinsic action for men and women; however, the path women must take differs significantly for various reasons.

Problem. Despite the upward trend in the presence of women in the business field, significant social, cultural, and financial limitations persist, influencing the pursuit of social equality.

Purpose. To identify motivations leading Latin American women, particularly Mexicans, to start their businesses, conducting an analysis of social and economic conditions of women, addressing aspects such as wage disparity, and discrimination in related aspects.

Methodology. A mixed methodology, that includes a literature review accompanied with descriptive and inferential statistical analyses is employed. Through a literature review and a selection of statistical data, the topic of female entrepreneurship in Latin America is analyzed. Sources such as the Economic Commission for Latin America and the Caribbean (**ECLAC**), Global Entrepreneurship Monitor (**GEM**), Statista, and the National Institute of Statistics and Geography (for its acronym in Spanish **INEGI**) reports were consulted, along with academic contributions by different authors.

Findings. Revealing data are presented regarding the existing gaps between women and men in terms of aspects such as high-level managerial position occupancy and employment rate. This data demonstrates through a *t-student* analysis that in a 5-year time-lapse, from 2018 to 2023, the salary gap hasn't significantly decreased, and this turns into one of the main entrepreneurial motivations for women.

Originality from a transdisciplinary and sustainable innovation point of view. There is a scarcity of research within the field of female entrepreneurship in Latin America focusing on examining individual motivations. This approach can contribute to the design public or institutional policies aimed at promoting female entrepreneurship.

Conclusions and limitations. The literature review supports the notion that female entrepreneurship arises more out of necessity than opportunity. This study relies on analyzing information from various sources, which poses a limitation when attempting to analyze a specific variable. Therefore, to

comprehend a phenomenon like explaining the differences in motives for entrepreneurship between genders, it would be necessary to obtain specific data, requiring an in-depth study.

1. INTRODUCCIÓN

La acción de iniciar un negocio es intrínseca para cualquier persona sin importar su sexo; sin embargo, el camino que recorren las mujeres difiere considerablemente por diversas razones. En general, el emprendimiento femenino suele ser una actividad adicional a su empleo formal, generalmente con pequeños negocios con el fin de aumentar sus ingresos.

A lo largo del tiempo, las mujeres han evolucionado en la sociedad así como en aspectos económicos, aunque las disparidades de género en el emprendimiento persisten. A pesar de numerosos estudios sobre los obstáculos que enfrentan las mujeres emprendedoras, la mayoría se ha centrado en los apoyos legales y financieros ofrecidos (Acs et al., 2009; Jamali, 2009; Ndemo y Maina, 2007).

Sin embargo, se ha descuidado el análisis del entorno de las mujeres en la sociedad, obviando la incidencia que este entorno puede tener en sus deseos y decisiones. Por esto, el presente trabajo se enfoca en profundizar en los factores sociales que se convierten en motivaciones para ellas, partiendo de un reconocimiento del entorno y tomando como base informes y datos que hacen evidente el enfoque.

Los resultados son congruentes con la noción de que el emprendimiento femenino surge más por una condición de necesidad que por la detección de una oportunidad benéfica para ellas. Estos resultados también establecen las directrices para investigaciones futuras, ya que la presencia de mujeres en el mundo empresarial, a pesar de su tendencia ascendente, aún enfrenta limitaciones sociales, culturales y financieras las cuales son relevantes para lograr la igualdad social.

2. CONTEXTUALIZACIÓN

Los desafíos que enfrentan las emprendedoras femeninas no difieren de los que enfrentan los varones; sin embargo, a pesar de enfrentar los mismos desafíos, las motivaciones para emprender suelen ser distintas. Según estadísticas del Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2020) se identificaron cuatro motivaciones principales para emprender:

1. Lograr marcar una diferencia para el mundo;
2. Llegar a un nivel alto en la generación de ingresos;
3. Mantener y dar continuidad una tradición de familia;
4. Generarse un ingreso para vivir a consecuencia de la escasez de empleo.

Siempre han existido diferencias entre ambos sexos, pero es probable que se extiendan hasta el punto de determinar los motivos para emprender un negocio propio.

Resulta intrigante observar cómo, a diferencia de los hombres cuyas motivaciones suelen ser construir riqueza o mantener tradiciones familiares, las mujeres argumentan con mayor frecuencia "marcar una diferencia en el mundo" y "ganarse la vida por falta de empleos" (GEM, 2020), estos argumentos coinciden con los resultados obtenidos en el estudio realizado por Campos y Lara (2023), donde se concluye que entre los valores explicativos en la intención emprendedora, destaca la adaptación en el entorno, considerándose como transformación en habilidades de resiliencia y utilizar lo disponible para generar valor (2023).

La diferencia entre las motivaciones por género, nos hace plantearnos cuestiones sobre las motivaciones y aspiraciones de las mujeres para hacer una diferencia y el motivo por el cual los varones buscan la generación de mayor riqueza. Además, cuestiona la razón de que en negocios familiares y la continuación de tradiciones, los legados se le otorgan como tarea de manera común a los hombres y no a las mujeres (GEM, 2020). Cuando se aborda el emprendimiento, la cuestión de la equidad de género es inevitable. México, al igual que otros países latinoamericanos, refleja las diferencias en el tratamiento del trabajo femenino, arraigadas en la cultura que históricamente ha mantenido a hombres y mujeres en roles distintos.

Desde épocas pasadas, la mujer mexicana ha enfrentado la percepción de que su valía estaba limitada al hogar; aunque esta perspectiva ha evolucionado con el tiempo, la mujer emprendedora representa una nueva faceta en la historia laboral de la mujer (Jaramillo- Pinzón, 2023). A pesar de los avances, la presencia femenina en el ámbito empresarial aún encuentra obstáculos significativos.

Los estereotipos de género también influyen en los tipos de sector en que las mujeres deciden emprender. Dadas sus cualidades inherentes, como calidez y ternura, no sorprende que

muchas mujeres se orienten hacia negocios de servicios, destacándose en campos como salud y educación. Además, sectores tradicionalmente dominados por hombres, como el automovilístico, están experimentando un aumento en la participación femenina en el emprendimiento (INMUJERES, 2007).

La fuerza de las mujeres latinoamericanas es reconocida globalmente, contribuyendo a que la región sea líder en emprendimiento femenino. África, específicamente Angola, también presenta resultados destacados, superando a potencias europeas en términos de emprendimiento femenino (GEM, 2020). Sin embargo, ambas regiones siguen enfrentando desafíos significativos relacionados con la violencia de género.

Con lo que se ha analizado hasta ahora, surgen preguntas detonadoras como: ¿Qué factores impulsan a las mujeres a emprender principalmente como respuesta a una necesidad y no así por la detección espontánea o planeada de una oportunidad? El objetivo de esta investigación se centra en analizar estadística descriptiva acerca de las causas que influyen en las decisiones de las mujeres para crear empresas, considerando que los estereotipos sociales juegan un rol importante y las diferencias entre los géneros se hacen más evidentes en el entorno empresarial. El objetivo general es, mediante análisis estadísticos y contraste de teoría, concluir si el emprendimiento femenino tiene motivaciones asociadas más a la existencia de una necesidad, o existen condiciones para determinar que lo hacen por el reconocimiento de una oportunidad, mientras que el objetivo específico implica describir los factores que influyen en la decisión emprendedora de las mujeres en la actualidad, utilizando una revisión de literatura sobre la participación de las mujeres en el ámbito de los negocios, su motivación para emprender, así como datos estadísticos globales y nacionales, que analizan las realidades que las llevan a desafiar el *statu quo*.

3. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Para este trabajo de investigación, se ha realizado una revisión de literatura en diferentes aspectos, que permiten contextualizar el fenómeno a analizar. De esta forma, se ha logrado extraer y analizar, literatura relevante que permite entender desde lo general hasta lo particular lo que se discute en este trabajo. Se comienza con un recuento de aportaciones fundamentales en temas como el fenómeno emprendedor, para posteriormente enfocar el análisis en el emprendimiento femenino y sus aspectos positivos y negativos. Se realiza una recisión respecto a los obstáculos y

barreras para el emprendimiento de las mujeres, desde el ámbito social, los estereotipos de género, o limitantes exógenas como la situación de pandemia en 2019-2021, y los desafíos actuales que enfrentan las mujeres que desean emprender.

3.1. El Fenómeno Emprendedor

En cualquier investigación que aborde el fenómeno del emprendimiento, es esencial examinar diversas perspectivas, ya sea desde un enfoque empresarial, institucional o psicológico.

El análisis empresarial adquiere relevancia al considerar las implicaciones para el desarrollo de las regiones, generando mayores ingresos para la población y contribuyendo al bienestar familiar. Acs, et al. (2004) señalan que esto es aplicable a México, donde el emprendimiento representa una fuente crucial de empleo y un motor para la economía. Según la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (**ENAPROCE**) realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2018), las PYMES generan el 72% del empleo y el 52% del PIB en el país. En la conceptualización del emprendimiento de negocios, se aborda como una conducta en la que individuos o grupos desarrollan nuevas empresas que generan valor, ya sea en respuesta a necesidades existentes o para aprovechar oportunidades en el entorno (Nel et al., 2010). Las mujeres y hombres emprendedores se definen como aquellos que, por necesidad u oportunidad, asumen el riesgo asociado a crear empresas, ya sean innovadoras o más tradicionales (Lambing y Kuehl, 1998).

3.2. Enfoque en el Emprendimiento Femenino y Motivaciones

Al abordar el emprendimiento desde una perspectiva de género, surge la pregunta sobre los factores motivacionales que diferencian a mujeres y hombres emprendedores. Estudios indican que las mujeres tienden a vincular sus objetivos económicos con el deseo de ayudar a otros y buscan incorporar aspectos sociales en sus emprendimientos, en comparación con los hombres (Harris et al., 2008). Por su parte, los hombres suelen emprender por motivos financieros, las mujeres buscan superar la insatisfacción en sus carreras actuales, priorizando sus necesidades personales independientemente de las ganancias o pérdidas a lo largo del proceso (Cromie, 1987).

3.3. Aspectos Positivos y Negativos del Emprendimiento Femenino

La literatura destaca aspectos positivos y negativos relacionados con el emprendimiento femenino. McClelland y Swail (2005) resaltan la oportunidad que representa emprender, mientras que los aspectos negativos se relacionan con las causas subyacentes a esta decisión, como el desempleo, la necesidad de mayores ingresos y la insatisfacción laboral en un mercado inflexible (Carter y Allen, 1997). Además, es importante resaltar que se reconoce en la literatura que una de las variables más importantes en la detonación del emprendimiento, son las condiciones económicas, es decir, cuando la situación económica de un sujeto es precaria, tienden a emprender más, y esto habla precisamente de la necesidad como motivación (Ruiz-Rosa et al. 2020; Rodríguez-García, 2022).

Limitaciones como el acceso limitado a financiamiento y el ambiente conservador en países en desarrollo contribuyen a que las mujeres enfrenten obstáculos al emprender (Loscocco y Robinson, 1991; Hossain, et al. 2009). Las estadísticas del Global Entrepreneurship Monitor sugieren que los hombres mencionan “Continuar una tradición familiar” como motivo para emprender, mientras que las mujeres no lo destacan de la misma manera (GEM, 2020).

3.4. Desafíos y Obstáculos en el Emprendimiento Femenino

A pesar de la contar con menos opciones de financiamiento, el supuesto fracaso del emprendimiento femenino no se atribuye principalmente a ello. Carter y Allen (1997) sugieren que el éxito o fracaso se relaciona más con características específicas de la empresa, como su tamaño, edad, sector, y la dificultad para acceder a recursos de todo tipo y así como la carencia de oportunidades, lo que limita el crecimiento (Yordanova, 2011). La pequeña empresa, asociada con mayores riesgos, enfrenta desafíos adicionales que pueden afectar el éxito empresarial (Clancy, 2007).

3.5. Barreras Sociales y de Género en el Emprendimiento Femenino

El enfrentamiento de diversas barreras es una realidad para las mujeres emprendedoras, desde la falta de apoyo financiero hasta la dependencia familiar, lo que afecta la toma de decisiones propias y restringe el crecimiento del proyecto. Las barreras sociales y culturales

también influyen en el emprendimiento femenino, marcando estigmas que dificultan el avance de las mujeres en este ámbito.

3.6. La Mujer y las Barreras Sociales

Las barreras que enfrentan las mujeres, desde su infancia hasta su participación en la vida laboral, contribuyen al distanciamiento entre sus habilidades y logros. Esta brecha de género, presente en todo el mundo, se acentúa por leyes establecidas en diferentes países. Actualmente, solo seis países han alcanzado la igualdad de derechos entre hombres y mujeres (Garriga, 2019).

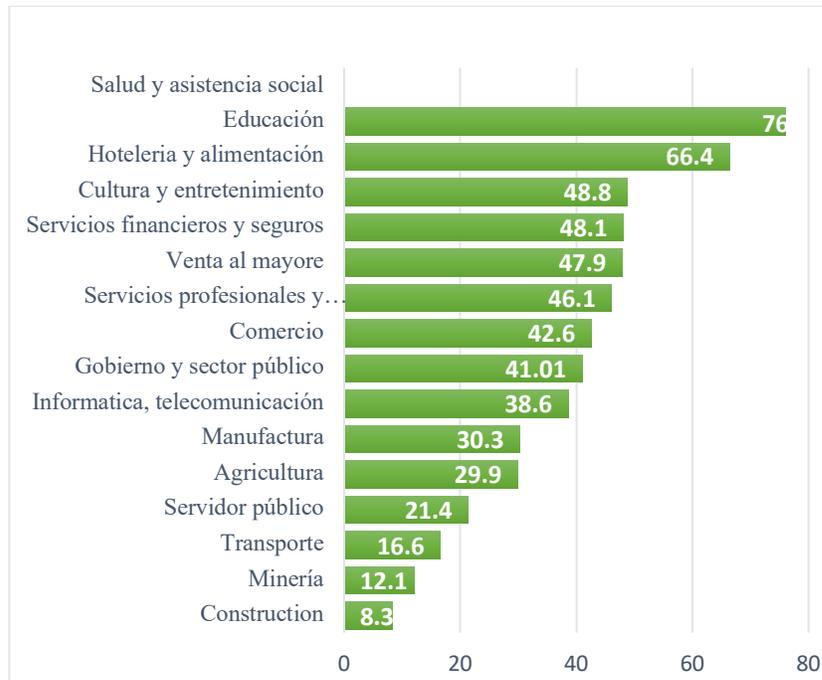
La falta de derechos básicos, como la capacidad de trabajar o iniciar negocios, sigue siendo un desafío para las mujeres, quienes a menudo son excluidas de roles familiares tradicionales, a pesar de poseer las cualidades necesarias. Esta desigualdad de género tiene consecuencias graves, contribuyendo a la perpetuación de la violencia contra las mujeres, especialmente en países menos desarrollados (Antena 3, 2023).

3.7. Mujer y Pandemia

La pandemia del **COVID-19** fue un agravante en la situación de las mujeres en el ámbito laboral. La tasa de desempleo femenino superó o a la masculina desde el inicio de la pandemia, y la reintegración al trabajo fue más lenta y con tasas de contratación más bajas. Como se muestra en la **Gráfica 1**, antes de la pandemia, las mujeres se concentraban mayormente en sectores afectados gravemente por las restricciones, como salud, educación, hospedaje y servicios de comida, lo que explica su mayor vulnerabilidad al desempleo según datos del World Economic Forum (WEF, 2021).

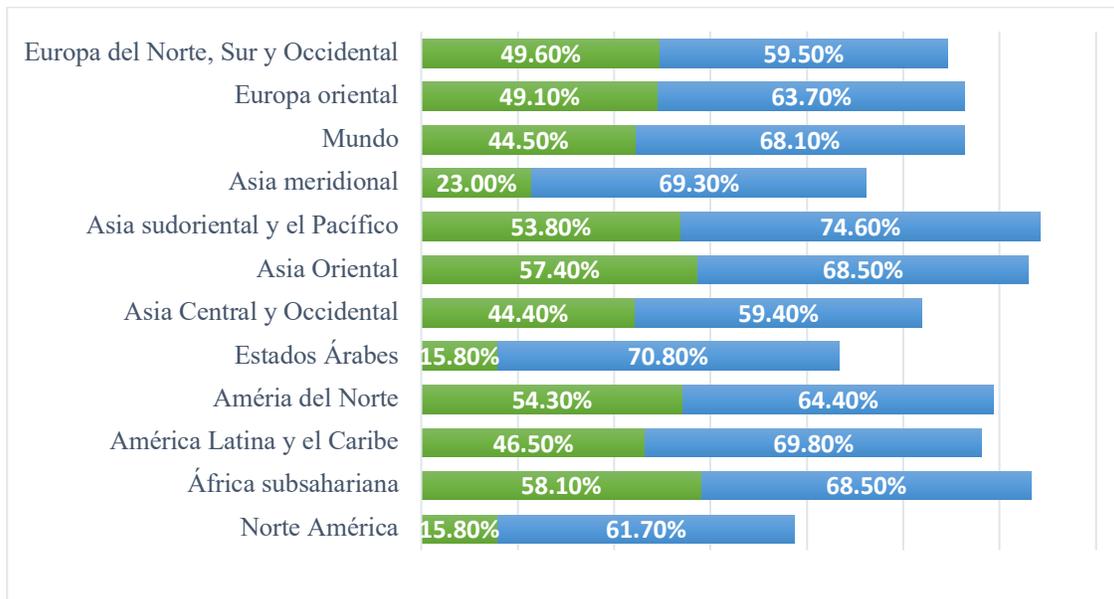
Además de lo anterior, la **Gráfica 2** muestra información estadística acerca de la Tasa de empleo por género en el año 2023 en diversas regiones del globo (WEF, 2023), evidenciando la disparidad en este aspecto. Los datos correspondientes a los hombres se resaltan en color azul, mientras que los correspondientes a las mujeres se destacan en verde.

Gráfica 1. Tasa de empleos de mujeres por sector en 2019



Fuente: World Economic Forum (2021)

Gráfica 2. Estadística global respecto a la Tasa de empleo por género en 2020



Fuente: Statista (2021).

La persistente lucha por el reconocimiento ha sido constante, y a pesar de algunos casos de éxito, un estudio de McKinsey & Company (2023), señala que las mujeres acceden a promociones laborales en menor medida que los hombres; estos tienen 88 veces más probabilidades de llegar a posiciones de alto liderazgo. Además, se destaca que el salario de las mujeres en niveles *senior* es un 22% menor que el de los hombres.

Siendo una minoría en todos los mercados laborales del mundo y enfrentando desproporcionadamente el desempleo derivado de la pandemia, las mujeres se han visto obligadas a reinventarse para sobrevivir una vez más.

3.8. Mujer y Emprendimiento

Luego de analizar la situación de la mujer desde diversas perspectivas, se examinan los verdaderos motivos que la impulsan a convertirse en emprendedora. A pesar de que los estudios anteriores se han centrado en la importancia del acceso a recursos financieros e información en el emprendimiento, Allen (2008), destaca otros factores disposicionales, como la condición social, el entorno y los lazos tanto afectivos como sociales, que influyen en la decisión de emprender.

En América Latina, las opciones laborales para las mujeres se ven limitadas por la responsabilidad compartida entre el hogar y el trabajo. La oportunidad de independencia proporciona a las mujeres un mayor control sobre su tiempo y genera ingresos propios (Heller, 2010).

En entornos laborales homogéneos, las mujeres inicialmente se enfrentan a actitudes como galantería, frivolidad e indiferencia. A pesar de esto, a lo largo de los años, las mujeres han logrado permanecer y ascender a altos cargos. Sin embargo, es sorprendente que sólo el 9% de los empresarios exitosos listados en Forbes sean mujeres. Esto se atribuye a los límites profesionales que enfrentan las mujeres, conocidos como "techos de cristal". A pesar de estas barreras, las mujeres directivas tienden a adoptar un estilo de liderazgo más abierto, participativo y democrático, según estudios (Guzmán Cuevas y Rodríguez Gutiérrez, 2008).

En el estudio realizado por McKinsey & Company (2022), destaca cinco razones por las cuales las mujeres pueden ser mejores **CEO** que los hombres. Además de poseer 16 de los 20 rasgos característicos de un buen **CEO**, las mujeres exhiben humildad, confianza y credibilidad.

También se señala que las empresas lideradas por mujeres generan mayores utilidades y tienen un desempeño más sólido a lo largo del tiempo. Eliminar las brechas de género en el sector empresarial, como sugiere el estudio de McKinsey & Company (2022), podría tener un impacto significativo en la economía mexicana, aumentando significativamente el Producto Interno Bruto, así como la rentabilidad de las empresas en el país. Además, las mujeres poseen cualidades naturales que las convierten en líderes efectivas, como la empatía y la sensibilidad (Revista Agenda, 2020).

4. METODOLOGÍA

La presente investigación se realiza mediante una metodología mixta de alcance descriptivo y explicativo. En primera instancia, se conduce una revisión sistemática de literatura, para establecer el estado del arte del tema de emprendimiento desde la perspectiva de género, analizando en revistas indexadas, aquellos artículos que aborden temas como, emprendimiento femenino, emprendimiento con perspectiva de género, liderazgo empresarial femenino, entre otros. Así mismo, se revisaron distintos reportes, portales e informes, para seleccionar aquellos que ofrecieran datos alineados directamente con el tema que se estudia. Una vez seleccionadas las fuentes de información estadística, se procede a extraer, clasificar y analizar la información estadística disponible y realizar una interpretación de la misma contrastando con la literatura previamente revisada. Las fuentes de información seleccionadas fueron la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Statista, y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Además, se incorporan a este análisis las contribuciones de distintos autores de reconocida autoridad en la materia, cuyos trabajos y perspectivas aportan una riqueza significativa al entendimiento del tema en cuestión.

Este enfoque metodológico permite contextualizar de manera integral la información recabada, brindando así una base sólida y fundamentada para abordar la temática relacionada con el emprendimiento femenino en Latinoamérica. Adicionalmente, en la fase cualitativa, para los datos de la brecha salarial entre hombres y mujeres del año 2018 y 2023 en Latinoamérica, se realizó una prueba *t* para comparar medias y contrastar las hipótesis nula y alternativa establecidas.

5. RESULTADOS

De acuerdo con los contenidos del reporte 2019-2020 del **GEM**, en un grupo de 50 personas, las motivaciones más comunes para emprender son:

Tabla 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 (2021).

En la **Tabla 1**, se muestra la proporción de hombres y mujeres que declaran que su motivación para crear una empresa se alinea con lo mencionado por el reporte **GEM 2019-2020**. En la tabla identificamos que, para las mujeres, “marcar una diferencia en el mundo” y “ganarse la vida por falta de empleos” son las motivaciones más mencionadas.

Los datos del INEGI (2019) (Ver **Tabla 2**), demuestran de una forma contundente que aún se vive mucha disparidad aún entre mujeres y hombres dentro de los espacios laborales, sobre todo cuando se trata de distribución de los salarios.

La **Tabla 2** muestra que, aun cuando el porcentaje de mujeres que culmina la educación universitaria supera al porcentaje de hombres que lo hacen, estos últimos siguen percibiendo mayores salarios u accediendo a mejores puestos. El porcentaje de mujeres que reciben un promedio de 2 salarios mínimos es superior a los hombres, pero si analizamos las percepciones en el rango de 2 hasta 5 o más salarios mínimos, encontramos un mayor porcentaje de hombres. Por ende, el promedio de ingreso mensual real de las mujeres es menor a de los hombres.

Tabla 2. Datos estadísticos comparativos Mujeres-Hombres 2019

Concepto	Mujeres	Hombres
Nivel de instrucción (%): 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)

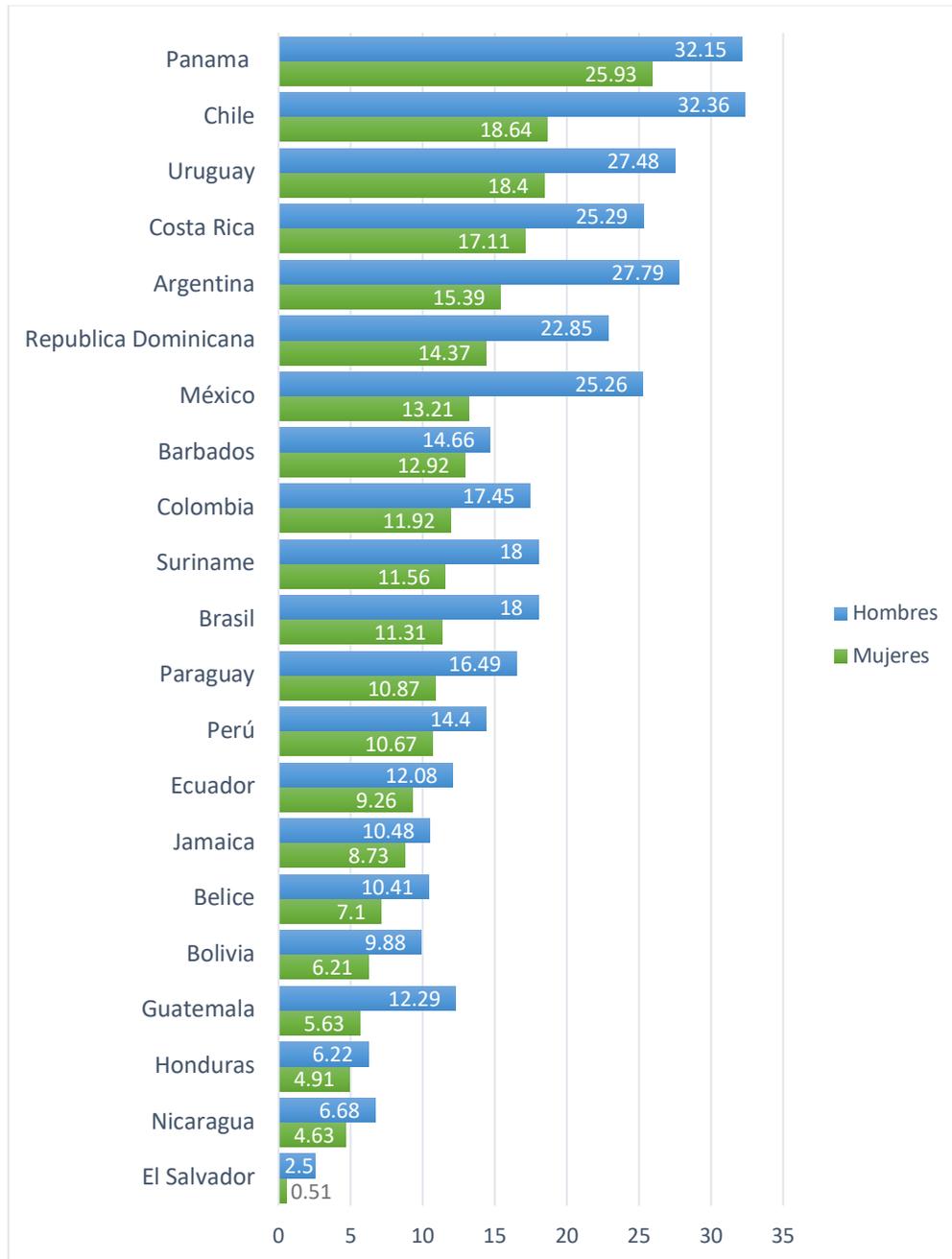
Según información disponible en la página del Gobierno de México (**GOBMEX**, 2018), uno de los elementos principales de la desigualdad de género, lo encontramos en las brechas salariales en nuestro país. En promedio, el ingreso de las mujeres en México es 54 por ciento inferior al de los hombres. Esto puede considerarse importante al reconocer que tan solo el 48 por ciento de las mujeres en edad laboral en México, se encuentran realizando una actividad laboral.

Como se observa en la **Gráfica 3**, México se encuentra en la posición número 7 (por debajo de países como Panamá, Chile, Uruguay, Costa Rica, Argentina y República Dominicana) en lo que se refiere a la equidad salarial con respecto al resto de los países en la región.

Para paliar este escenario adverso, dos opciones podrían mejorar la situación; una, es que las mujeres comiencen a acceder a los puestos más altos de la dirección en los empleos, y la otra, es que opten por el emprendimiento como alternativa de autoempleo.

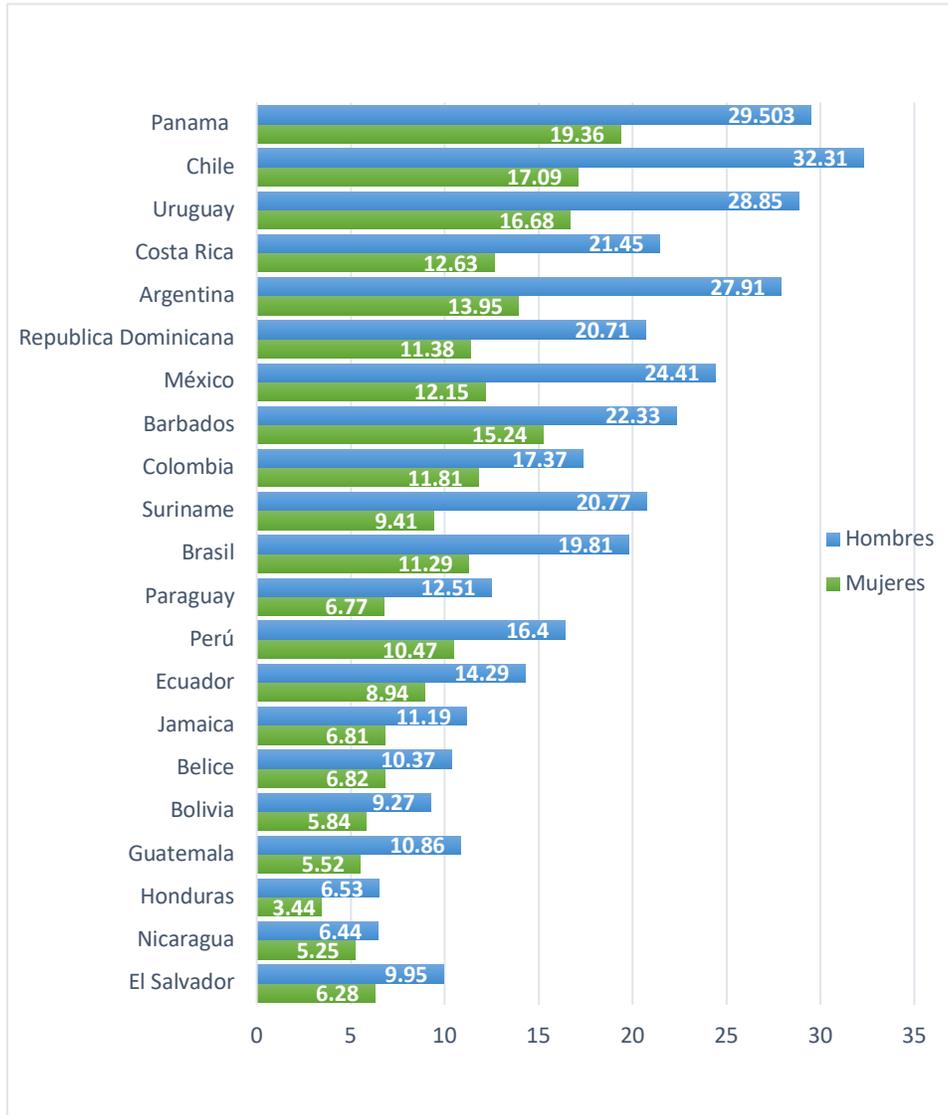
Es importante mencionar, que los datos de brecha salarial han tenido afectaciones desde la pandemia por **COVID-19**. Haciendo una comparativa de los datos del *Global Gender Gap Report* publicado por el Foro Económico Mundial (WEF, 2018) (**Gráfica 4**), con los datos del mismo reporte en 2023, encontramos que la brecha ha tendido a incrementarse.

Gráfica 3. Brecha salarial de género en América Latina 2023



Fuente: Elaboración propia adaptado de WEF (2023).

Gráfica 4. Brecha salarial de género en América Latina 2018



Fuente: Elaboración propia adaptado de WEF (2023).

De acuerdo con los datos del *Global Gender Gap Report* publicado por el Foro Económico Mundial (WEF, 2023) el promedio de ingreso anual de las mujeres latinoamericanas (expresado en miles de dólares americanos) fue de 11.7, mientras que el ingreso promedio de los hombres era de 17.7, es decir existe una brecha salarial promedio de 6.0 miles de dólares. Si remontamos a datos del año 2018, antes de la pandemia por **COVID-19**, el ingreso promedio anual (en miles de dólares americanos) de las mujeres en Latinoamérica fue de 10.3 mientras el ingreso promedio

de los hombres en este mismo año fue de 17.7, lo que muestra una brecha salarial promedio de 7.4 miles de dólares. Esto podría indicar que, aunque de manera insuficiente, la brecha salarial en la región ha disminuido en el último sexenio, sin embargo, para comprobar de manera más robusta la veracidad de esta aparente reducción, planteamos las siguientes hipótesis que probaremos mediante una comparación de medias.

H₀ La media de la brecha salarial entre mujeres y hombres en 2023 no presenta variaciones significativas con respecto a la de 2018

H₁ La media de la brecha salarial entre mujeres y hombres en 2023 presenta una disminución significativa con respecto a la de 2018

Tabla 3. Datos de los ingresos de mujeres, hombre, y brechas 2018 y 2023

País	2018		2023		Brecha 2018	Brecha 2023
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres		
El Salvador	6.28	9.95	4.63	6.68	3.67	2.05
Nicaragua	5.25	6.44	4.91	6.22	1.19	1.31
Honduras	3.44	6.53	5.63	12.29	3.09	6.66
Guatemala	5.52	10.86	6.21	9.88	5.34	3.67
Bolivia	5.84	9.27	6.99	11.4	3.43	4.41
Belice	6.82	10.37	7.1	10.41	3.55	3.31
Jamaica	6.81	11.19	8.73	10.48	4.38	1.75
Ecuador	8.94	14.29	9.26	12.08	5.35	2.82
Perú	10.47	16.4	10.67	14.4	5.93	3.73
Paraguay	6.77	12.51	10.87	16.49	5.74	5.62
Brasil	11.29	19.81	11.31	18	8.52	6.69
Suriname	9.41	20.77	11.56	18	11.36	6.44
Colombia	11.81	17.37	11.92	17.45	5.56	5.53
Barbados	15.24	22.33	12.92	14.66	7.09	1.74
México	12.15	24.41	13.21	25.26	12.26	12.05
Republica Dom.	11.38	20.71	14.37	22.85	9.33	8.48
Argentina	13.95	27.91	15.39	27.79	13.96	12.4
Costa Rica	12.63	21.45	17.11	25.29	8.82	8.18
Uruguay	16.68	28.85	18.4	27.48	12.17	9.08
Chile	17.09	32.31	18.64	32.36	15.22	13.72
Panamá	19.36	29.503	25.93	32.15	10.143	6.22
Media	10.34	17.77	11.70	17.70	7.43	5.99
Varianza	18.61	59.55	27.26	62.12	14.68	12.54

Desv. Std	4.42	7.91	5.35	8.08	3.93	3.63
------------------	------	------	------	------	------	------

Fuente: Elaboración propia con datos del Global Gender Gap Report 2018 y 2023

Tabla 4. Datos para comprobación de hipótesis

Año	Media (X)	Desv. Estándar (S)	Número de muestras (n)
Brecha 2018	7.43	3.93	21
Brecha 2023	5.99	3.63	21

Fuente: Elaboración propia

Figura 1. Fórmulas para comprobación de medias en muestras pequeñas.

$$tp = \frac{(X1-X2)}{\sqrt{\left(\frac{Sc2}{n1} + \frac{Sc2}{n2}\right)}} \quad Sc = \frac{(n1-1)S1^2 + (n2-1)S2^2}{(n1+n2-2)}$$

$$tp = \frac{(7.43-5.99)}{\sqrt{\left(\frac{204.77}{21} + \frac{204.77}{21}\right)}} \quad Sc = \frac{(21-1)3.93^2 + (21-1)3.63^2}{(21+21-2)} \quad tp = \frac{1.44}{\sqrt{19.50}} = .326$$

Fuente. Elaboración propia

Considerando que la suma del tamaño de las muestras es 42 y por ende los grados de libertad para el cálculo son 40, para un nivel de confianza de 95% y el valor de significación deseado es .05, entonces, de conformidad con las tablas el cálculo del valor crítico *tc* es de 1.6839

Así entonces, para nuestro experimento, el valor *t* de prueba *tp* (.326) es menor que el valor crítico *tc* (1.630). Por tanto, aceptamos la hipótesis nula **H₀** y concluimos que, a pesar de observar una disminución nominal de la brecha salarial entre hombres y mujeres del 2018 al 2023, en realidad no se trata de una disminución significativa, ya que la prueba de medias comprueba un comportamiento similar entre los datos de ambos años, rechazando así la hipótesis alternativa **H₁**.

En congruencia con lo anterior, de acuerdo a un estudio realizado por McKinsey & Company a 50 compañías con más de 1 millón de empleados (citado en Hernandez,2020), en México 8% de los puestos ejecutivos como el **CEO** son ocupados por mujeres (Ver Tabla 5). En este reporte además, se menciona que las promociones de nivel a las que acceden las mujeres son mucho menos que las promociones a las que acceden los hombres; se menciona que los hombres tienen 88 veces más probabilidades de alcanzar puestos directivos de alto nivel. Aunado a todo esto, se menciona que los salarios de las mujeres en estos puestos de alto nivel son 22% más bajos que los de los hombres.

Tabla 5. Representación por género en puestos directivos.

Puesto	Hombres	Mujeres
CEO	92%	8%
Comité Ejecutivo	90%	10%
Vicepresidentes <i>senior</i>	84%	16%
Vicepresidentes	81%	19%
Gerentes <i>Senior</i> y directores	75%	25%
Gerentes y Administrativos.	65%	35%

Fuente: McKinsey&Company citado por Hernández (2020).

6. DISCUSIÓN

A pesar de ser cada vez más reconocidas por sus capacidades y aportaciones en el campo laboral, el rol de la mujer sigue siendo desigual en todo el mundo. Aunque la participación económica de las mujeres ha aumentado a nivel nacional, según datos del censo del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI, 2019), aún existen estados donde su participación está por debajo del 40%. En los reportes del Foro Económico Mundial (WEF, 2021) se reconoce que las mujeres realizan contribuciones fundamentales al desarrollo, ya sea como asalariadas o empresarias, pero también se menciona que la discriminación y las barreras persistentes siguen siendo una realidad.

Ante la información descrita y analizada anteriormente, una alternativa para las mujeres es la búsqueda de empleos en los nuevos emprendimientos, con condiciones de igualdad y equidad salarial, o bien, el autoempleo.

En este sentido, es importante recordar que cada día surgen nuevos negocios en diversos puntos del planeta, y como es común en todo inicio empresarial, los emprendedores aspiran a sobrevivir el primer año y expandirse. La señal más clara de este crecimiento se refleja en el aumento del personal, lo cual se espera que sea consecuencia del desarrollo del negocio. De acuerdo con el informe del GEM (2020), la expectativa de generación de empleos por parte de los emprendedores en México en los primeros años es bastante modesta. Menos del 10 % tiene la intención de aumentar de 1 a 5 empleos, indicando expectativas de crecimiento modestas. Sin embargo, aquellos que buscan crear más de 6 nuevos empleos superan el 10 por ciento.

El mismo informe del GEM (2020), sugiere que las restricciones en las leyes laborales podrían ser una de las causas detrás de las escasas aspiraciones de crecimiento para los nuevos empleadores. A pesar de ello, estos valores son bajos, y a medida que disminuye el número de nuevos empleos, también se reduce la oportunidad para las mujeres de acceder al empleo en un entorno predominantemente masculino. Situaciones como la discriminación se manifiestan en estas circunstancias. Conforme a datos del INEGI (2019), el 29.5% de las mujeres en la mayoría de edad, reportaron haber sufrido discriminación simplemente por ser mujeres; esta cifra es notablemente elevada, por el contrario, tan solo el 5.4% de los hombres mencionaron haber sufrido algún tipo de discriminación por razón de género.

Estudios sobre discriminación en México revelan que las mujeres en estratos socioeconómicos medio-alto (19.5%) y alto (25.8%) perciben más la discriminación que aquellas en estratos socioeconómicos bajo (16.4%) o medio-bajo (20.7%), como en el realizado por INEGI (2019). Esto podría sugerir que a medida que las mujeres tienen más oportunidades de avanzar en la sociedad y el mundo empresarial, las brechas para evitarlo se amplían. A nivel nacional, las principales preocupaciones para las mujeres en edad laboral son:

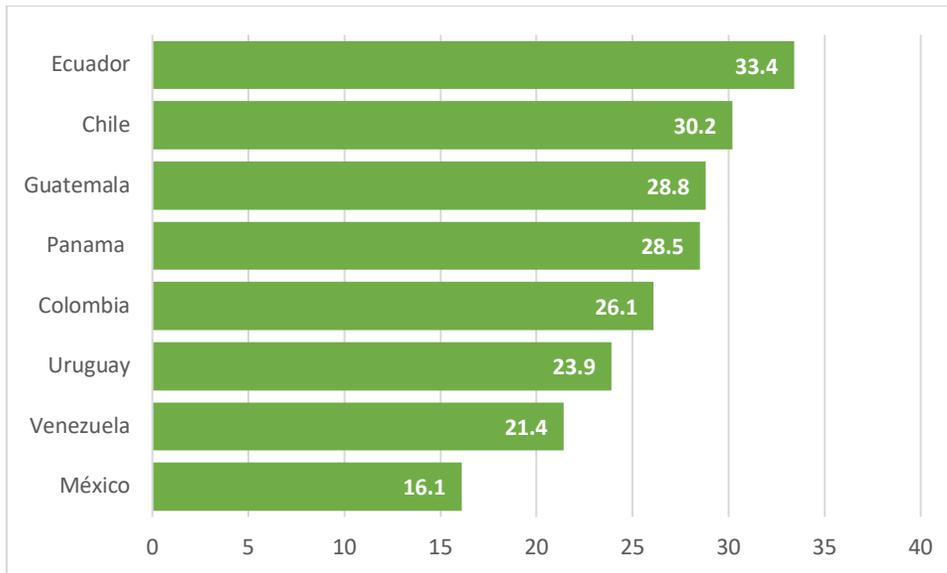
1. Delincuencia e inseguridad (29.9%)
2. Violencia contra las mujeres (23.9%)
3. Falta de oportunidades laborales (13%)
4. Machismo (12.3%)
5. Desigualdad entre hombres y mujeres (11.8%)
6. Dificultades para combinar vida familiar y laboral (8.7%)

Según un estudio realizado a 897 mujeres emprendedoras de América Latina y el Caribe en 2019 (Statista, 2023), las principales motivaciones para emprender, incluyen desafíos personales y pasión, el deseo de abordar problemas urgentes en sus zonas de convivencia, y la aspiración de ser independientes económicamente.

Pascuali (2024), afirma que según un informe que abarcó 50 naciones, en general, América Latina es la región con un mayor número de mujeres dispuestas a emprender. Como se mostró anteriormente en la **Gráfica 4**, el estudio señala que aunque el emprendimiento en América Latina ha mejorado gradualmente, siguen existiendo marcadas diferencias entre hombres y mujeres de los países analizados, incluso dentro de la misma región geográfica; por ejemplo,

como se puede observar en la **Gráfica 5** en países como Ecuador se cuenta con 33.4%, mientras que en México solo con 16.1% .

Grafica 5. Porcentaje de emprendedoras en la población femenina de 18 a 64 años en 2023



Fuente: Adaptado de Pascuali (2024).

Por otro lado, en lo que respecta a la brecha salarial entre hombres y mujeres en Latinoamérica (**Tabla 3**), se puede observar en primera instancia una disminución nominal (**Tabla 4**), sin embargo, al aplicar pruebas de estadística inferencia para comparar las medias, observamos que la diferencia no es significativa, por lo que se puede concluir que en este rubro no se ha avanzado lo suficiente (**Figura 1**).

Es así entonces, que al analizar varios aspectos relacionados con el emprendimiento femenino, desde motivaciones comunes hasta la situación social de las mujeres en términos de violencia y discriminación, no se ha llegado a una conclusión definitiva sobre el tema. Los aspectos examinados, como la discriminación y la violencia, y brecha de género, existen en diferentes grados en todo el mundo, y el porcentaje de manifestación puede ser un factor crucial para determinar la cantidad de mujeres emprendedoras.

6.1. Implicaciones Teóricas (*Scientia*).

Si bien se reconoce la contribución de las mujeres al desarrollo económico, se evidencian barreras persistentes que limitan su participación en países Latinoamericanos. A nivel global, resalta que América Latina presenta la mayor proporción de mujeres dispuestas a emprender, sugiriendo variaciones significativas en las condiciones y motivaciones para el emprendimiento femenino a escala regional. Además, la divergencia en las motivaciones empresariales entre hombres y mujeres, subrayada por el GEM (2020), indica una inclinación femenina hacia objetivos socialmente orientados, lo que podría influir en la dirección y objetivos comerciales de los nuevos negocios liderados por mujeres. La conexión entre discriminación y emprendimiento femenino destaca la urgencia de abordar desafíos socioeconómicos para promover un entorno emprendedor más inclusivo y equitativo.

6.1. Implicaciones prácticas (*Praxis*).

Las motivaciones para emprender señalan una marcada preferencia de las mujeres por motivaciones relacionadas con el impacto social, como "hacer una diferencia en el mundo" y "ganarse la vida por falta de empleos". Estas inclinaciones podrían ejercer una influencia significativa en la dirección y propósito de los nuevos negocios liderados por mujeres, sugiriendo un enfoque distintivo y socialmente orientado en sus emprendimientos. Sin embargo, las disparidades de género persisten en el ámbito laboral, donde la brecha salarial y las limitadas oportunidades laborales para las mujeres (a pesar de contar con un mayor porcentaje que cuenta con educación universitaria), plantean obstáculos que restringen el acceso a roles mejor remunerados y niveles de dirección. Además, destaca la escasa representación de mujeres en puestos directivos, especialmente en roles de liderazgo como CEO, evidenciando desafíos en la promoción y ascenso femenino. La persistente discriminación funge como un factor limitante en el emprendimiento femenino, con posibles efectos negativos en el crecimiento de nuevos negocios liderados por mujeres al obstaculizar la igualdad de oportunidades y exponer a las emprendedoras a desafíos específicos vinculados a la discriminación de género.

7. CONCLUSIÓN

El objetivo de este estudio se planteó para determinar algunos de los factores que incitan la participación en el emprendimiento femenino, sin embargo, los resultados no son alentadores, ya que se encuentran motivados principalmente por situaciones de necesidad en un debido a desarrollarse en un entorno con oportunidades limitadas. La revisión realizada revela que actualmente solo seis países en el mundo disfrutan de igualdad de género, es decir que en esos países el género no tiene relevancia. A pesar de los esfuerzos realizados durante años, la disparidad de género en el resto del mundo es palpable, y los datos estadísticos presentan de manera evidente las diferencias entre mujeres y hombres en el ámbito laboral, destacando México como el país latinoamericano con la peor equidad salarial y tasas de desempleo desiguales en comparación con otros países de la región.

Es importante señalar que la limitación de esta investigación radica en su enfoque descriptivo. En este sentido, como posibles futuras líneas de investigación, se podría explorar la correlación entre el emprendimiento femenino y los factores mencionados. Se podría investigar si existe una relación directa entre el aumento del desempleo y la brecha salarial con el emprendimiento femenino, así como examinar la posibilidad de que mayores niveles de violencia de género estén asociados con una menor propensión al emprendimiento femenino. Esto podría justificar por qué México no ocupa un lugar destacado en el emprendimiento femenino en comparación con otros países latinoamericanos, considerando las alarmantes cifras de violencia de género que pueden intimidar a las mujeres que buscan independencia financiera.

Con base en los datos del GEM (2020; 2022) analizados, también se podría realizar un análisis futuro para explicar por qué las mujeres raramente continúan los negocios familiares. Además, se podrían examinar los valores personales de corte individualista y colectivista, que explican por qué las mujeres emprenden con el objetivo de marcar una diferencia en el mundo, mientras que los hombres tienden a emprender para aumentar su riqueza personal.

8. REFERENCIAS

- Acs, Z. J., Arenius, P., Hay, M., y Minniti, M. (2004). *Global Entrepreneurship Monitor*. London: London Business School.
https://www.findevgateway.org/sites/default/files/publications/files/mfg-en-paper-gem-2004-report-on-women-and-entrepreneurship-2005_0.pdf
- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., y Lehmann, E. E. (2009). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 15-30. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-007-9072-3>
- Allen, I. (2008). 2007 Report on Women and Entrepreneurship. Global Entrepreneurship Monitor (GEM), The Center for Women Leadership, Babson College, Global Entrepreneurship Research Association (GERA). <http://www.gemconsortium.org/>
- Campos, A. y Lara J.R. (2023). Individualismo y colectivismo como predictores de la intención emprendedora en estudiantes universitarios. *Scientia et PRAXIS*, 3(5), 1. <https://doi.org/10.55965/setp.3.05.a3>
- Carter, N., y Allen, K. (1997). Size determinants of women-owned businesses: choice or barriers to resources? *Entrepreneurship & Regional Development*, 211-220. DOI: <https://doi.org/10.1080/08985629700000012>
- 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. <https://www.redalyc.org/pdf/716/71603802.pdf>
- Cromie, S. (1987). Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs. *Journal of Occupational Behaviour*, 251-261. <https://doi.org/10.1002/job.4030080306>
- García, A. K. (2021). *Solo en los primeros seis meses del 2020 fueron asesinadas 1,844 mujeres en México: INEGI El Economista*. <https://www.economista.com.mx/politica/Solo-en-los-primeros-seis-meses-del-2020-fueron-asesinadas-1844-mujeres-en-Mexico-Inegi-20210213-0002.html>
- García, A. (2022). *Las mujeres dan mejores resultados que los hombres al frente de los negocios y empresas* Business Insider México. <https://businessinsider.mx/datos-no-opiniones-las-mujeres-dan-mejores-resultados-que-los-hombres-al-frente-de-los-negocios-y-empresas/>
- García, J. S. R. (2022). Implicaciones de la investigación sobre el emprendimiento social en tiempos de la COVID-19: un enfoque desde la gestión negocios. *Scientia et PRAXIS*, 2(4), 2 <https://doi.org/10.55965/setp.2.04.a3>
- Garriga, J. (2019). *Solo hay 6 países en el mundo en el que las mujeres tienen exactamente los mismos derechos que los hombres*. La Vanguardia. <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. (2021). *Los feminicidios, la otra pandemia de América Latina*. El Periódico. <https://www.elperiodico.com/es/internacional/20210308/8m-encuentra-america-latina-medio-11565151>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2020). *Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020 Global Report*. London: GEM.. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>

- Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report: Opportunity Amid Disruption*. London: GEM. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20212022-global-report-opportunity-amid-disruption>
- Gobierno de México (GOBMEX, 2018). *Brecha salarial, una de las grandes barreras para la igualdad de género*. Gobierno de México/Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres. <https://www.gob.mx/conavim/articulos/brecha-salarial-una-de-las-grandes-barreras-para-la-igualdad-de-genero?idiom=es>
- Grossoni, M. (2019) *¿Por qué son mejores las mujeres CEO que los hombres CEO?* LinkedIn. <https://es.linkedin.com/pulse/por-qu%C3%A9-son-mejores-las-mujeres-ceo-que-los-hombres-m%C3%B3nica-grossoni>
- Guzmán Cuevas, J., y Rodríguez Gutiérrez, M. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global. *Revista de Economía Mundial*, 381-392. <https://www.redalyc.org/pdf/866/86601830.pdf>.
- Harris, C., Morrison, R., Ho, M. y Lewis, K. (2008, December). Mumpreneurs: mothers in the business of babies. In *22nd Annual Australian and New Zealand Academy of Management Conference (ANZAM)* (pp. 2-5). https://www.anzam.org/wp-content/uploads/pdf-manager/1295_HARRIS_CANDICE-86.PDF
- Heller, L. (enero de 2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. *Naciones Unidas, CEPAL, División de asuntos de Género*. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/5818-mujeres-emprendedoras-america-latina-caribe-realidades-obstaculos-desafios>
- Hernández, L. (2020). *Sólo el 8% de CEOs de México son Mujeres*. El Financiero. <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/solo-el-8-de-ceos-en-mexico-son-mujeres>
- 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. <https://doi.org/10.1108/19348830910962361>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2019). *Mujeres y hombres en México 2019*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. México. https://www.inegi.org.mx/contenido/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825189990.pdf
- Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES, 2007). El impacto de los estereotipos y los roles de género en México. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100893.pdf
- Jamali, D. (2009). Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries: A relational perspective. *Gender in Management*, 232-251. DOI: <https://doi.org/10.1108/17542410910961532>
- Jaramillo Pinzón, N. C. (2023). Mujeres y emprendimientos: principales avances en el marco de la Alianza del Pacífico. <https://hdl.handle.net/20.500.12494/51995>
- Lambing, P., y Kuehl, C. (1998). *Empresarios Pequeños y Medianos*. México: Prentice Hall, ISBN: 9701701372, 9789701701379. https://books.google.com.mx/books/about/Empresarios_peque%C3%B1os_y_medianos.html?hl=es&id=ESC9PQAACAAJ&redir_esc=y

- Loscocco, K. A., y Robinson, J. (1991). Barriers to women's small-business success in the United States. *Gender & Society*, 5-4,511-532. <http://www.jstor.org/stable/190098>
- Martínez, D. (2022). *Femicidios: Hay 80 víctimas cada mes*. El Heraldo de México. <https://heraldodemexico.com.mx/nacional/2020/10/22/femicidios-hay-80-victimas-cada-mes-217552.html>
- McClelland, E., & Swail, J. (2005). Following the Pathway of Female Entrepreneurs: A Six-Country Investigation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 84-107. DOI: <https://doi.org/10.1108/13552550510590527>
- McKinsey & Company, (2022). Women matter Mexico 2022. Luces y sombras de la pandemia. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/women-matter-mexico-2022-luces-y-sombras-de-la-pandemia/es>
- Ndemo, B., y Maina, F. W. (2007). Women entrepreneurs and strategic decision making. *Management Decision*, 118-130. DOI: <https://doi.org/10.1108/00251740710719006>
- Nel, P., Maritz, A., & Thongpravati, O. (2010). Motherhood and entrepreneurship: The Mumpreneur phenomenon. *International Journal of Organizational Innovation*, 3-1.6,34. https://www.researchgate.net/publication/284816368_Motherhood_and_entrepreneurship_The_Mumpreneur_phenomenon
- Padian, K y Jesurajan, A. A. (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. https://www.academia.edu/3175094/an_empirical_investigation_on_the_factors_determining_the_success_and_problems_faced_by_women_entrepreneurs_in_tiruchirapalli_district_tamilnadu
- Pascuali, M. (7 de marzo de 2024). *¿En qué países hay más mujeres que se dedican a emprender?* Statista. <https://es.statista.com/grafico/19263/paises-con-mas-mujeres-emprendedoras/>
- Rodríguez, M. J., y Santos, F. J. (2008). La actividad emprendedora de las mujeres y el proceso de creación de. ICE. *Revista de Economía*, 1(841). <https://revistasice.com/index.php/ICE/article/view/1132>
- Ruiz-Rosa, I., Gutiérrez-Taño, D. y García-Rodríguez, F. J. (2020). Social Entrepreneurial Intention and the Impact of COVID-19 Pandemic: A Structural Model. *Sustainability*, 12(17), 6970. <https://doi.org/10.3390/su12176970>
- Statista (2023). *América Latina & Caribe: razones para emprender según mujeres por área 2019*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/1209761/motivacion-mujeres-emprendedoras-america-latina/>
- Velasco, C. (2023). *La violencia de género adolescente aumenta un 87.2% en los últimos cuatro años*. Antena 3. https://www.antena3.com/noticias/sociedad/violencia-genero-adolescente-aumenta-872-ultimos-cuatro-anos_2023112565618e4d533bd20001f12634.html
- World Economic Forum (WEF, 2021). *Global Gender Gap Report 2021*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2021/in-full/>
- World Economic Forum (WEF, 2023). *Global Gender Gap Report 2023*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2023/>
- Yordanova, D. I. (2011). The effects of gender on entrepreneurship in Bulgaria: An empirical

study. *International Journal of Management*, 289-305.

<https://www.proquest.com/openview/9772df01176e4e8abe63b1d3b5751424/1.pdf?pq-origsite=gscholar&cbl=5703>.



This is an open access article distributed under the terms of the CC BY-NC license(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)