

MUJERES EMPRENDEDORAS

Barreras invisibles

Todavía existen obstáculos estructurales y culturales que limitan la participación femenina en las decisiones del mundo laboral.



Por NATALIA
FACCIOLE *

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 Global Entrepreneurship Monitor (GEM), solamente el 38% de los emprendimientos en Argentina están liderados por mujeres y una de cada tres mujeres en la región desea emprender, a pesar de chocar 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. Pueden volverse determinantes en la contratación, la promoción, la asignación de tareas y la percepción del desempeño de una persona. Según el Índice de Normas Sociales de Género, del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 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. Es claro que los prejuicios de género son un problema verdaderamente global.

ESTEREOTIPOS. Todas las

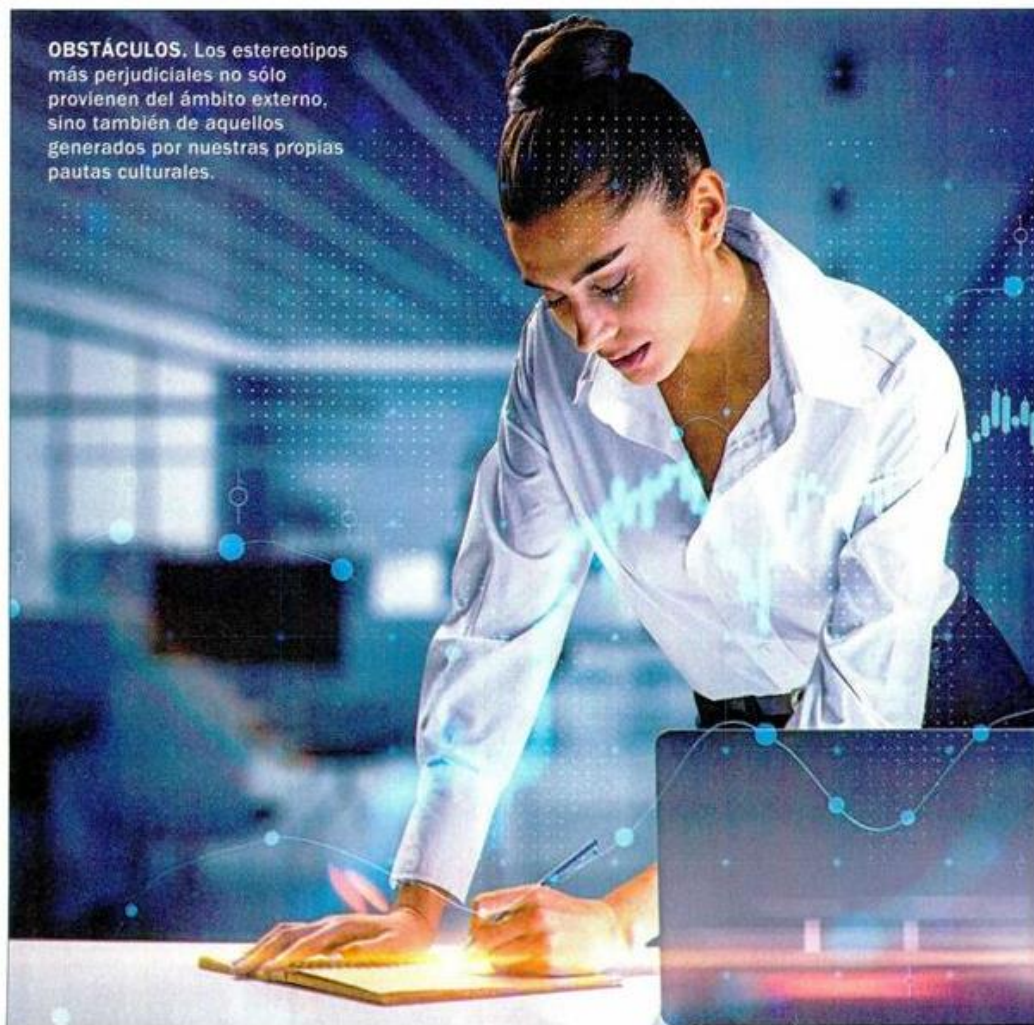
mujeres -profesionales o independientes; trabajemos en una multinacional; estemos al frente de una empresa familiar o emprendiendo nuestro propio negocio- sufrimos muchos sesgos de género socialmente aceptados y en varias ocasiones, autoimpuestos por nosotras mismas.

Existen sesgos relacionados con la maternidad y con los espacios de cuidado. Se nos dice que podemos realizar todo lo que 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.

A pesar de los avances en la inclusión, el progreso sigue siendo desigual en diversos sectores clave. Según el estudio Women in Business 2025, de Grant Thornton, en las empresas medianas, el 47,6% de los puestos de Recursos Humanos y el 33,3% de los de Marketing 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) creció sólo 2,6% durante 2024, alcanzando el 21,7% (28,4% en 2023).

En general, en las empresas familiares, los espacios de dirección estratégica son delegados a los hombres de la familia empresaria. La mujer suele

OBSTÁCULOS. Los estereotipos más perjudiciales no sólo provienen del ámbito externo, sino también de aquellos generados por nuestras propias pautas culturales.





IMPACTO. A pesar de los avances en la inclusión de la mujer, el progreso sigue siendo desigual en muchos sectores empresarios.

estar destinada a asumir la dirección de áreas como Recursos Humanos, Marketing, RSE o alguna fundación vinculada.

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. El Banco Mundial, por ejemplo, sostiene que cerrar la brecha de género en el emprendimiento

podría aumentar el PBI mundial en un 20%.

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.

POR CUENTA PROPIA. 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

al articular la gestión público-privada; al acercarnos a los bancos 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.

El comienzo. Reducir estas marcadas diferencias entre hombres y mujeres en los espacios de negocios, en los puestos decisorios, y en los roles de poder, es esencial para fomentar economías inclusivas a escala mundial.

Si bien queda mucho más por hacer para erradicar las barreras invisibles que nos inhabilitan a crecer, 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.

★ **EMPREDEDORA, Co-Fundadora de LUDMARC.**

“SEGÚN EL BANCO MUNDIAL, CERRAR LA BRECHA DE GÉNERO EN EMPRENDIMIENTOS AUMENTARÍA 20% EL PBI GLOBAL”.

carrera de cargo dentro de sus propias empresas.

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 dichas diferencias en la participación y las oportunidades económicas llevaría más de 134 años de persistir 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:

CIFRAS SIN CUPO



99%

de las empresas en América Latina son PyMEs.

60%

del empleo en la región está generado por este tipo de empresas.

38%

de los emprendimientos en Argentina están liderados por mujeres.

47%

de los cargos directivos en RR.HH. son ocupados por mujeres.

21%

de las personas que ocupan la gerencia principal son mujeres.

Fotos: Cepoc.

37

[...] (ni muy joven, ni muy grande); y todo lo debemos hacer perfecto, porque madre... hay una sola.

A pesar de los avances en la inclusión, el progreso sigue siendo desigual en diversos sectores clave. Según el estudio

Women in Business 2025, de Grant Thornton, en las empresas medianas, el 47,6% de los puestos de Recursos Humanos y el 33,3% de los de Marketing están ocupados por mujeres, lo cual los convierte en los cargos con mayor representación femenina. En contraposición, el mismo estudi [...]

MUJERES EMPRENDEDORAS

Todavía existen obstáculos estructurales y culturales que limitan la participación femenina en las decisiones del mundo laboral. B as
as pequeñas y Lme

edianas 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 Global Entrepreneurship Monitor (GEM), solamente el 38% de los emprendimientos en Argentina están liderados por mujeres y una de cada tres mujeres en la región desea emprender, a pesar de chocar 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. Pueden volverse determinantes en la contratación, la promoción, la asignación de tareas y la percepción del desempeño de una persona. Según el índice de Normas Sociales de Género, del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 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. Es claro que los prejuicios de género son un problema verdaderamente global. Estereotipos. Todas las Por NATALIA FACCILOLO mujeres -profesionales o 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 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.

A pesar de los avances en la inclusión, el progreso sigue siendo desigual en diversos sectores clave. Según el estudio Women in Business 2025, de Grant Thornton, en las empresas medianas, el 47,6% de los puestos de Recursos Humanos y el 33,3% de los de Marketing 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) creció sólo 2,6% durante 2024, alcanzando el 21,7% (28,4% en 2023).

En general, en las empresas familiares, los espacios de dirección estratégica son delegados a los hombres de la familia empresaria. La mujer suele

OBSTÁCULOS. Los estereotipos más perjudiciales no sólo provienen del ámbito externo, sino también de aquellos generados por nuestras propias pautas culturales. estar destinada a asumir la dirección de áreas como Recursos Humanos, Marketing, RSE o alguna fundación vinculada.

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. El Banco Mundial, por ejemplo, sostiene que cerrar la brecha de género en el emprendimiento podría aumentar el PBI mundial en un 20%.

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.

Por cuenta propia. 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.

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 dichas diferencias en la participación y las oportunidades económicas llevaría más de 134 años de persistir 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 los bancos en busca de flnanciamiento; 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.

El comienzo. Reducir estas marcadas diferencias entre hombres y mujeres en los espacios de negocios, en los puestos decisores, y en los roles de poder, es esencial para fomentar economías inclusivas a escala mundial.

Si bien queda mucho más por hacer para erradicar las barreras invisibles que nos inhabilitan a crecer, 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. EMPRENDEDORA, Co-Fundadora de LUDMARC.

“SEGÚN EL BANCO MUNDIAL, CERRAR LA BRECHA DE GÉNERO EN EMPRENDIMIENTOS AUMENTARÍA 20% EL PBI GLOBAL”.

IMPACTO. A pesar de los avances en la inclusión de la mujer, el progreso sigue siendo desigual en muchos sectores empresarios.

SIN CUPO de las empresas en América Latina sonPyMEs.

del empleo en la región está generado por este tipo de empresas.

délos emprendimientos en Argentina están liderados por mujeres

47%

de los cargos directivos en RR.HH. son ocupados por mujeres. de las personas que ocupan la gerencia principal son mujeres.