

MSN

Barreras invisibles para mujeres emprendedoras

21 - 0 5 minutos de lectura



Las pequeñas y medianas empresas (PYME) son el motor económico de América Latina. Según el informe más reciente de la OCDE, el sector representa el 40% del PIB de la región y genera casi el 80% del empleo formal.

En un contexto de rápido crecimiento, donde el emprendimiento se ha convertido en una de las principales fuentes de creación de empleo, es crucial que las mujeres emprendedoras tengan acceso a los recursos necesarios para poder competir en el mercado. Sin embargo, existen varias barreras invisibles que dificultan su desarrollo.

Según el informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM), solamente el 28% de las emprendedoras en Argentina están liderando su negocio. En otros países de América Latina, como Chile, Brasil y Colombia, este porcentaje es aún menor.

Entre las principales barreras que enfrentan las mujeres emprendedoras se encuentran:

- Acceso limitado a financiamiento:** Las mujeres suelen tener dificultades para acceder a créditos bancarios y líneas de crédito.
- Falta de redes de contacto:** Las redes de contacto de las mujeres emprendedoras suelen ser más pequeñas y menos diversas que las de sus colegas hombres.
- Responsabilidades familiares y de cuidado:** Las mujeres suelen asumir una carga desproporcionada de responsabilidades familiares y de cuidado, lo que dificulta su dedicación al negocio.
- Barreras culturales y de género:** Los roles de género tradicionales pueden limitar las oportunidades de las mujeres en el mundo empresarial.

Para superar estas barreras, es necesario implementar políticas y programas que apoyen a las mujeres emprendedoras, como:

- Crear programas de financiamiento dirigidos específicamente a las mujeres.
- Fomentar la creación de redes de apoyo y mentorías para las mujeres emprendedoras.
- Implementar políticas de conciliación familiar y laboral que permitan a las mujeres equilibrar sus responsabilidades profesionales y familiares.
- Realizar campañas de sensibilización que desafíen los roles de género tradicionales.

Es fundamental que los gobiernos, las instituciones financieras y la sociedad en general trabajen juntos para eliminar estas barreras invisibles y permitir que las mujeres emprendedoras puedan alcanzar su pleno potencial económico y profesional.

Más para ti

BETO CÉSAR: 'EN 2001 VENDIMOS TODO Y NOS FUIMOS A VIVIR A ESPAÑA'

1 minuto



El empresario argentino Beto César, fundador de la cadena de supermercados Círculo Rojo, anunció su salida del país tras haber vendido todo su patrimonio en Argentina y mudarse a vivir a España.

En un momento de su discurso, César dijo: 'En 2001 vendimos todo y nos fuimos a vivir a España'. Su decisión de abandonar su país natal ha generado gran interés y debate en los medios de comunicación.

Según se sabe, César vendió su participación en Círculo Rojo y otros negocios en Argentina por un valor estimado de millones de dólares. Actualmente, él y su familia residen en Madrid, España.

Esta noticia ha sido interpretada por algunos como un signo de desconfianza en el futuro económico de Argentina, mientras que otros ven en ella una decisión personal basada en factores familiares o de calidad de vida.

Más para ti

El personaje femenino que no estamos preparados para soportar

Historia de María Bustillo | 1 minuto | 0 4 minutos de lectura



El personaje femenino que no estamos preparados para soportar es aquel que desafía los roles de género tradicionales y que busca su propia independencia y autonomía.

Este tipo de personajes suelen ser percibidos como "fuera de lugar" o "exóticos" en sociedades donde aún prevalecen los valores patriarcales. Sin embargo, su existencia es una realidad y su impacto en la sociedad es cada vez mayor.

Estas mujeres suelen ser fuertes, independientes y capaces de tomar decisiones por sí mismas. No se conforman con roles pasivos y buscan desarrollar su propia identidad y proyectos de vida.

La sociedad debe estar preparada para aceptar y valorar a estas mujeres por lo que son, sin juzgarlas basándose en estereotipos de género. Solo así podremos construir una sociedad más equitativa y justa.

Más para ti

Playa: Estas situaciones que las mujeres conocemos muy bien

Historia de Ana M. | 1 minuto | 0 4 minutos de lectura



El dilema del traje de baño: elegir un traje de baño que sea cómodo y práctico, pero que también sea atractivo y que se adapte a las condiciones del agua y del sol.

Este es un dilema que muchas mujeres enfrentan cada vez que van a la playa. Por un lado, quieren sentirse cómodas y protegidas del sol y del agua. Por otro lado, quieren sentirse bien y atraer la atención.

Las opciones suelen ser limitadas: trajes de baño muy prácticos pero poco atractivos, o trajes muy atractivos pero poco prácticos. La solución suele estar en encontrar un equilibrio entre ambos aspectos.

Más para ti

Cómo manejar los comentarios y miradas persistentes

Quitarle los comentarios negativos es una tarea difícil, pero hay que aprender a manejarlos con elegancia y sin perder la compostura.

Los comentarios negativos pueden ser una forma de manipulación o simplemente una falta de respeto. Lo importante es no dejarse llevar por ellos y mantener la calma.

Algunas estrategias para manejar estos comentarios incluyen:

- Ignorarlos: a veces la mejor respuesta es no responder.
- Responder con calma y firmeza: explicar brevemente por qué no te afectan sus comentarios.
- Buscar apoyo: hablar con alguien de confianza que pueda ayudarte a manejar la situación.
- Establecer límites: dejar claro que ciertos comentarios no son aceptables.

Más para ti

[...] vida (ni muy joven, ni muy grande); y todo lo debemos hacer perfecto, porque madre hay una sola ¿verdad?A pesar de los avances en la inclusión, el progreso sigue siendo desigual en diversos sectores clave. Según el informe Women in

Business 2025 de Grant Thornton, en las empresas medianas, el 47,6% de los puestos de RRHH, y el 33,3% de Marketing (CMO) están ocupados por mujeres, lo cual los convierte en los cargos con mayor representación femenina. En contraposición, el mismo estudio refleja qu [...]

Las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) son el motor económico de América Latina. Según el informe Índice de Políticas para PyMEs: América Latina y el Caribe 2024, representan el 99% de la totalidad de los negocios y generan cerca del 60% del empleo formal. En ese contexto, las mujeres realizan un aporte fundamental para el fortalecimiento de las pymes y su impulso al crecimiento económico y social del territorio en el que se desempeñan. Sin embargo, las mujeres aún enfrentan barreras estructurales y culturales que limitan su participación en la toma de decisiones. Según el informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM), solamente el 38% de los emprendimientos en Argentina están liderados por mujeres. Por otro lado, el mismo informe asegura que una de cada tres mujeres en Latinoamérica desea emprender, pero además se choca con una serie de barreras invisibles. Los estereotipos de género son ideas preconcebidas sobre las capacidades, comportamientos y roles de hombres y mujeres en el ámbito laboral. Estos prejuicios pueden influir en diversas áreas y volverse determinantes en la contratación, la promoción, la asignación de tareas y la percepción del desempeño de una persona. El sesgo y las limitaciones son compartidas -por mujeres y hombres-; y difíciles de derribar porque son inherentes a nuestra sociedad y cultura, y mucho tiene que ver la educación que recibimos. Casi nueve de cada diez hombres y mujeres de todo el mundo mantienen prejuicios contra las mujeres, según estadísticas de las Naciones Unidas. Además, la mitad de la población mundial sigue creyendo que los hombres son mejores líderes políticos que las mujeres, y más del 40% considera que los hombres son mejores ejecutivos que las mujeres, según el Índice de Normas Sociales de Género, del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD-. Queda claro que los prejuicios de género son un problema verdaderamente global. Está comprobado que estos sesgos comienzan entre los 3 y 5 años. Estereotipos de género impuestos por terceros. Todas las mujeres -seamos profesionales independientes; trabajemos en una multinacional; estemos al frente de una empresa familiar; o emprendiendo nuestro propio negocio- sufrimos muchos sesgos de género socialmente aceptados; y en varias ocasiones, autoimpuestos por nosotras mismas. Existen sesgos relacionados con la maternidad y con los espacios de cuidado. Se nos dice que podemos realizar todo lo que deseemos y queramos, mientras primero cumplamos con nuestro rol: 'deber' de madre y esposa. Y que, además, lo debemos hacer a cierta edad y no en cualquier momento de nuestra vida (ni muy joven, ni muy grande); y todo lo debemos hacer perfecto, porque madre hay una sola ¿verdad? A pesar de los avances en la inclusión, el progreso sigue siendo desigual en diversos sectores clave. Según el informe Women in Business 2025 de Grant Thornton, en las empresas medianas, el 47,6% de los puestos de RRHH, y el 33,3% de Marketing (CMO) están ocupados por mujeres, lo cual los convierte en los cargos con mayor representación femenina. En contraposición, el mismo estudio refleja que la proporción de directoras ejecutivas (CEO) ha crecido sólo 2,6 puntos durante 2024, alcanzando el 21,7%, en comparación con el 28,4% registrado en 2023. En las empresas familiares, en general, los espacios de dirección estratégica son delegados a los hombres de la familia empresaria. La mujer suele estar destinada a asumir la dirección de áreas como RRHH, Marketing, RSE, o una fundación. Otro de los grandes estereotipos es que las mujeres trabajamos en el negocio de nuestro esposo, de nuestro padre, o de la familia. Es habitual escuchar que solamente estamos para acompañar. Ese estereotipo queda refutado por el Informe Global sobre la Brecha de Género 2024 del Foro Económico Mundial, según el cual la paridad de género en el sector empresarial y del emprendimiento sería un impulsor clave en el crecimiento económico regional y global. Al mismo tiempo, el Banco Mundial sostiene que cerrar la brecha de género en el emprendimiento podría aumentar el PBI mundial en un 20%. Estereotipos de género autoimpuestos. Los estereotipos de género no solo provienen de terceros, también se hace alusión a los frenos autoimpuestos por las propias mujeres. Barreras socioculturales que conforman los principales obstáculos en el desarrollo del talento femenino, crecimiento profesional, o carrera de cargo dentro de sus propias empresas. Los estereotipos más perjudiciales son aquellos que surgen desde nuestro interior. Esas limitaciones como el síndrome del impostor o la exigencia de hacerlo todo, y todo perfecto. Es importante reconocer que no sólo los obstáculos provienen del afuera, de lo que dicen los otros; sino que también influyen nuestras propias limitaciones. A pesar de los importantes avances en la promoción de la igualdad de género a nivel mundial, según el mencionado Informe Global sobre la Brecha de Género 2024, del Foro Económico Mundial, cerrar las brechas de género en la participación y las oportunidades económicas llevará más de 134 años si persisten las tendencias actuales. Las barreras invisibles provienen de los espacios de poder y decisión que, en la cadena de valor de una empresa, continúan siendo liderados por hombres. Esto lo notamos todo el tiempo: al articular la gestión público-privada; al acercarnos a la banca en busca de financiamiento; al tratar con quienes toman decisiones; en el intercambio diario con los grandes proveedores y clientes..., la mayoría de esas situaciones implican un intercambio con hombres. Esas interacciones están condicionadas por los estereotipos de género y se evidencia en factores como el tono, los modos, la sintaxis, los tiempos, todo se construye de una manera diferente. La consecuencia es que la mujer sigue quedando fuera de juego. Todo gran cambio comienza por casa. Reducir estas marcadas diferencias entre hombres y mujeres en los espacios de negocios, en los puestos decisivos, y en los roles de poder, es esencial para fomentar economías inclusivas a escala mundial. Se está haciendo mucho. Y si bien queda mucho más por hacer para erradicar las barreras invisibles que nos inhabilitan a crecer, estoy convencida de que la mejor acción que podemos llevar adelante es cambiar nuestro metro cuadrado, empezar por reconvertir nuestros espacios -hogares, empresas, y a nosotras mismas-. En mi caso, comencé este cambio involucrándome en ámbitos donde no sólo adquiero herramientas para profesionalizar mi negocio y mi liderazgo personal, sino que también encuentro fuentes para generar una importante red de contactos. Cada pequeña acción que hagamos en nuestras empresas y negocios nos permitirá palpar y experimentar cambios en primera persona, transformaciones reales que, verdaderamente, se convierten en un dominó de impacto positivo. *Natalia Facciolo es cofundadora de LUDMARC.