

# Analysis of Female Entrepreneurship in Latin America

Javier Rueda Galvis, Ph.D. Business Studies, Rafael R. Ruiz Escorcía. Magister in Statistics.  
Universidad de Investigación y Desarrollo UDI, Colombia, jrueda31@udi.edu.co  
Corporación Universitaria del Caribe CECAR, Colombia, rafael.ruize@cecar.edu.co.

*Abstract— Based on the great importance that women represent to new business worldwide, this research identifies her entrepreneurial profile in Latin American environment during the 2013 to 2016 years, with a statistic analysis multivariate correlation about the Global Entrepreneurship Monitor GEM-2017 data. For this goal, It has been made a statistic analysis of social behavior variables of the GEM data with a conceptualized first from the state of the art, which allowed defining the profile of women entrepreneurs in Latin America and make a research contribution that help to understand living conditions like her capacities and better boost her entrepreneurial spirit for achieve economic and social benefits into a region that needs wealth generation, jobs and quality of life.*

*Keywords— Entrepreneurship, Entrepreneurship Woman, Entrepreneurship Latin America.*

Digital Object Identifier (DOI):  
<http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2019.1.1.71>  
ISBN: 978-0-9993443-6-1 ISSN: 2414-6390

# ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN LATINOAMÉRICA.

Javier Rueda Galvis, Ph.D. Business Studies, Rafael R. Ruiz Escorcía. Magister in Statistics.  
Universidad de Investigación y Desarrollo UDI, Colombia, jrueda31@udi.edu.co  
Corporación Universitaria del Caribe CECAR, Colombia, rafael.ruize@cecar.edu.co

*Abstract*—Based on the great importance that women represent to new business worldwide, this research identifies her entrepreneurial profile in Latin American environment during the 2013 to 2016 years, with a statistic analysis multivariate correlation about the Global Entrepreneurship Monitor GEM-2017 data. For this goal, It has been made a statistic analysis of social behavior variables of the GEM data with a conceptualized first from the state of the art, which allowed defining the profile of women entrepreneurs in Latin America and make a research contribution that help to understand living conditions like her capacities and better boost her entrepreneurial spirit for achieve economic and social benefits into a region that needs wealth generation, jobs and quality of life.

*Keywords*-- Entrepreneurship, Entrepreneurship Woman, Entrepreneurship Latin America.

## I. INTRODUCCIÓN

La mujer empresaria es hoy en día en Latinoamérica y el mundo, uno de los bastiones más importantes para lograr la generación de riqueza, desarrollo económico y generación de bienestar social, razón por la cual resulta acertado propender por mejorar cada una de las condiciones y capacidades que necesita para la adecuada puesta en marcha de sus ideas de negocios, más aún cuando actualmente son más de 120 millones de mujeres las que inician este difícil proceso y cerca de 100 millones más las que con empresas ya creadas apoyan en más de 64 economías la generación de empleo al rededor del planeta. Por todo esto, resulta de vital trascendencia que se generen acciones en todos los ámbitos que contribuyan en forma efectiva a que la mujer sea cada vez más un agente económico y social de desarrollo en cada nación, todo ello enmarcado en entornos que logren romper las actuales barreras y limitaciones que en términos de equidad e igualdad aún persisten especialmente en Latinoamérica.

Significa que estos elementos deben ser razones suficientes para que no solo desde lo normativo y lo gubernamental, sino también desde el contexto académico, se estructure un mayor número de procesos investigativos y de formación que potencialicen en mejor medida el perfil emprendedor de las mujeres en América Latina, como una estrategia que le apuesta al crecimiento económico con frutos favorables tanto en el mediano como largo plazo, especialmente en la región de Latinoamérica que demanda mejores condiciones de calidad de

Digital Object Identifier (DOI):

<http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2019.1.1.71>

ISBN: 978-0-9993443-6-1 ISSN: 2414-6390

<sup>1</sup> Global Entrepreneurship Monitor GEM, es el reporte con mayor prestigio sobre emprendimiento a nivel mundial, que analizan este fenómeno y su desarrollo económico en más de 100 naciones desde el año 1999.

vida y bienestar social. En este sentido, el presente documento con base en los datos del Global Entrepreneurship Monitor GEM<sup>1</sup> del año 2016/2017, analiza el perfil de la mujer en 11 países de la región latinoamericana con base en la variable TEA<sup>2</sup>, con el objetivo central de establecer como caracterizar las condiciones sociodemográficas que determinan su actuar emprendedor, ilustrando en forma objetiva los resultados de cada variable objeto de estudio con sus diferentes correlaciones, a fin de generar aportes de orden académico que sirvan de referencia para la creación de políticas públicas de alto impacto que favorezcan el accionar emprendedor de las mujeres.

En definitiva, los resultados aquí presentados pretenden ser una visión argumentativa bajo un enfoque investigativo sobre uno de los temas más importantes para la sostenibilidad económica, productiva y laboral de Latinoamérica, siendo pieza clave de los objetivos de la agenda 2030 que establece la ONU, al vincular el papel de la mujer y la generación de empleo como temas trascendentales para este propósito.

## II. LA MUJER EMPRENDEDORA EN EL MUNDO

Con base en los reportes de la ONU [1], actualmente la población femenina a nivel mundial representa el 49.6%, lo que significa aproximadamente 3.700 millones de mujeres son parte del desarrollo social, cultural, económico y empresariales en cada nación, por lo que el rol de emprendedoras uno de las labores más importantes a promover dadas sus grandes capacidades creativas para la consecución de nuevos negocios. En este sentido, fomentar como apoyar el espíritu emprendedor de las mujeres resulta una apuesta que representa grandes beneficios en el mediano y largo plazo dado el positivo impacto que a nivel social, de desarrollo económico y generación de nuevos empleos pueden lograr las mujeres con su participación activa en la creación de nuevas empresas, lo cual podría significar hasta un incremento adicional del 5% en el PIB de los países menos desarrollados, especialmente porque simbolizan la mitad de la fuerza productiva de cada nación [2].

Aunque el emprendimiento ha sido visto por lo general como una labor liderada por hombres, la participación de la mujer ha tomado gran fuerza a nivel mundial en las última dos décadas, tras demostrar en forma notable que poseen iguales o superiores capacidades en términos de responsabilidad, adaptación e

<sup>2</sup> La TEA es uno de los indicadores del informe GEM y representa la *Tasa de Actividad Emprendedora* - Total Entrepreneurial Activity con personas que reportan actividad emprendedora o empresarios con nuevos proyectos.

innovación empresarial, lo que permite que cada vez más se observen proyectos de emprendimiento exitosos, hechos que también se refleja en el creciente número de estudios encaminados hacia el análisis de género y caracterización de la mujer como agente promotor del desarrollo económico, laboral y social alrededor del mundo [3]. Ejemplo de lo anterior lo soporta el reporte GEM [4], que con base en una muestra total realizada en 64 países durante el año 2016, registró datos mundiales de aproximadamente 163 millones de mujeres desarrollando emprendimientos, en donde 111 millones de resultaron ser propietarias mayoritarias de sus negocios, hecho que expresa una significativa tasa de crecimiento cercana al 8% como fundadoras-dueñas y que resalta su significativo papel en el mejoramiento de las condiciones económicas como sociales en términos de empleo y calidad de vida dentro de las comunidades donde interactúan [5].

Consecuentemente, en este mismo informe GEM se registró que en la etapa inicial de los negocios bajo la variable TEA, el papel de la mujer emprendedora aumentó a nivel mundial en un porcentaje del 10% frente al mismo accionar por parte de los hombres, lo que sumado a otro 10% con respecto a una mejor percepción positiva por parte de los mercados como gestoras de nuevos negocios, hacen que las posibilidades de crear empresa por parte del género femenino cada vez sean más alentadoras y con mayores posibilidades de éxito. Parte de la explicación de este importante fenómeno, se fundamenta en el hecho que las mujeres actualmente cuentan con más oportunidades para acceder a formación técnica laboral y/o profesional, hecho que ligado a un mayor apoyo a sus ideas de emprendimiento en el contexto social, permite una mayor participación de la mujer en el ámbito empresarial y una reducción significativa en la brecha de género existente con los hombres, incluso con cifras que postulan que en promedio las mujeres emprenden con un 5% más de probabilidades innovadoras que los hombres.

Prueba de ello, es que las mujeres en diversos países han logrado superar hasta en un 6% a los hombres en cuanto a procesos de creación de empresas, tal y como lo demuestra el índice de emprendimiento femenino FEI [6], el cual sustenta que las mujeres ampliaron su ponderación de emprendedoras en 30 puntos a nivel mundial en el año 2014 dentro del análisis realizado en 77 países, donde con base en una medición de variables asociadas con el ecosistema de apoyo, entorno empresarial y aspiraciones individuales, los Estados Unidos 82.9, Australia 74.8, el Reino Unido 70.6, Dinamarca 69.7 y los Países Bajos 69.3 se ubican como las cinco primeras naciones que mayor desarrollo y soporte brindan a las mujeres es su papel de emprendedoras tabla No I). Se destaca el hecho que Europa es el entorno geográfico en donde existen las mejores condiciones y ecosistemas para el emprendimiento femenino, mientras que en el 61% de las naciones restante del estudio, es decir 47 de 77 países, la puntuación aún se encuentra por debajo de los 50 puntos, cifras que significan amplias barreras y limitaciones para la mujer que aún existen para el apoyo eficiente a sus proyectos productivos por su condición de

género, condición social, pensamiento cultural y normas políticas que impiden la igualdad en oportunidades.

**Tabla I**  
PAÍSES CON MAYOR APOYO A MUJERES EMPRESARIAS.

<u>Ranking</u>	<u>País</u>	<u>Puntuación</u>
1	Estados Unidos	82,9
2	Australia	74,8
3	Reino Unido	70,6
4	Dinamarca	69,7
5	Países Bajos	69,3
6	Francia	68,8
7	Islandia	68,0
8	Suecia	66,7
9	Finlandia	66,4
10	Noruega	66,3

En el caso particular de Latinoamérica, donde las mujeres representan el 41.6% de la población económicamente activa, es Chile en el puesto No 15 con 65.1 puntos quien reporta mejor ubicación en el ranking, seguido por Puerto Rico 20 (61.7), Colombia 25 (49.8), Perú 48 (41.3), Argentina 57 (38.4), México 58 (38.2), Costa Rica 61 (37.2) y Panamá 66 (34.8), cifras que demuestran la gran brecha que existe entre latino américa con respecto a Europa y Norteamérica frente al apoyo a la mujer emprendedora.

Otro reporte que analiza el fenómeno emprendedor de las mujeres en el mundo es el de la compañía MasterCard, que estudia su actividad en 57 países y donde destaca a Nueva Zelanda con 74,2 puntos como la nación con mayor apoyo y oportunidades de éxito para las mujeres emprendedoras, seguido por Suecia (71,3), Canadá (70,9), Estados Unidos (70,8), Singapur (69,2), Portugal (69,1), Australia (68,9), Bélgica (68,7), Filipinas (68,0) y Reino Unido (67,9). En la región de Latinoamérica, nuevamente Chile (63.2) se establece en primer lugar con 28 puntos, seguido por Colombia 46 que a su vez presentó el mayor número de emprendimientos femeninos de la región y la tasa de participación más alta de mujeres en cargos directivos en empresas, lo cual hace que sea uno de los tres únicos países a nivel mundial donde hay más mujeres en relación a hombres en puestos gerenciales [7].

Desde un enfoque complementario, la compañía Dell elaboró el índice *Women Entrepreneur Cities Index We-Cities* [8], a partir de 72 indicadores de los cuales 45 específicamente se relacionan con la variable de género, analizando las 50 ciudades con mayor fomento al emprendimiento femenino en función del potencial de mercado, políticas públicas, características locales y leyes nacionales. En consecuencia, se identificó a Nueva York, San Francisco, Londres, Boston y Estocolmo como las cinco ciudades donde existen mejores oportunidades para la mujer emprendedora, estableciendo que la tasa de emprendimiento de las mujeres creció más del 10% en los últimos cuatro años, al tiempo que afirma que en estos lugares las mujeres poseen iguales probabilidades de éxito que los hombres al momento de crear empresa, algo no tan evidente en ciudades Latinoamericanas dado que tan solo cuatro se incluyen en la lista

con Sao Pablo (42), Ciudad de México (45), Lima (46) y Guadalajara (47).

En este sentido, el emprendimiento por parte de las mujeres en los países pobres o en vía de desarrollo resulta ser una labor excesivamente compleja, como consecuencia de la fuerte discriminación al género por factores sociales, culturales y religiosos, que sumados a los problemas económicos, de orden público y escasas políticas de apoyo gubernamental, limitan ostensiblemente el espíritu empresarial de la mujer como el crecimiento de negocios ya existente al no tener oportunidades para acceso a créditos de fomento, fuentes de inversión y/o capital de trabajo [8]. Por lo tanto, se necesita desarrollar esfuerzos conjuntos para lograr mayor apoyo a la mujer emprendedora alrededor del mundo, impulsando cambios en los contextos político, económico, social, cultural y educativo que creen mejores condiciones, herramientas y recursos para la puesta en marcha y desarrollo de sus ideas de negocios en condiciones que iguales que la de los hombres, especialmente en temas tales como el acceso a capital para inversión y a nuevos mercados (nacionales e internacionales), como elementos claves para gestionar exitosamente sus proyectos y aprovechar su creatividad, optimismo y deseos de superación [9].

### III. PERFIL EMPRENDEDOR DE LA MUJER EN LATINOAMERICANA

En cuanto al panorama de Latinoamérica, los análisis sobre el emprendimiento femenino presenta un entorno menos favorables que el existente en países de Europa o Norteamérica, en la medida que en la región el papel de la mujer emprendedora encuentra fuertes limitaciones dado los bajos niveles de educación básica, técnica y profesional a los cuales logran acceder, aspecto que restringe notablemente su perfil emprendedor y el acceso a fuentes de financiamiento, al argumentar por parte de las entidades de crédito y fomento los escasos niveles de formación empresarial como de análisis financiero al momento de realizar la formulación de sus proyectos [10]. Es por este tipo de condiciones, que a la mujer en Latinoamérica se le encasille bajo estereotipos negativos asociados con no tener grandes capacidades para desarrollar empresa o el tener solo vocación para crear negocios en sectores artesanales o de los servicios, aspectos que sumado a la situación de ser madre y cabeza de hogar en la mayoría de los casos, hace realmente difícil cumplir en buen término su propósito de ser emprendedoras y empresarias exitosas [11] [12].

En este mismo sentido, se reconoce que en Latinoamérica existen grandes dificultades para apoyar el emprendimiento femenino, dadas las escasas oportunidades de formación profesional, vinculación laboral, acceso a seguridad social y para pensión de jubilación, que unido a la condición frecuente de ser madres cabeza de hogar (en Colombia el 56%), son las razones que promueven a que las mujeres adultas con edad promedio mayor a 40 años sean quienes actualmente realicen procesos de emprendiendo, motivadas más la necesidad de obtener ingresos

que por aprovechar ideas u oportunidades de negocios para alcanzar su desarrollo personal como profesional [13][14]. Con respecto a la variable edad de las mujeres emprendedoras en Latinoamérica, esta oscila en el rango de 35 a 64 años con promedio cercano a los 40 años, lo que significa que son mujeres en etapa adulta quienes con personas dependientes a su cargo, asumen este reto impulsadas por la necesidad de recurso económicos más que por oportunidades de nuevos negocio, teniendo en cuenta que mientras el 13.3% de los hombres en igual edad emprender con base en desarrollar una idea de negocios, solo 8.79% de las mujeres dan esta misma razón.

Frente a estos datos, resulta preocupante que en Latinoamérica sean las mujeres en edad adulta y no las jóvenes quienes más emprenden, situación que reconoce la Fundación BBVA que al apoyar a más de un millón de mujeres emprendedoras, encontró que el 11% de ellas son mayores de 60 años y un 78% de ellas con personas a su cargo [15]. Complementando este aspecto, el emprendimiento femenino generado en mujeres de edad adulta se explica en el fenómeno conocido como “techo de cristal”, el cual se da cuando las mujeres en su vida laboral no logran alcanzar sus aspiraciones económicas y/o profesionales, aspecto que las motiva a buscar en el emprendimiento una alternativa de solución a sus necesidades, situación que también involucra actualmente a más de 46 millones de mujeres en edad promedio de 25 años quienes a pesar de contar con estudios técnicos o profesionales, no logran encontrar oportunidades de trabajo en el mercado laboral, hecho por el cual se ven forzadas antes que motivadas a optar por desarrollar un negocio que generalmente inicia en la informalidad como microempresas familiares.

A pesar de lo anterior, contrasta el hecho positivo que es Latinoamérica a pesar de sus limitaciones la región en el mundo que presenta el mayor porcentaje de emprendimientos femeninos según datos del reporte GEM [16], al obtener índice TEA del 17% con una relación de género de 8 mujeres emprendedoras por cada 10 del género masculino, siendo Ecuador el país donde un tercio de las mujeres en edad de trabajar están iniciando o dirigiendo negocios, superando a Burkina Faso que ocupa el segundo lugar con un 15%. Bajo este mismo informe, un ejemplo representativo del impulso emprendedor de la mujer en Latinoamérica es Colombia, que con población del 50.8% mujeres [16], ocupó en 2016 a nivel mundial el 3º lugar en expectativas de generación de empleos, 5º en nueva actividad emprendedora con una TEA (27.4), superada solo por Ecuador (31.8) y Belice (28.8), a la vez que el lugar 55 en cuanto a negocios innovadores, que sumado al 49,6% de la población con intenciones de formar negocios y un 76,2% de percepción positiva tras crear empresa, dan buena fe de las oportunidades de cambio, especialmente para las mujeres quienes alcanzaron el mayor aumento porcentual de emprendimientos en toda Latinoamérica con un 68% entre los años 2014 al 2017.

Estos avances que son significativos en términos del emprendimiento femenino para la región, tienen la problemática

de ser negocios que no logran representar una generación significativa de empleos e ingresos sostenibles, en la medida que generalmente se ubican en la categoría de microempresas asociadas por lo general al concepto de *tiendas de barrio*, a pesar que el 56% son únicas propietarias. Al respecto, la Cámara de Comercio de Bogotá [18] [19], demuestran que el emprendimiento femenino ha sido más dinámico en las ciudades capitales con una tendencia positiva entre los años 2013 al 2016, dado que aumentó el número de mujeres emprendedoras del 25% al 33%, es decir 1 de cada 3 proyectos de nuevos negocios es formalizado por mujeres, lo cual contrasta con su realidad social y condiciones económicas que hacen que sus índices de fracaso sea del 67%, dos veces mayor al de los hombres que es del 33%, resaltando que solo el 55% de los nuevos negocios sobreviven el primer año, 31% el tercero y 25% el cuarto, aunque en países como Chile solo el 25% cierra el primer año mientras que en Argentina 92% fracasa al segundo año y en México el 75 % de las nuevas empresas no logran cumplir un segundo año de vida [20].

A pesar de todo, las cifras latinoamericanas expresan aspectos alentadores con tendencia positiva con relación a la actividad emprendedora de la mujer, lo cual ha mejorado en los últimos cuatro años en consecuencia al aumento de sus niveles de formación básica/secundaria a técnico/profesional, apoyadas en un mayor acceso a tecnologías TIC y cambios culturales que permiten obtener recursos e información que les facilita una mejor evaluación del riesgo empresarial, a pesar que la tasa de no-continuidad aún sea 20% más alta que la de los hombres en toda la región. Otro buen argumento del rol protagónico de la mujer emprendedora en Latinoamérica lo simbolizan las Mexicanas, quienes a excepción de las Indonesias, Filipinas y Vietnamitas son las únicas de origen no asiático que lograron reportar mayor número de emprendimientos en una relación de 1.1 frente a los hombres (Brasil 1.0, Chile 0.7 y Uruguay 0.5), todo esto con el valor adicional que su principal motivación se soporta en desarrollar proyectos de vida a partir de una oportunidad de negocios, lo cual supera el argumento de necesidad de obtener mayores ingresos [21].

Con base en estos argumentos, se formula que en Latinoamérica cada vez más las mujeres están emprendiendo negocios bajo la premisa de lograr una alternativa de *crecimiento económico, independencia y desarrollo personal*, circunstancias que promueven la formación técnica y profesional como herramienta que permite identificar mejor las oportunidades del mercado en entornos locales e internacionales, aunque expresen como motivación emprender por la necesidad de mayores ingresos en un 21% más que el género masculino [22]. En esta misma línea de trabajo, en estudio realizado a mujeres emprendedoras sobre sus principales motivaciones [23], se identificó que el 42% argumentaron iniciar este proceso por lograr su *Realización Personal*, término que asocian con alcanzar status de poder y recibir un mayor grado de reconocimiento social ante familia y amigos, mientras que el 40% eligieron emprender por buscar autonomía económica para no ser dependientes de un salario,

pareja o familiares, seguidas del 12% por obtener mayores ingresos y un 6% por no ser felices con sus empleos por no ser valoradas salarialmente o ser discriminadas por ser mujer.

Complementariamente, evidencian que en Latinoamérica el papel cultural de la familia es un fuerte agente motivador para el desarrollo del espíritu emprendedor de la mujer, en la medida que mediante casos de estudio demostraron que esta variable contribuye a infundir amor por el trabajo, promover el ahorro y forjar nuevos negocios, factor que incluso se potencializa cuando existen antecedentes cercanos de parientes empresarios que demuestran éxito o superación a través de esta opción de vida. Igualmente, formulan que el apoyo familiar donde se expresa una mentalidad positiva frente al papel de la mujer en la sociedad promueve significativamente el desarrollo de su actitud emprendedora, hecho que ratifican mediante encuestadas a mujeres que expresaron ser empresarias en un 88% gracias al impulso familiar y apoyo que recibieron a su proyectos, lo que incluso les permite mantener mejores relaciones con ellos, mientras que el 10% de las mujeres mencionan que por no recibir respaldo familiar al momento de ser emprendedoras, su relación es distante e incluso conflictiva en muchos casos [24].

No obstante, una característica negativa de la mujer emprendedora en Latinoamérica es su baja capacidad de ahorro como lo expresa el informe del Banco de Desarrollo de América Latina [25], el cual con base en estudios realizados en Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú concluye que los hombres poseen una vocación de ahorro superior en un 25% frente a las mujeres, dado que ellas tienen mayor precaución al riesgo y planifican menos a largo plazo a pesar de ser quienes demuestran mejor manejo y gestión de los recursos financieros en el hogar. Se señala igualmente [26] [27], que son las mujeres con niveles educativos bajos (jóvenes y adultas) quienes poseen las menores capacidades de gestión financiera, lo que significa menor condición para el ahorro aunque el 71% afirman ahorrar de manera informal en montos bajos dentro del concepto de la alcancía familiar y nunca utilizar el sistema de cuentas de ahorro bancarias o entidades de crédito.

Otra información que detalla el perfil de las mujeres empresarias en Latinoamérica es el *Panorama Social* realizados por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL [28], que con base en información de encuestas a hogares en cada país destaca que la edad de emprendimiento femenino es mayor a los 35 años y con mayor disposición a crear empresa después de haber tendido una experiencia laboral. Describe a la par que la mujer emprendedora en su mayoría es *casadas con hijos* con considerable aumento a ser *separadas con hijos cabeza de hogar* (en jóvenes emprendedoras prevalece solteras o casadas sin hijos), con niveles de educación de *secundaria* donde menos del 50% cuenta con algún tipo de formación técnica o universitaria, con dedicación de más de 48 horas/semana a su empresa y menos de 30 horas/semana al hogar, siendo el 70% *dueñas de sus propios negocios* que son en un 92% *microempresa* en el sector servicios y con poca

innovación tecnológica, aunque expresan gran satisfacción por su negocio porque les ha permitido una *realización personal*.

Frente a las dificultades en su rol emprendedor, este mismo estudio resalta que las mujeres afirmaron la *falta de experiencia, desconocimiento del mercado y escasa formación en gestión-marketing* como las principales falencias para poder acceder a recursos financieros y participar en redes de negocios, seguida en menor nivel por *prejuicios sociales por ser mujer* y demasiadas *responsabilidades en el hogar*. En contraparte, la mujer latinoamericana demuestra una fuerte actitud positiva y creativa frente a las dificultades o circunstancias adversas, lo que se identifica como un elemento propio de su idiosincrasia cultural que favorece el emprendimiento a pesar de factores de riesgo o incertidumbres que el futuro representa.

En definitiva, se puede concluir que la mayor motivación para el emprendimiento de las mujeres en Latinoamérica se soporta en la búsqueda de oportunidades que garanticen un *trabajo decente*, término que introduce la Organización Internacional del Trabajo [29] para definir condiciones mínimas laborales a partir de cuatro ejes fundamentales que son *los derechos del trabajador, las oportunidades de empleo, la protección social y el diálogo social*, todos ellos como elementos de inclusión social, erradicación de la pobreza, fortalecimiento de la democracia, desarrollo integral y realización personal. Por lo tanto, analizar y fortalecer el perfil de las mujeres emprendedoras en Latinoamérica a través de acciones sociales, gubernamentales y académicas, simboliza una oportunidad para contribuir al logro personal como profesional de millones de mujeres en la región, fomentando condiciones dignas de trabajo con ingresos justos dentro de esquemas de seguridad y protección social en igualdad de condiciones y oportunidades [30].

#### IV. METODOLOGÍA

La metodología investigativa seleccionada para este estudio fue de carácter descriptivo con análisis estadístico correlacionar de las variables *País, género, edad, nivel de educación, nivel de ingresos, ocupación y razones para crear empresa* que suministra la plataforma GEM 2013/2014/2015/2016, para identificar, interpretar y establecer las diferentes relaciones asociadas al perfil y comportamiento del fenómeno del emprendimiento femenino en Latinoamérica [31]. Para tal fin, fue necesario seleccionar los países latinoamericanos que contaban con similares variables de estudio, por lo que proceso previo de filtrado estadístico se logró establecer en definitiva 11 países en iguales condiciones de análisis que son *Perú, México, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Guatemala, Panamá, Ecuador Uruguay y Puerto Rico*, quienes representan un total de 12.170 mujeres emprendedoras (tabla II).

La utilización de estos métodos de análisis de datos descriptivos, se argumenta en que es un tipo de estudio que permite alcanzar una percepción adecuada del comportamiento global de un fenómeno, dado que establecen una comprensión amplia de las

relaciones existentes entre cada una de las variables y los factores que determinan el comportamiento de las mismas, con lo cual es posible llegar en forma objetiva a formular inferencias generales sobre elementos esenciales que pueden ser aplicables a otros objetos de estudio de similares condiciones o características [32]. A partir de este contexto, se resalta que el objetivo general de la presente investigación fue establecer el perfil de la mujer emprendedora en Latinoamérica, como un elemento conceptual que contribuya al análisis de las características propias de este fenómeno para impulsar como promover la implementación de estrategias educativas, empresariales y de política pública, que sirvan para impulsar eficazmente el espíritu emprendedor, entendiéndose este como una actividad que es necesaria para fortalecer el desarrollo económico-social que en términos de mejoramiento de la calidad de vida demanda nuestro entorno nacional como regional.

**Tabla II.**  
PAÍSES PARTICIPANTES EMPRENDIMIENTO FEMENINO.

Año	Per	Méx	Arg	Braz	Chil	Col	Guat	Pan	Ecu	Uru	PR	Total
2013	220	189	143	920	642	318	122	178	320	92	59	3203
2014	284	221	132	924	673	302	194	162	306	115	93	3406
2015	232	456	217	210	634	362	159	121	329	89	75	2884
2016	221	238	119	208	869	247	193	128	288	86	80	2677
<b>Total</b>	<b>957</b>	<b>1104</b>	<b>611</b>	<b>2262</b>	<b>2818</b>	<b>1229</b>	<b>668</b>	<b>589</b>	<b>1243</b>	<b>382</b>	<b>307</b>	<b>12170</b>

#### V. DESARROLLO INVESTIGATIVO

La fase del desarrollo investigativo de este estudio se efectuó con base en una caracterización de los datos GEM [4] que bajo el formato de encuesta formal realizado en 64 países durante los años 2013-2014-2015-2016, que arrojó más de 210.000 registros por cada año observado haciendo necesario la utilización de la plataforma de análisis del software SPSS, con el cual fue posible poder filtrar y definir como elementos de estudio a 11 países de un total de 21 que conforman el conjunto latinoamericano que registran información constante, estableciendo que la condición de género fuera solamente la de mujeres en siete rangos de edad que oscilan de los *18 a los 99 años*, con niveles de educación que incluyen las escalas de *primaria, secundaria, técnico, y profesional*, así como un espectro de ingresos que está en *bajo, medio y alto*, a la vez que con argumentación frente a las razones para motivan a crear empresa dentro de las opciones de *oportunidad de negocios, necesidad de ingresos, desarrollo personal y otras razones*.

Con toda la información obtenida como resultado final de filtrado de datos, se realizó un análisis descriptivo correlacional multivariado que permitió interpretar e ilustrar de forma objetiva cada una de los elementos más significativos del fenómeno de estudio, así como la elaboración de conclusiones bajo una perspectiva crítica constructiva que facilite el propósito de lograr establecer un perfil general para las mujeres emprendedoras en Latinoamérica, que identifique los factores y condiciones más relevantes en este proceso, todo ello respaldado con cada uno de los argumentos citados que soportan la fundamentación teórica de este documento.

## VI. PRINCIPALES RESULTADOS

Como primer análisis se estableció el comparativo entre hombres y mujeres que desarrollaron procesos de emprendimiento en Latinoamérica entre los años 2013 a 2016 con base en la variable TEA propia de los datos GEM [4], encontrando que dentro del rango de tiempo del estudio las mujeres presentaron 12.170 actividades de emprendimiento frente a 62.621 de los hombres, lo cual representa en promedio un valor del 17% frente a un 83% por parte de los hombres (tabla III), resaltando que cuando se presentó el mayor número de emprendimientos femeninos fue en 2014 con 3.406 reportes y el menor en 2016 con 2.677, datos que representan tendencia negativa para los dos últimos años, lo cual se asocia con la crisis económica por la que atraviesa la región durante estos periodos.

**Tabla III.**  
EMPENDIMIENTO HOMBRES VS MUJERES LATINOAMÉRICA.

Año	Hombres	Mujeres	Total
2013	16.697	3.203	19.900
	83,90%	16,10%	100%
2014	15.991	3.406	19.397
	82,44%	17,56%	100%
2015	13.723	2.884	16.607
	82,63%	17,37%	100%
2016	14.210	2.677	16.887
	84,15%	15,85%	100%
<b>Total</b>	60.621	12.170	72.791

A partir de la selección de datos, se inició el establecimiento del perfil propio de las denominadas Mujeres Emprendedoras en Latinoamérica MELATAM, con lo cual se pudo establecer que la edad con mayor promedio para iniciar emprendimientos en la región está en el rango de 35 a 44 años, valor que resulta constante en los cuatro periodos con promedio cercano al 30% y que es seguido por la escala de los 45 a 54 años con 24% (tabla IV). Se observa con preocupación que los valores asociados con el rango de edad entre los 18-24 y 25-34 años poseen porcentajes demasiado bajos, con lo cual se deduce que el emprendimiento femenino en Latinoamérica esta jalonado por las mujeres mayores y no las jóvenes, aspecto que resulta importante de analizar frente al tipo de formación educativa y fortalecimiento del espíritu emprendedor.

**Tabla IV.**  
PERFIL MELATAN VARIABLES AÑO VS EDAD.

Año	Age.							Total
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	66-99	
2013	61	231	308	228	158	56	7	1049 100%
	5,82%	22,02%	29,36%	21,73%	15,06%	5,34%	0,67%	
2014	49	436	740	639	478	216	52	2610 100%
	1,88%	16,70%	28,35%	24,48%	18,31%	8,28%	1,99%	
2015	0	249	484	399	273	114	9	1528 100%
	0,00%	16,30%	31,68%	26,11%	17,87%	7,46%	0,59%	
2016	0	285	638	480	385	231	44	2063 100%
	0,00%	13,81%	30,93%	23,27%	18,66%	11,20%	2,13%	

En forma complementaria, se analizó igualmente la variable GEMHHINC que reporta información vinculada con el nivel de ingresos o estrato económico de las mujeres emprendedoras Latinoamericanas, destacando como la condición más representativa el *Estrato Bajo* con un porcentaje oscilante cercano al 36%, mientras que los niveles *Medio* y *Alto* se encontraron valores relativamente similares con un 32%, destacando el *Estrato Medio* el que posee una tendencia constante de crecimiento positivo aproximada del 10% dentro del periodo de estudio al pasar del 28% al 38% (tabla V).

**Tabla V.**  
PERFIL MELATAM VARIABLE NIVEL DE INGRESOS VS AÑO.

Año	GEMHHINC			Total
	Lowest	Middle	Upar	
2013	1.202	835	892	2.929 100%
	41,04%	28,51%	30,45%	
2014	1.087	924	1.089	3.100 100%
	35,06%	29,81%	35,13%	
2015	958	823	865	2.646 100%
	36,21%	31,10%	32,69%	
2016	789	923	717	2.429 100%
	32,48%	38,00%	29,52%	
Total Datos				11.104
Resultados Validos				91,24%

Con base en el análisis anterior, en forma paralela se interpretó la variable asociada al estrato económico en función de la edad, encontrando que es el *Estrato Bajo* el que posee la mayor concentración de mujeres emprendedoras de este estudio con un porcentaje que van desde un 38% en el rango 25-34 hasta un 45% en mayores de 66 años (tabla VI), situación que solo cambia tendencia para el grupo de 18 a 24 años en donde la condición económica es *Alta* con un valor del 40.66%. Las variables *Estrato Medio* y *Alto* resultan ser de similares proporciones con valores cercanos al 30% en todos los rangos de edad.

**Tabla VI.**  
PERFIL VARIABLE EDAD VS NIVEL DE INGRESOS.

Age	GEMHHINC		
	Lowest	Middle	Upar
18-24	32,97%	26,37%	40,66%
25-34	38,24%	32,24%	29,52%
35-44	35,43%	32,11%	32,47%
45-54	36,23%	30,53%	33,25%
55-64	38,01%	32,50%	29,49%
65-74	43,96%	28,83%	27,21%
66-99	45,36%	30,93%	23,71%
Total	2423 37,39%	2037 31,44%	2020 31,17%

Frente al comportamiento emprendedor de las MELATAM con relación a su nivel de educación durante los cuatro periodos del estudio, se encontró que los valores con mayores tendencias siempre están en el rango correspondiente a *Educación Secundaria* con porcentajes promedios del 35%, seguidos por la Educación pos-secundaria de primer nivel con un valor cercano al 24% (tabla VII). Destaca el hecho que las mujeres emprendedoras están en el rango de quienes terminan la secundaria o título de bachiller, aunque también preocupa que a niveles mayores de formación no destaque el espíritu de crear empresas.

**TABLA VII.**  
MELATAM VARIABLE NIVEL DE EDUCACIÓN VS AÑO.

Ocupación/ Educación	Full time work	part- time work	Self- employed	Full- time home maker	A student	Full time home maker
Pre- primary	67 11,06%	33 5,45%	266 43,89%	33 5,45%	5 0,83%	202 33,33%
Primary- education	165 6,94%	141 5,93%	1166 49,05%	169 7,11%	50 2,10%	686 28,86%
Lower- secondary- Upper	304 10,61%	251 8,76%	1245 43,47%	235 8,21%	144 5,03%	685 23,92%
Secondary- education	736 11,07%	500 7,52%	2839 42,69%	603 9,07%	512 7,70%	1460 21,95%
Post- secondary- non- tertiary	283 14,84%	182 9,54%	726 38,07%	210 11,01 %	160 8,39%	346 18,14%
First-stage- tertiary	506 19,60%	293 11,35%	1024 39,67%	222 8,60%	174 6,74%	362 14,03%
Second- stage- tertiary	59 25,32%	29 12,45%	85 36,48%	23 9,87%	22 9,44%	15 6,44%

De igual forma, en función de observar el nivel de educación con relación a la condición de ocupación de las MELATAM (tabla VIII), se obtuvo un análisis que define a las *Trabajadoras por Cuenta Propia* con 42% como las más representativas en todos los rangos de educación, seguida por las *Amas de Casa* con 21% y las *Trabajadoras Tiempo Completo* con 14%, datos que son coherentes con los resultados anteriormente expuestos. Destaca el hecho que en el caso de la educación *Primera etapa terciaria* y *Segunda etapa-terciaria (nivel Técnico y Profesional)*, son mujeres *Trabajadoras Tiempo Completo* quienes ocupan el segundo puntaje después de *Trabajadoras por Cuenta Propia*, lo que refleja mayor aprovechamiento de su conocimiento y su experiencia laboral.

**Tabla VIII.**  
MELATAM VARIABLE NIVEL DE EDUCACIÓN VS OCUPACIÓN.

UNEDUC Nivel de Educación MELATAM.								
Año	Pre- primar	Primar educat	Lower- second Upper	Second educati	Post- second non tertiary	First- stage- tertiary	Second stage- tertiary	Total
2013	8	38	67	187	59	102	6	467
	1,71%	8,14%	14,35 %	40,04 %	12,63 %	21,84 %	1,28%	100%
2014	21	47	60	204	62	103	17	514
	4,09%	9,14%	11,67 %	39,69 %	12,06 %	20,04 %	3,31%	100%
2015	14	46	109	184	68	145	15	581
	2,41%	7,92%	18,76 %	31,67 %	11,70 %	24,96 %	2,58%	100%
2016	24	34	68	161	94	156	21	558
	4,30%	6,09%	12,19 %	28,85 %	16,85 %	27,96 %	3,76%	100%

Con la intención de conocer la ocupación de las MELATAM y su relación con la edad, se identificó con tendencia la condición de ser *Trabajadoras por Cuenta Propia* con 41% en todos los rangos, seguido de *Amas de Casa* con 21% y *Trabajadoras Tiempo Completo* 13%. Resalta que la condición de ser estudiante solo se ubica como la segunda más importante en las edades de 25 a 34 años, lo cual es coherente en términos de la edad más adecuada para adelantar estudios, pero que a su vez refleja las pocas competencias emprendedoras que se logran desarrollar al interior de los centros formativos en toda la región latinoamericana (tabla IX).

**Tabla IX.**  
MELATAM VARIABLE OCUPACIÓN VS EDAD.

age	Ocupación MELATAM						Total
	full-time work	Part-time work	Self- employed	Full- time home maker	A student	Full time home maker	
18-24	30	30	40	28	31	40	199
	15,08%	15,08%	20,10%	14,07 %	15,58 %	20,10 %	100%
25-34	226	206	670	232	296	275	1905
	11,86%	10,81%	35,17%	12,18 %	15,54 %	14,44 %	100%
35-44	496	317	1360	287	192	550	3202
	15,49%	9,90%	42,47%	8,96%	6,00%	17,18 %	100%
45-54	390	221	1104	185	82	434	2416
	16,14%	9,15%	45,70%	7,66%	3,39%	17,96 %	100%
55-64	254	145	869	139	46	342	1795
	14,15%	8,08%	48,41%	7,74%	2,56%	19,05 %	100%
65-74	81	55	418	52	17	202	825
	9,82%	6,67%	50,67%	6,30%	2,06%	24,48 %	100%
66-99	12	7	64	7	7	54	151
	7,95%	4,64%	42,38%	4,64%	4,64%	35,76 %	100%



Como elemento de cierre del estudio, se analizaron las razones que motivan al emprendimiento femenino en Latinoamérica mediante la variable SUREASON, identificando que en los últimos cuatro años la principal razón se asocia con el aprovechamiento de *Oportunidad de negocios* con un 51%, seguida con 28% por *Necesidad de Dinero* y un 10% la *Combinación* de las dos anteriores (tabla X).

**Tabla X.**  
SUREASON VARIABLE RAZONES EMPRENDEUR VS AÑO.

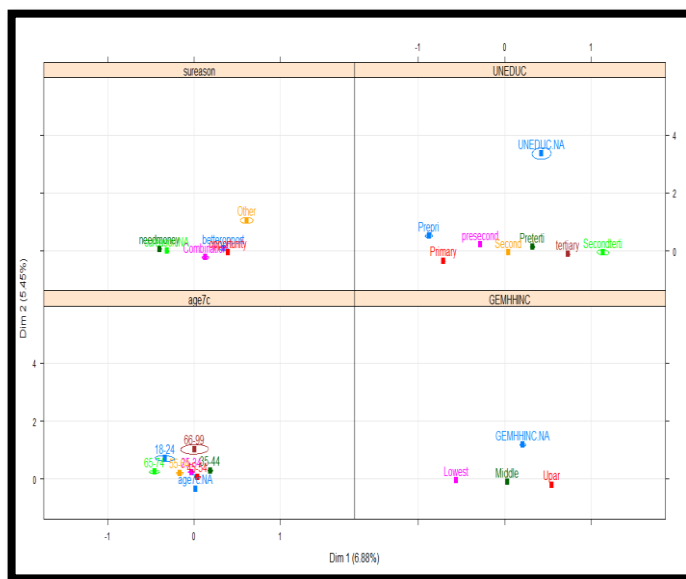
Año	SUREASON					Total
	Opport unity	Need Money	Both	Better Opport	Others	
2013	977 48,56%	542 26,94%	215 10,69%	243 12,08%	35 1,74%	2012 100%
2014	1146 52,40%	589 26,93%	247 11,29%	161 7,36%	44 2,01%	2187 100%
2015	1095 50,44%	712 32,80%	166 7,65%	112 5,16%	86 3,96%	2171 100%
2016	1005 51,80%	518 26,70%	223 11,49%	117 6,03%	77 3,97%	1940 100%
<b>Total</b>	<b>4223</b>	<b>2361</b>	<b>851</b>	<b>633</b>	<b>242</b>	<b>8310</b>

Resulta interesante resaltar que en todos los rangos de edad del estudio la razón *Oportunidad* se ubica siempre como la respuesta con mayor porcentaje de respuesta, aunque su valor decrece en función de una mayor edad de la mujer dado que incrementa la variable *Necesidad de Dinero* (tabla XI). Significa que la mujer a mayor edad encuentra menos motivaciones vinculadas con el aprovechamiento de oportunidades de nuevos negocios y más con la necesidad de conseguir fuentes de ingreso, valores que son lógicos dadas las complejas condiciones que se encuentran en Latinoamérica frente a la seguridad laboral como ingreso a un sistema pensional especialmente cuando se superan los 40 años de edad en mujeres que por lo general son madres con hijos y personas a su cargo.

**Tabla No XI.**  
SUREASON VARIABLE RAZONES VS EDAD.

Age	Opportunity	Need Money	Combination	Better Opportunity	Others
18-24	57,14%	21,43%	8,93%	12,50%	0,00%
25-34	56,66%	24,37%	7,29%	8,92%	2,76%
35-44	53,93%	25,92%	8,55%	8,14%	3,46%
45-54	51,17%	28,13%	10,52%	7,51%	2,67%
55-64	44,98%	33,11%	9,25%	8,90%	3,77%
65-74	45,25%	38,00%	8,00%	4,50%	4,25%
66-99	37,50%	34,72%	12,50%	4,17%	11,11%
<b>Total</b>	<b>2493</b>	<b>1392</b>	<b>437</b>	<b>387</b>	<b>163</b>

Finalmente, se analizó de forma descriptiva a través de un diagrama de correspondencia multivariada en la figura 1, donde el factor correlacional de todos los elementos que definen el perfil de las MELATAM con el fin de poder establecer los niveles de dependencia directa entre variables y caracterizar mejor su comportamiento.



**Fig. 1** Diagrama de Correspondencia Múltiple Perfil MELATAM.

Se identificó que el perfil de las mujeres emprendedoras en Latinoamérica corresponde en su mayoría a integrantes del *Estrato Económico Medio*, con niveles de *Educación Secundaria* por lo general, en *Edades Superiores a los 35 años* y motivadas fuertemente por poder *Aprovechar Oportunidades de Negocios*, por encima de la *necesidad de obtener recursos económicos*. De otra parte, también se observa de similar forma que el emprendimiento femenino de las integrantes al *Estrato Bajo* poseen los menores niveles de educación, con una motivación marcada por la necesidad de generar ingresos que se promueve especialmente en edades adultas superiores a los 40 años, interpretaciones que son totalmente coherentes con los resultados de las investigaciones preliminares a este informe y que están citadas en la fundamentación teórica de este documento.

## V. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

- Mediante la revisión efectuada con base en las referencias bibliográfica y el análisis propio de los resultados obtenidos en este estudio, se concluye que el perfil de la mujer emprendedora en Latinoamérica se enmarca dentro de niveles de educación relativamente bajos (secundaria y primaria), situación que no ofrece el nivel de formación adecuado para potencializar cada una de sus capacidades para la creación de empresas exitosas. Es por esta razón que resulta necesario impulsar la adopción de nuevos esquemas académicos que desde el nivel de primaria hasta el profesional promuevan un aprendizaje enfocado hacia el desarrollo del espíritu emprendedor y consecuentemente la creación de empresas (tanto para hombres y mujeres), el cual incluya un perfil que explore la condición exportadora de los emprendimientos dado el entorno de globalización de mercados que vive Latinoamérica, condición que no solo involucra al sistema educativo sino también una participación activa de los entes que representan a los gobiernos locales para que esta sea

parte de una estrategia de política pública en educación y desarrollo económico de mediano y largo plazo para cada uno de los países de la región.

- Otro de los elementos relevantes que se desprenden del análisis del perfil de las mujeres emprendedoras en Latinoamérica, es el hecho que sus proyectos de negocios no logran generar volúmenes de ingresos o de empleo significativos, en la medida que están estructurados en su gran mayoría como microempresas, es decir que vinculan un capital no superior a \$400 millones de pesos (130.000 dólares) y menos de 10 empleos directos (según legislación colombiana), aspecto que encuentra explicación en la escasa formación empresarial con la que cuentan las mujeres para diseñar planes de negocios con infraestructura más del tipo Pymes (pequeñas y medianas empresas), así como las limitadas condiciones que existen en la región para que ellas puedan acceder a créditos de fomento y/o capital semilla, todo esto como consecuencia de las escasas políticas públicas de desarrollo con base en proyectos productivos a nivel local y regional, lo cual da como resultante que la única alternativa de emprendimiento sea la creación de microempresas de orden familiar.

- En igual forma, se identifica que la mujer en Latinoamérica cuenta con una edad de emprendimiento relativamente madura para el desarrollo y puesta en marcha de sus ideas de negocio, particularmente cuando sus rangos de edad tienden a ser superiores a los 35 y 45 años, aspecto que no es del todo negativo, en la medida que es posible afirmar que existe un mayor nivel de experiencia, información y capacidades para crear empresa en esta etapa de vida, pero que en el caso de la mujer se relaciona con su perfil de madre y mujer trabajadora con personas a cargo, aspectos que limitan el lograr mejores desempeños y dedicación a sus proyectos de negocio. En este aspecto, resulta preocupante el hecho que no son las mujeres ni los hombres jóvenes quienes estén impulsando la mayor parte del emprendimiento, situación opuesta en países de Europa y Norteamérica donde son ellos quienes están marcando una tendencia positiva en la creación de nuevos negocios y puestos de trabajo, hecho que es posible correlacionar con el tipo de educación que reciben ambos géneros desde niños en las escuelas y centros de formación técnico y/o profesional en Latinoamérica.

- Es por esto que de forma crítica, se debe reconocer que la educación que se imparte en los niveles de primaria, secundaria, técnica y/o profesional en casi toda Latinoamérica está enfocada en el desarrollo de capacidades para el trabajo como fuerza laboral competente. Nuestras generaciones actuales cuentan con pocas herramientas formativas para el desarrollo de habilidades para crear negocios, dado que nuestro modelo de educación no vinculan académicamente programas de formación continuada que forjen destrezas asociadas con el espíritu emprendedor, lo cual debería ser visto como un tema de vital importancia para la sostenibilidad de los países de la región en los próximos años en términos de seguridad social y el sistema de jubilación

pensional, dado que los índices de desempleo que se perciben en los jóvenes entre los 18 a 25 años cada vez son mayores con impactos negativos superiores en las mujeres, dados los factores de discriminación de género y su condición de madre cabeza de hogar que aún se observa en muchos de nuestros países, especialmente en los estratos económicos más bajos.

- Sumado a lo anterior, la población femenina en Latinoamérica posee limitaciones para el acceso a recursos financieros para impulsar y fortalecer sus procesos de emprendimiento, por lo que es necesario que tanto gobierno, sector productivo y entidades financieras logren desarrollar estrategias conjuntas que fomenten el emprendimiento, ahorro y crédito en forma diferencial para cada segmento poblacional, con lo cual seguramente se impulsaría en mayor medida la creación de nuevos negocios que fortalezcan la clase media, en una región donde cerca del 40% de la población está en riesgo de caer en la pobreza. Es por esto, que estrategias tales como programas de inclusión y educación financiera para fomentar el uso de cuentas de ahorro y créditos de fomento por parte de los bancos, pueden ser elementos que contribuyen significativamente a que las mujeres emprendedoras mejoren sus capacidades de gestión financiera y acceso a créditos en condiciones que impulsen su desarrollo empresarial.

- Finalmente, después de todos los análisis cualitativos y cuantitativos derivados del perfil de la mujer emprendedora en Latinoamérica, es oportuno señalar que aún es escasa la información que nos permita descubrir el verdadero papel y potencialidades que ellas poseen frente el fenómeno de creación de empresas y desarrollo económico-social para nuestra región, razón por la cual es necesario fomentar un mayor número de escenarios de investigación y debate que desde el ámbito académico, vinculen tanto entes públicos como privados en la construcción de estrategias y elementos significativos de desarrollo en función de una sociedad más justa y equitativa en donde la mujer sea al igual que los hombres un eje central del desarrollo y la prosperidad.

## REFERENCIAS

- [1] Organización de las Naciones Unidas ONU (2018). Monitoring Global Population Trend. <http://bit.ly/2vfr44H>
- [2] Bir, A. (2015). La Importancia de la Mujer en el Mundo Laboral. El Empoderamiento de la Mujer. <http://bit.ly/2n7Si91>
- [3] Bardasi, E; Sabarwal, S. & Terrell, K. (2011). ¿How Do Female Entrepreneurs Perform?. Small Business Economics, 37/4/pp. 417-441.
- [4] GEM (2017). Global Entrepreneurship Monitor. Global Report 2016/2017. <https://bit.ly/2seeDEb>
- [5] Revista Dinero (2017). La nueva revolución de las mujeres emprendedoras en Colombia recibe aplausos. Sección emprendimiento 9/21/2017. <http://bit.ly/2LQLHi3>
- [6] GEDI (2018). The Global Entrepreneurship Index 2018. The Global Entrepreneurship and Development Institute. D.C. <http://thegedi.org/2018-global-entrepreneurship-index/>

- [7] MasterCard (2017). II índice de emprendimiento femenino. cit. en Crecemujer (2018). Cómo está el emprendimiento femenino en el mundo. <https://bit.ly/2CRFhYw>
- [8] Dell We Cities (2017). Rating Global Cities ability to attract and support High Potential Women Entrepreneurs. <https://dell.to/2vNEIMF>
- [9] Jiménez, R. (2015). Educación Emprendedora. Programa TALOS para el desarrollo de la Iniciativa Emprendedora en Ciencias de la Educación. Plan de Docencia de la Universidad de Sevilla, Editorial Octaedro, Barcelona.
- [10] BIRF Banco Interamericano de Reconstrucción & Fomento (2010). Mujeres empresarias. Barreras y oportunidades en el Sector Privado formal en América Latina y el Caribe. Estudio para el Banco Mundial. Washington, D.C.
- [11] Saavedra, M. & Camarena, M. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. Revista Criterio Libre, Vol. 13, No. 22, Pp.129-152, Junio, Bogotá.
- [12] Coomeva (2016). Latinoamérica, primera en emprendimiento femenino a nivel del Mundo. Revista Digital MujerCoomeva. <http://bit.ly/2OEWo43>
- [13] GEDI (2015). Female Entrepreneurship Index. The Global Entrepreneurship and Development Institute. Washington, D.C. <http://bit.ly/2PdxsSG>.
- [14] El Heraldo (2017). 12,3 millones de Mujeres son Cabeza de Hogar en Colombia. Informe del Instituto de la Familia de la Universidad de La Sabana. <http://bit.ly/2MDMuCo>
- [15] Fundación BBVA (2018). Fundación BBVA respalda el emprendimiento de mujeres de América Latina. <http://bit.ly/2ViqLkj>
- [16] Global Entrepreneurship Monitor GEM Colombia (2016). Informe Actividad Empresarial Colombiana reporte GEM 2016/17. Bogotá.
- [17] Banco Mundial (2018). Reporte Poblacional, Población mujeres % total en el Mundo. <https://bit.ly/2TpuQCH>
- [18] CCB (2017). Las 50 ciudades que más apoyan a mujeres emprendedoras. Cit. Revista Portafolio Digital (2017). <https://bit.ly/2vJ7ChM>
- [19] ElTiempo. (2017). Emprendimiento en Colombia, la nueva fuerza de sostenibilidad. La innovación y la constancia como claves del éxito. <http://bit.ly/2vf1c9l>
- [20] Grupo SURA (2018). Cuatro Razones por las que fracasan los emprendimientos. Estudios sobre emprendimiento del Grupo Suramericana, Fundación Bavaria y Universidad del Rosario. <http://bit.ly/2OWHXsD>
- [21] Revista Entrepreneur (2017). Mujeres mexicanas emprenden más que los hombres. <https://bit.ly/2kraSdB>
- [22] Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. Naciones Unidas-CEPAL, División de asuntos de género. Santiago.
- [23] Berdugo, E. & Gámez, J. (2015). Mujeres Empresarias de Bogotá. Revista CIFE, Lecturas de Economía Social. Año 17, 11/26/pp. 149-173. Universidad Santo Tomas, Bogotá.
- [24] Santamaría, A; Moreno, E; Torres, E. & Cadrazco, W. (2013). La Influencia de la Familia en el Emprendimiento Empresarial. El Caso de Tres Pymes de los Sectores Comercial y Servicios de la Ciudad de Sincelejo Sucre. Revista Pensamiento Gerencial. <http://bit.ly/2vuci9E>
- [25] Banco de Desarrollo de América Latina CAF (2016) Determinantes Socioeconómicos de la Educación Financiera. Disponible en <http://bit.ly/2OPOftQ>
- [26] Pardo-del-Val, M. (2010). Services supporting female entrepreneurs. Services Industries Journal, 30(9), 1479-1498.
- [27] Ormeño, B. (2014). Emprendimiento Femenino: Propuesta de un perfil con base al propio discurso de Mujeres, desde una perspectiva cualitativa. Universidad de Chile. Santiago.
- [28] Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL (2017). Panorama Social de América Latina 2017. Santiago de Chile.
- [29] Organización Internacional del Trabajo OIT (1999). Programa de Trabajo Decente de la OIT. Definiciones y alcances. <http://bit.ly/2KolVMD>
- [30] Rodríguez, R. Jiménez, R. & Rebollo, M. (2013). Estrategias de Emprendimiento y Emociones de las Mujeres Empresarias: Tesis doctoral Propuestas Innovadoras en el Contexto Económico Andaluz. Universidad de Sevilla.
- [31] Van Dalen, D. & Meyer, W. (2014). Estrategia de la investigación descriptiva. Manual de técnica de la investigación educacional. Ed. Paidós. Barcelona.
- [32] Tamayo, M. (2012). El proceso de investigación científica. Ed. Limusa. Bogotá.