

El empoderamiento femenino a través del emprendimiento en la era digital

Female empowerment through entrepreneurship in the digital age

María Luisa Saavedra García, Ph.D.^a

Clasificación: trabajo empírico - investigación

Recibido: 15 de junio, 2022

Revisado: 16 de abril, 2023; 20 de junio, 2023

Aceptado: 26 de septiembre, 2023

■ Resumen

El empoderamiento femenino es uno de los objetivos para el desarrollo del milenio y el emprendimiento es una de las vías para lograrlo. El objetivo de esta investigación consistió en realizar un diagnóstico acerca de la participación de la mujer en el trabajo remunerado en México, específicamente en el emprendimiento e identificar los retos y oportunidades para insertarse a la era digital. Para lo cual, se realizó una investigación documental recolectando datos de fuentes secundarias de información publicados por organismos internacionales, así como de artículos científicos. Los hallazgos más relevantes permiten conocer que las principales barreras que enfrentan las mujeres para emprender de manera formal son los costos, el financiamiento, la profesionalización, la brecha digital, la falta de confianza, el miedo al fracaso, la carga de trabajo no remunerado y la falta de modelos a seguir. Asimismo, se puede conocer que las oportunidades que tienen las pymes lideradas por mujeres consisten en las cadenas de valor y la era digital, a las que tienen que adherirse para no quedar rezagadas en el mercado.

Palabras clave: emprendimiento, empoderamiento, era digital.

■ Abstract

Female empowerment is one of the goals for the development of the millennium, entrepreneurship is one of the ways to achieve it. The objective of this research was to make a diagnosis about the participation of women in paid work in Mexico, specifically in entrepreneurship, and to identify the challenges and opportunities to enter the digital age. For which a documentary research was carried out collecting data from secondary sources of information published by international organizations, as well as scientific articles. The main findings allow us to know that the main barriers that women face to undertake formally are costs, financing, professionalization, the digital divide, lack of confidence, fear of failure, unpaid workload and lack of role models. Likewise, it can be known that the opportunities that SMEs led by women have consist of value chains and the digital age, to which they have to adhere so as not to be left behind in the market.

Keywords: entrepreneurship, empowerment, digital age.

^a Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Ciudad de México, México. Correo electrónico: maluisasaavedra@yahoo.com. ORCID: 0000-0002-3297-1157.

■ Introducción

La competitividad de un país va más allá de la capacidad de generar empleos y fortalecer la economía; trasciende a garantizar que la inclusión de las personas se dé en todos los ámbitos de la vida. La inclusión de las mujeres en la economía formal es un desafío a escala global, señalado en el Objetivo 5 de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas "la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas"; pues como es sabido, cuando una mujer avanza, el mundo avanza con ella (ONU Mujeres, 2018).

Las mujeres llevan la responsabilidad del cuidado de la familia y las labores del hogar (IMCO, 2021b), lo que constituye una barrera para participar en el mercado laboral. Es aquí donde el emprendimiento se presenta como una opción que les permite compaginar estas labores con la necesidad de generar ingresos para satisfacer sus necesidades y las de su familia. Estas mujeres muchas veces se ven impulsadas a emprender por necesidad económica causada por el empobrecimiento, la falta de oportunidades para desarrollarse profesionalmente, como consecuencia de encontrar un techo de cristal y la falta de empleo en el mercado laboral (Castiblanco Moreno, 2018; OIT, 2019).

Se ha enfatizado que la discriminación de la mujer en el trabajo remunerado y la doble carga (laboral y doméstica) que tiene que afrontar se debe a la "división sexual del trabajo", la cual, según Domínguez (2000), inicia en el hogar donde se normaliza la dedicación de la mujer a las labores del hogar y el cuidado de la familia; y el hombre se debe dedicar a conseguir los recursos económicos para proveer a la familia de todo lo necesario para vivir, y ello lo realiza a través de un trabajo remunerado.

Refiere también que Marx (1849) marcó una diferenciación entre el trabajo productivo e improductivo, devaluando así el trabajo femenino y legitimando el salario que es capaz de lograr el jefe del hogar. Sumado a lo anterior, a la mujer históricamente se le consideraba en lo físico e intelectual "débil", al hombre "fuerte", por lo que, como consecuencia de los avances tecnológicos y la industrialización, se hizo necesario reclutar mujeres (Marx, 1849 como se citó en

Domínguez, 2000). Desde este concepto, a ellas se les pagaba un salario menor, en función de sus capacidades físicas e intelectuales, iniciándose allí claramente la discriminación laboral y salarial por género, pues se hace la distinción entre trabajo de hombres y trabajo de mujeres, desvalorizando este último (Kegoart, 2003).

A pesar de la inserción de la mujer en el mercado laboral, ella no puede ni debe dejar sus responsabilidades del hogar y cuidado de la familia; entonces, como señala Kandel (2006), la mujer se encuentra entre un "complejo entramado de vínculos entre la división sexual del trabajo, la organización de la familia y las estrategias de acumulación de capital" (p. 12), que persiste hasta nuestros días limitando así su accionar en la realización de actividades económicas.

Es así como, en el ámbito de los negocios, las empresarias deben responder a múltiples retos adicionales que limitan sus oportunidades de crecimiento, más aun cuando muchos estudios han encontrado que la igualdad económica de género es un motor para el desarrollo, pues el 30% de la disminución de la pobreza extrema en América Latina y el Caribe entre el 2000 y 2010, se debió a la participación de la mujer. Reforzando lo anterior, según diversos estudios, las emprendedoras sustentan la generación de empleos y el crecimiento económico con ahorros personales significativos, además de mejorar la calidad de vida de su familia, destinando una parte importante de sus ingresos en salud, educación y nutrición (IFC, 2019, OIT, 2019).

En este contexto, el objetivo de esta investigación consistió en realizar un diagnóstico de la participación de la mujer en el trabajo remunerado en México, en particular el emprendimiento, e identificar los retos y oportunidades para insertarse a la era digital. Por lo que se genera la pregunta de investigación: ¿Cuál es la situación de la participación de la mujer en el trabajo remunerado, específicamente en el emprendimiento, en México?

■ Método

Se hizo una investigación documental en la que se recolectaron datos de fuentes secundarias de información, que publican los organismos inter-

nacionales como la Comisión Interamericana de Mujeres (OEA-CIM), el Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Banco Mundial (BM), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la Corporación Financiera Internacional (CFI), la Inter-American Commission of Women y el World Economic Forum, y se recuperaron los documentos publicados de los repositorios de las páginas web de cada institución referida. También, se revisaron los hallazgos de investigaciones previas acerca de los diferentes aspectos de la participación de las mujeres en el trabajo remunerado y el emprendimiento, así como los retos de la era digital. Luego, se analizó todo el material bibliográfico recuperado y se desarrollaron las temáticas que permitieron presentar el diagnóstico de la situación actual de la mujer en Latinoamérica, mediante la utilización del método histórico narrativo, y, por último, se describen los retos y oportunidades que enfrentarán las mujeres en la era digital.

Contribución de las mujeres al crecimiento económico y sostenible

En México, la participación de las mujeres en el mercado laboral aún es un reto. Pues bien, según IMCO (2021b) e INEGI (2021b), a diferencia de otros países de Latinoamérica, como Perú donde siete de cada diez mujeres trabajan en actividades económicas remuneradas, México emplea menos trabajadoras en la fuerza laboral, ya que cuatro de cada diez mexicanas forman parte de la fuerza laboral (hombres: siete de cada diez). La tasa de participación económica femenina durante el 2020 fue de 45%, mientras que durante el 2021 disminuyó al 42%, como consecuencia del cierre o disminución de las actividades económicas de servicios, donde trabajan la mayoría de las mujeres. Por otra parte, el 64% de las mujeres mexicanas prefieren tener un trabajo remunerado, en tanto que el 30% de ellas buscan trabajar y a la vez cuidar a su familia, para mantener el equilibrio entre trabajo y familia.

A esta situación se suman los impactos de la pandemia del COVID-19 sobre el mercado laboral donde las más perjudicadas son las mujeres (Cerda, 2020). Pues de acuerdo con las Naciones Unidas-CEPAL (2021), la disminución de la actividad económica en América Latina y el Caribe en el 2020 provocó una tasa de desempleo para las mujeres de 22.2%, superior en 12.6% a la del 2020. Además, Aguerrevere et al. (2021) hacen notar que las mujeres en la región están tardando más que los hombres en recuperar sus empleos, y aún más si se considera que se encuentran sobrerrepresentadas en sectores altamente impactados por la pandemia, como servicios de alojamiento, mayoristas y minoristas y alimentación, en empleos a tiempo parcial, los cuales son más propensos a ser eliminados durante las recesiones (Mastercard, 2020).

A nivel mundial, los estudios realizados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y Gallup (2017) muestran que el 70% de las mujeres y el 66% de los hombres coinciden en que ellas realizan un trabajo remunerado fuera del hogar. Sin embargo, también aceptan que la conciliación de la vida laboral y familiar es el principal reto que tienen que afrontar, como consecuencia de la falta de servicios de cuidado y familiares, actividades no remuneradas que culturalmente asumen las mujeres.

Es una realidad latente que la segregación ocupacional y la desigualdad salarial son reflejo de los roles y estereotipos propios de México, que atribuyen a la mujer la responsabilidad de las labores domésticas y de cuidado, por lo que suelen trabajar en sectores asociados culturalmente a estos: educación, cuidados de la salud, trabajo social, trabajo doméstico y en actividades poco calificadas y, por tanto, de menor remuneración que los hombres (Cerda, 2020). Puede verse así entonces, que la división sexual de trabajo es una de las más importantes desigualdades estructurales, que provoca injusticias económicas que afectan a las mujeres en el ámbito familiar, laboral, político y comunitario (Moreno y Anderson, 2017).

En el campo laboral mexicano, aquellas carreras donde existe una menor proporción de mujeres, se han posicionado como las carreras mejor pagadas en el presente y como una tenden-

cia futura que marcará la posición de las mujeres. Como puede verse en la tabla 1, las carreras mejor pagadas como las ingenierías, las TIC y la computación, también son las de menor participación de mujeres; lo contrario sucede con las carreras de menor remuneración, como las de trabajo social, enfermería y docencia, donde la participación de las mujeres es elevada.

En la actualidad, a nivel mundial, la brecha de género es más evidente en áreas que requieren habilidades y técnicas disruptivas; es decir, en “los empleos del futuro” (World Economic Forum, 2021). Por consiguiente, solo el 14% de las mujeres están dedicadas a la computación y la nube, mientras que el 20% se dedican a la ingeniería y datos y el 32% se encuentran dedicadas a la inteligencia artificial. El poco acceso de las mujeres al sector tecnológico se debe a (Laboratoria, 2020):

Limitaciones del sector educativo. La calificación de México en matemáticas es de 2.8 de 7, lo cual pone a México en un lugar muy rezagado con referencia a la media. Sumado a ello, el 26% de las escuelas no tienen acceso a internet, lo que no permite a los estudiantes adquirir competencias digitales. Sumándose también a esta situación, los estereotipos de género, la cultura y las normas sociales que refuerzan que las carreras STEM (*science, technology, engineering and mathematics*) son profesiones masculinas, lo que inhibe la participación de las mujeres en estas.

Estereotipos de género. Los estereotipos arraigados en la sociedad mexicana excluyen a

las mujeres de las carreras STEM. Afirmaciones como que los hombres son más adecuados para las profesiones científicas y tecnológicas que las mujeres, socavan la confianza y la autoestima de las mujeres dificultando su participación en el sector tecnológico. Ello queda de manifiesto en los resultados de las pruebas de autoeficacia (autopercepción de sus competencias) a nivel global, aunque las niñas obtienen mejores puntajes en las asignaturas STEM, sus resultados son significativamente menores. Coincidiendo con lo anterior, estudios efectuados en México muestran que si bien las niñas de tercer año de primaria obtuvieron mejores resultados en asignaturas STEM, con el paso del tiempo ante una mayor exposición a los estereotipos de género, su rendimiento y participación disminuye de manera significativa en comparación con los hombres.

Discriminación laboral. Lamentablemente, existe una tendencia arraigada a considerar a las mujeres como menos competentes que los hombres y sus logros son menos valorados. Ello significa que la mujer debe lograr mejores calificaciones que los hombres para obtener una promoción o ascenso. En consecuencia, un total de 3.5 millones de mujeres en México han denunciado prácticas de discriminación laboral, pues a pesar de existir un marco legal que busca combatir estas prácticas, aún prevalece el establecimiento de requisitos de contratación para mujeres, como la edad, la maternidad y la situación familiar en general (Banco Mundial, 2020).

Desigualdad en las tareas domésticas. A la mujer se le asigna el rol del trabajo no remune-

Tabla 1. Diferencias ocupacionales y salariales

Carrera	Profesionales		Posición
	Mujeres	Hombres	
Trabajo en atención social	92%	8%	41°
Enfermería y cuidados	84%	16%	33°
Formación docente	68%	32%	37°
Ciencias de la computación	41%	59%	9°
TIC	27%	73%	5°
Ingeniería industrial, electrónica y tecnología	25%	75%	8°
Ingeniería mecánica y metalurgia	11%	89%	4°

Fuente: Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) (2021a).

rado y al hombre el de proveedor, lo cual establece una barrera para las mujeres que quieren trabajar y dedicarse a la familia al mismo tiempo. En México, las mujeres dedican 39 horas a la semana al trabajo doméstico, el triple de lo que dedican los hombres; el 44% de las personas opinan que cuando una madre de familia trabaja sus hijos sufren; por consiguiente, casi el 70% de las mujeres que son madres no estudian ni trabajan, y solo el 36% de las ejecutivas son madres (McKinsey & Company, 2018). Lo anterior deja en evidencia que los estereotipos de género acerca de las tareas domésticas representan un impedimento, tanto para la inclusión laboral de la mujer, como para su desarrollo profesional. Y aún más, cuando el 73% de los centros de trabajo en México cuentan con políticas en licencia de maternidad, solo el 42% dispone de políticas en licencia de paternidad, mientras que únicamente el 34% promueve el uso de esta licencia entre sus trabajadores.

Ausencia de modelos a seguir. El entorno del sector tecnológico se encuentra dominado por hombres, que se comportan de acuerdo con normas no escritas que se han definido desde la perspectiva masculina; por lo cual, a las mujeres les resulta difícil desenvolverse y generar contactos y redes, que podrían servirles más adelante para lograr ascensos. Esta es la razón por la que a las mujeres les resulta difícil trabajar en entornos totalmente masculinos, sin el acompañamiento de otras mujeres que funjan como mentoras, colegas y líderes, lo cual les genera un sentimiento de aislamiento, disminución del sentido de pertenencia, socavando la posibilidad de que las mujeres participen en este sector.

Las Naciones Unidas-CEPAL (2021) estiman un retroceso de más de una década en materia de participación laboral de mujeres en la región latinoamericana, puesto que laboran en sectores que requieren mayor contacto físico y con mayor índice de pérdida de empleo. Además, el promedio de horas dedicadas al trabajo doméstico y cuidados por semana (pre-COVID-19), de por sí ya era casi tres veces el tiempo medido en horas que dedica la mujer (39.7 vs. 15.2).

La autonomía económica y empoderamiento a través del emprendimiento

El emprendimiento es una de las vías donde las mujeres pueden generar ingresos y autonomía económica: aportando valor, innovación, nuevos productos/servicios y nuevas formas de hacer negocios. En México, el 39% de las personas que trabajan por cuenta propia son mujeres, el 21% de los empleadores son mujeres. Los sectores a los que pertenecen las pymes lideradas por mujeres, se distribuyen de la siguiente manera: 49% operan en el sector comercio, 40% en servicios y 11% en manufactura, aportan el 15% del valor agregado.

Así también, el 82% de las emprendedoras se desempeñan en la informalidad (4 286 000 emprendedoras), lo que las pone en gran desventaja, porque, como bien se sabe, la informalidad se traduce en baja productividad (50% menos de productividad que los negocios formales), bajos salarios e infinidad de barreras que impiden el crecimiento y acceso a nuevos mercados; en tanto que una empresa formalizada proyecta mayor confianza y credibilidad, impulsando la competitividad y atrayendo recursos y talentos (Adriano, 2018; IMCO, 2021a; Rojas et al., 2020). No obstante, Bustelo et al. (2019) encontraron que la brecha de género en los salarios favorece a los hombres, mientras que en productividad las mujeres son más favorecidas al mostrar mayor productividad en iguales condiciones laborales.

La formalidad también representa el acceso a beneficios, como financiamiento, acceso a seguridad social para las empresarias y sus colaboradores, apertura a mercados y capacitación que resultaría de gran apoyo para consolidar sus emprendimientos y, por tanto, su autonomía económica; puesto que en México, los ingresos de las emprendedoras formales son 2.5 veces más que aquellas que están en la informalidad (INEGI, 2021b). Además, la participación de las mujeres en actividades económicas formales lograría un incremento en la recaudación fiscal y en el ahorro, así les permitiría contar con guarderías, pensiones y atención para la salud (IMCO, 2021b).

Barreras al emprendimiento formal de mujeres

De acuerdo con IMCO (2021a) e INEGI (2021a), en México, la mayoría de las mujeres que deciden emprender lo hacen en la informalidad, puesto que se enfrentan a un entorno emprendedor complejo. Así, las principales barreras hacia la formalidad son las siguientes:

Costo de formalización. Los trámites administrativos en tiempo y dinero representan una tediosa y costosa carga que la empresaria no puede asumir, más aún cuando dedica mucho tiempo al trabajo no remunerado. Sin embargo, los estudios señalan que las mujeres son conscientes de la importancia de la formalidad en sus empresas, únicamente que se encuentran con muchas limitaciones al momento de intentar formalizarse, como falta de asesoría, poca comprensión de los trámites, poca claridad de las instituciones acerca de los requisitos y costos elevados, entre los principales. Sumado a lo anterior, Mandelli (2020) refiere que los empresarios no valoran los beneficios de la formalización, por lo que, como lo señala Adriano (2018), cualquier incentivo para la formalización debe buscar demostrar que los beneficios son superiores a los costos.

Falta de acceso a financiamiento. Las percepciones y los estereotipos de género que encasillan a la mujer en actividades domésticas y de cuidado, ocasionan que las fuentes de financiamiento a las que principalmente acuden sean de familiares, amigos y ahorros personales. Sin embargo, la Corporación Financiera Internacional (IFC, por sus siglas en inglés) (2019) refiere que financiar a emprendedoras es un buen negocio, pues se ha demostrado que son más productivas, mejores pagadoras y un nicho desatendido. Además, Aguerrevere et al. (2021) afirman que hasta es más rentable, dado que son clientes más leales, ahorradoras y puntuales. Así pues, cuantificando el impacto, se calcula que cerrar la brecha de financiamiento para las pymes de mujeres, crearía un mercado de 93 000 millones de dólares en América Latina y el Caribe. Por lo anterior, se han creado programas de financiamiento dedicados a mujeres por parte de algunas instituciones financieras; sin embargo, el alcance

aún resulta limitado. En México, las empresas lideradas por mujeres acceden a menos financiamiento formal y perciben menos ingresos.

Falta de profesionalización. Es decir, capacitación sobre finanzas, contabilidad y desarrollo de negocios, lo cual se constituye en una barrera para que las mujeres inicien o desarrollen sus negocios. En México, una de cada tres emprendedoras cuenta con educación media superior o superior, lo que abre una ventana de oportunidad para incluir en estos niveles educativos materias cuyos contenidos permitan aprender a desarrollar empresas, así como contenidos de educación financiera que tanta falta les hace al momento de emprender. Por otra parte, es relevante destacar que la falta de profesionalización ha sido señalada como una de las causas del cierre de empresas. Así pues, Belaustegui-goitia (2004) refiere que la falta de la gestión y sistemas de control formalizados es uno de los errores que frecuentemente cometen las pymes, y las hace más vulnerables. La importancia de la profesionalización radica en los hallazgos de Cabrejos et al. (2020), quienes encontraron que las empresas que logran realizar este cambio mejoran su gestión administrativa; pues entre otros aspectos, esto les permite plantear objetivos y diseñar estrategias para alcanzarlos.

Brecha digital. En México, en el 2020, de las empresas que no sobrevivieron a los impactos de la pandemia, solo el 2% de las micro y el 18% de las pequeñas y medianas empresas tenían ventas por internet. De ahí la importancia de cerrar la brecha de acceso a internet entre hombres y mujeres, pues en América Latina y el Caribe esta brecha es casi del 6%, mientras que en México es del 11%. Cerrar la brecha digital es indispensable, puesto que permitirá a las pymes sumarse a las cadenas de valor, ampliar sus capacidades dinámicas, así como sus redes de contactos y percibir mejor los cambios en el entorno, con un impacto beneficioso en la productividad (Dini et al., 2021).

Falta de confianza. En sus capacidades y habilidades empresariales al tener muy poca o nula experiencia laboral, representa un freno para el emprendimiento de la mujer; pues los estudios señalan que cuando más experiencia empresarial tengan las mujeres, mejores resulta-

dos pueden obtener con sus empresas (Mastercard, 2020; OIT, 2019).

Miedo al riesgo o fracaso. Puede constituirse en una barrera para acceder a una fuente de financiamiento, lo que a su vez es un obstáculo para el emprendimiento. Las mujeres son el 10% más propensas que los hombres a experimentar miedo al fracaso, lo que provoca que sus negocios se queden en sectores tradicionales, de poca innovación e incluso, no se atrevan a emprender. Corroborando lo anterior, Fries et al. (2014) encontraron que las mujeres les tienen temor a los préstamos y aun cuando encuentran una oportunidad para crecer no la aprovechan, porque necesitarían endeudarse. Y aunado a ello, Castiblanco Moreno (2018) encontró que las mujeres muestran una mayor aversión al riesgo que los hombres.

Carga de trabajo no remunerado. Los estereotipos de género todavía encasillan a la mujer en trabajos domésticos y de cuidados que limitan su desarrollo profesional y empresarial. La CEPAL (2023) refiere que aun cuando las mujeres disminuyen su carga de trabajo no remunerado al obtener ingresos propios, que le permiten contratar servicios, la brecha de género no disminuye y continúa siendo muy amplia, el doble de carga en la mayoría de los países de la región.

Falta de modelos a seguir. La ausencia de referentes de mujeres líderes, exitosas en campos profesionales y empresariales, desincentiva la participación de las mujeres en el emprendimiento. Sin embargo, Castiblanco Moreno (2018) manifiesta que las mujeres empresarias de mayor experiencia, son capaces de convertirse en mentoras de otras mujeres que van iniciando sus emprendimientos.

Los sectores donde las emprendedoras desarrollan sus empresas son principalmente restaurantes, alojamientos y comercio; en estos se concentra el 64% de las empresarias, proporción que se ha mantenido pese a la pandemia (IMCO, 2021a).

Las mujeres tienen limitaciones para participar en sectores de alta rentabilidad, como las *startups* mexicanas donde solo una cuarta parte tiene un equipo fundado y dirigido por mujeres; lamentablemente, ser mujer u hombre determina

su participación en el mundo empresarial (Castiblanco Moreno, 2018; IMCO, 2021a). En consecuencia, las redes de negocios son espacios predominantemente masculinos, con estructuras que presentan baja presencia de mujeres y poca diversidad en la toma de decisiones; por lo que las mujeres son relegadas a participar en redes conformadas solo por mujeres, en las que no existe el mismo acceso a oportunidades, dado que los estereotipos de género arraigados en la sociedad se permean el ámbito empresarial.

El trabajo no remunerado como obstáculo para el emprendimiento

Entre los obstáculos que encuentra la mujer para lograr su autonomía económica, se encuentra la carga de quehaceres domésticos (Jiménez y Rodríguez, 2020). Según IMCO (2021a), en México, al primer trimestre de 2021, el 96% manifestó que dedicaba parte de su tiempo a esta labor, mientras que solo el 1% estudiaba. Las figuras 1 y 2 muestran el promedio de horas semanales dedicadas a las actividades económicas y no económicas.

Jiménez y Rodríguez (2020) indican que con la pandemia del COVID-19, la cantidad de horas de trabajo no remunerado en el hogar se ha incrementado de manera considerable, dejando aun en más desventaja a la mujer. Por lo que Cerda (2020) y las Naciones Unidas-CEPAL (2021) señalan que de no considerarse la perspectiva de género en las políticas públicas que se implementarán pospandemia, las brechas de género se acrecentarán aún más y todo el terreno ya ganado en los últimos años se perderá. Así también, IMCO (2021b) refiere que, en México, por cada hombre que no tiene un trabajo remunerado por labores domésticas, hay 12 mujeres, lo que muestra la clara limitación que tienen las mujeres ante esta carga que obstaculiza su participación en el trabajo remunerado.

La importancia de solucionar esta situación se visualiza ante el impacto de la brecha de género en la economía y el desarrollo sostenible de México, que de acuerdo con la OCDE y el Instituto Nacional de las Mujeres (2017), una reducción de la brecha de género en la fuerza laboral se traducirá en un aumento de 1100 USD

Figura 1. Actividades económicas

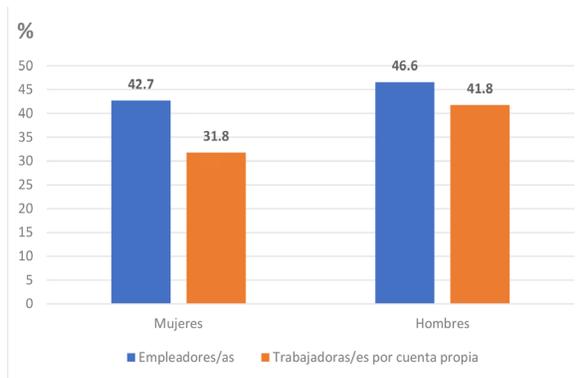
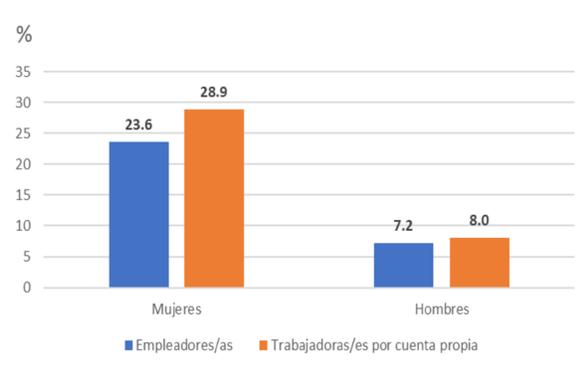


Figura 2. Actividades no económicas



Fuente: IMCO (2021a).

en el PIB per cápita para el 2040. Asimismo, Aguerrevere et al. (2021) refieren que las políticas para disminuir la desigualdad laboral permitirán aumentar el PIB per cápita entre 4% y 22%, y la producción en 22.5%. Por su parte, IMCO (2021b) señala que si la participación económica de las mujeres aumentara en 11%, se lograría un incremento del PIB del 15%, lo que representa un incremento tres veces mayor que si se siguiera la tendencia actual de crecimiento.

El impacto de la pandemia es notorio en Latinoamérica, pues Aguerrevere et al. (2021) afirman que se necesitaron 99.5 años antes del COVID-19 y con las afectaciones de este se necesitarán 135.6 años. Así pues, el retraso en Latinoamérica fue de una década, puesto que en este contexto para alcanzar un mercado laboral equitativo para hombres y mujeres ya no llevará 59 años, sino 68.9.

Lo anterior demuestra que para lograr un crecimiento económico inclusivo y sostenible,

el empoderamiento y desarrollo de las mujeres es un factor indispensable. Además, de ser un elemento fundamental para el ejercicio pleno de los derechos humanos, la igualdad es un principio que contribuye al desarrollo, la productividad y el bienestar de las personas.

Las empresas propiedad de mujeres en las cadenas de valor

Los compradores ocupan una posición única en sus empresas, interactuando constantemente con los actores de la cadena de valor (proveedores, clientes internos y el departamento financiero), cuyos objetivos, visión, cultura y modos de comunicación varían de manera considerable. Esta función de aprovisionamiento muestra un interés natural en comprender y responder a muchos tipos de diversidad. Se cree que esto significa que las compras tienen un papel importante que desempeñar para ayudar a las empresas a avanzar hacia la inclusión, especialmente para aquellas que buscan inculcar algunos de sus propios valores en las organizaciones de proveedores, el abastecimiento es un lugar ideal para comenzar (Nougués et al., 2019).

Sin embargo, de acuerdo con Nougués et al. (2019), el entorno de compras se ha vuelto mucho más complejo en los últimos años, debido a la intensa competencia y la fragmentación e hiperespecialización de algunos mercados de proveedores. En respuesta, el papel y el perfil del comprador están evolucionando; pues, hoy en día, la capacidad de los compradores para comunicarse de manera efectiva e impulsar el cambio es un factor importante para el éxito. Incluso, puede ser más importante que su experiencia en su categoría o el mercado de proveedores, los compradores también deben desarrollar su inteligencia competitiva para inventar estrategias de adquisición disruptivas. Lo anterior abre una importante ventana de oportunidades para las mujeres. Pero, además, según UNWomen (2020), el mercado global de adquisiciones vale millones de dólares e involucra a empresas de todos los tamaños que intercambian bienes y servicios. Sin embargo, por problemas estructurales y de discriminación, las empresas propiedad de mujeres han sido excluidas de estas cadenas de valor,

apareciendo en la parte inferior de esta cadena, donde las empresas de menor tamaño realizan trabajos poco calificados y mal pagados.

Esta situación se vuelve más latente cuando se sabe que las mujeres en el mundo representan apenas el 25% del comité de adquisiciones, el 75% de los gerentes de compras son hombres y menos de uno de cada tres compradores es mujer (Nougués et al., 2019). Ello podría estar influenciado de alguna manera por los estereotipos de género que se encuentran arraigados en las organizaciones y que son más pronunciados en la función de adquisiciones, principalmente del sector público. Entre los principales estereotipos, se encuentra que las relaciones interpersonales son más fáciles para las mujeres, la asunción de riesgos y la toma de decisiones para los hombres, sobre todo basadas en la racionalidad, la negociación y las largas jornadas laborales, a diferencia de las mujeres que requieren de horarios flexibles (Nougués et al., 2019).

Asimismo, las cadenas de valor responsables son necesarias para que las empresas logren su consolidación en el mercado. Pues de un estudio realizado a 10 000 personas de cinco países y cinco industrias diferentes, se obtuvo que el 65% sería más leal a una marca si esta adopta los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Así también, el 48% estaría dispuesto a pagar más por productos sostenibles, principalmente los *millennials*, pues el 50% cree que las prácticas en las cadenas de suministro son poco éticas, por lo que preferiría comprar productos provenientes de empresas transparentes. Además, un tercio de los consumidores cree que la industria tecnológica debería incrementar sus esfuerzos por promover la diversidad e inclusión en la proveeduría.

A este respecto, hay mucho camino por recorrer en México, pues los datos de INEGI (2019) muestran que solo el 5% de las pymes participaron en cadenas de valor, teniendo como resultados principales el acceso a mercados, estabilidad en la demanda y el precio y una mejor administración. Mientras que las que no participaron, respondieron que desconocen cómo participar, por su naturaleza y porque no lo consideraban necesario (véanse figuras 3 y 4).

Pymes mexicanas que participaron en cadenas productivas globales en el 2018

A nivel global, las empresas lideradas por mujeres solo participan con el 1% en las adquisiciones de suministros y servicios, generando una subrepresentación del género en las cadenas de valor. Además, por lo general, solo el 30% de las posiciones de personal de compra en las industrias manufacturera y tecnología están ocupadas por mujeres. Así también, es más común encontrar mujeres en puestos relacionados con adquisiciones indirectas, las cuales son consideradas menos estratégicas que las directas, que desempeñan un papel menos prominente dada su función y el tipo de adquisiciones que administran (Nougués et al., 2019).

En México, Fries et al. (2014) encontraron que la participación de las mujeres en la cadena de suministros es incipiente, lo que representa un

Figura 3. No participaron (95%)

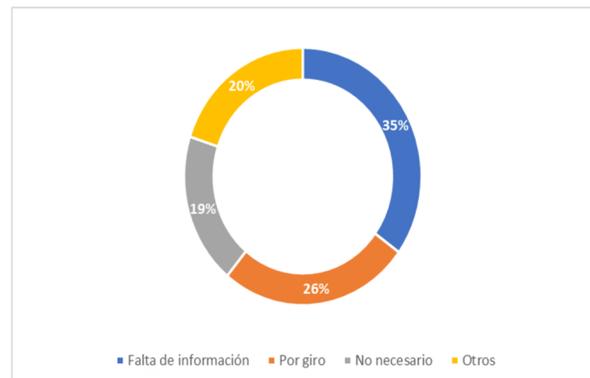
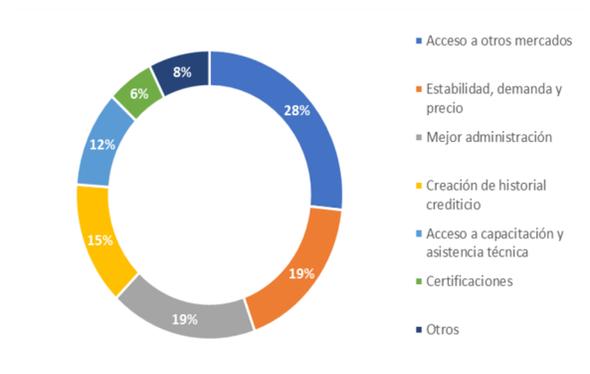


Figura 4. Participaron (5%)



Fuente: INEGI (2019). Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

desafío para involucrar más mujeres en esta actividad. Es así como Pfizer, el Programa 5×20 de Coca Cola, Walmart, Exxon, Hewlett Packard y otros procuran incrementar la participación de mujeres en esta cadena. Por otra parte, en Latinoamérica, Dini y Stumpo (2020) refieren que es baja la participación de las microempresas en las cadenas de suministro, dado que pocas siguen estrategias propias de una dinámica empresarial, sino que siguen estrategias de sobrevivencia, puesto que sirven a un mercado interno y se encuentran ancladas a la demanda, en sectores de fácil ingreso y con altas tasas de natalidad y mortalidad respondiendo más a las necesidades de autoempleo y sobrevivencia.

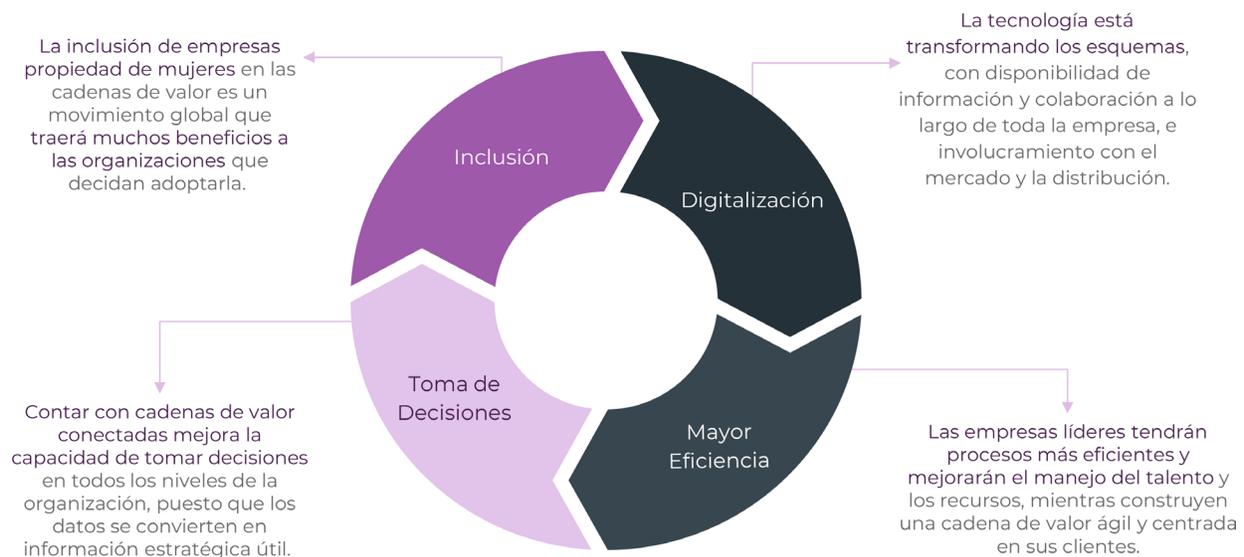
Se debe buscar, por tanto, que las empresas procuren la contratación con perspectiva de género, la cual, de acuerdo con UNWomen (2020), es la selección sostenible de servicios, bienes u obras civiles que considera el impacto en la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. Con base en estándares, acuerdos y principios internacionales relevantes para mejorar las condiciones de trabajo sensibles al género, y que son esenciales para defender los derechos básicos de las mujeres en la cadena de suministro. Así como contar con un código de conducta organizacional sólido para su cadena de suministro, lo cual es la base para la imple-

mentación del Principio 2, de empoderamiento de la mujer (Tratar a todos los hombres y mujeres de forma equitativa en el trabajo), firmado por UNWomen (2020).

Para las empresas propiedad de mujeres, lo anterior ha dado lugar a que accedan al menos al 1% del gasto en compras de las grandes corporaciones, lo que se traduce en una pérdida de oportunidades por valor de cientos de miles de millones de dólares para las mujeres, las empresas y las economías. Del mismo modo, mientras que algunos gobiernos utilizan la contratación pública (estimada en 13 billones de dólares estadounidenses al año) para promover objetivos socioeconómicos, pocos lo hacen para ayudar a promover el crecimiento de empresas propiedad de mujeres altamente calificadas (WeConnet International, 2020). Sin embargo, las adquisiciones –como ya se mencionó– pueden ser una poderosa palanca estratégica para acelerar la igualdad de género en el mercado.

Para concluir este apartado, se puede decir que la contratación sensible al género es cuando las empresas aprovechan sus políticas y prácticas de compra para promover la igualdad de género y alentar a los proveedores a mejorar su desempeño en materia de igualdad de género y empoderamiento de la mujer. En este contexto

Figura 5. Beneficios de la inclusión en las cadenas de valor



Fuente: WeConnet International (2020).

resulta crucial diversificar la base de proveedores aumentando el abastecimiento de empresas sensibles al género y empresas propiedad de mujeres, dado que representa un potencial para la innovación y la sostenibilidad que todavía no ha sido explorado por muchas compañías.

Entre los beneficios de participar en cadenas de valor se encuentran: innovación en productos y soluciones; acceso a nuevas empresas proveedoras y cadenas resilientes; ahorros en precios y servicios (debido a la competencia); ampliación en la participación de mercado; adquisición de productos y pedidos especializados con mayor rapidez; mejora en la reputación empresarial debido a la igualdad de género como propuesta de valor; retención de talento e involucramiento del personal; aumento de valor económico; impacto positivo en la economía local, y creación de nuevos empleos (véase figura 5).

La tecnología como habilitadora de la inclusión

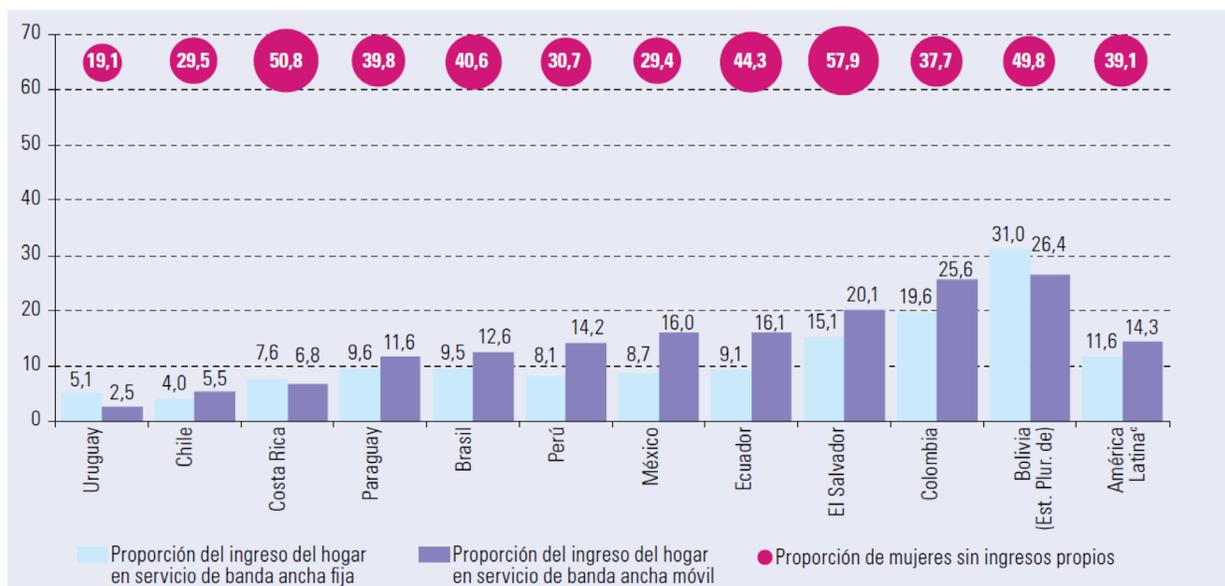
Estudios realizados por la OIT (2019), dan cuenta de la brecha tecnológica de género, que inhibe la participación de la mujer en el mercado laboral y empresarial. En América Latina y el Caribe,

el 77% de las mujeres cuentan con un teléfono móvil para llamadas personales y el 55% tiene acceso a internet, a diferencia del 82% y 58% de los hombres, respectivamente.

La pandemia del COVID-19 ha acelerado la automatización de los procesos y la transformación digital en los países de la región latinoamericana, la cual ya se había iniciado a través de la adopción de tecnologías de la Industria 4.0; así pues, el confinamiento obligó a las organizaciones a implementar el trabajo en línea y las compras y ventas por internet, adaptando sus procedimientos a las nuevas modalidades que impone la economía digital (Naciones Unidas-CEPAL, 2021; Vaca, 2019). Pero esta inmersión a la era digital, no solo se da al interior de las organizaciones, sino también en todas las esferas de la vida en las que es posible realizar actividades en línea.

Ante este panorama, las Naciones Unidas-CEPAL (2021) lanza la alerta en Latinoamérica de que la intersección entre la pobreza, la brecha digital y la desigualdad de género disminuye las oportunidades de las mujeres que se encuentran en los primeros quintiles de ingresos como consecuencia de la aceleración de la economía digital. Pues, el costo del servicio de banda ancha

Figura 6. América Latina (once países): asequibilidad de internet fija y móvil en el quintil de ingresos más bajos y proporción de mujeres sin ingresos propios, alrededor del 2019. (En porcentajes y porcentajes del ingreso del hogar).



Fuente: Naciones Unidas-CEPAL (2021).

móvil y fija para la población del primer quintil de ingresos llega, en promedio, al 14% y 12% de su ingreso, respectivamente; lo cual resulta muy elevado para la población en la que los ingresos apenas llegan a cubrir sus necesidades más indispensables (véase figura 6). Por otra parte, el 39.1% de las mujeres en los hogares del primer quintil de ingresos, en promedio, no cuentan con ingresos propios, constituyéndose así en una barrera para una gran cantidad de mujeres de la región, en el acceso a la economía digital.

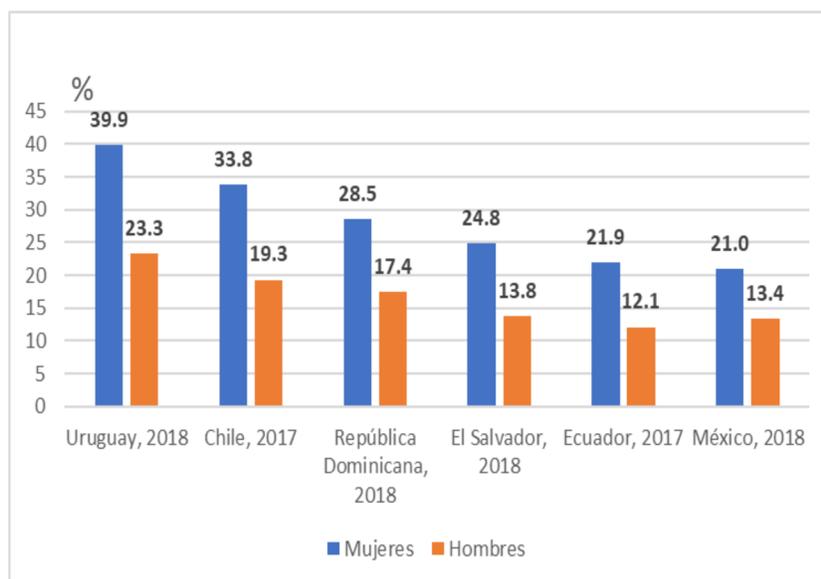
En este mismo tenor, Kipnis y Rana (2020) y Rowntree y Shanahan (2020) señalan que la situación de las mujeres se ha visto agravada por la desigualdad en el acceso y el uso de los medios digitales y tecnología, puesto que las mujeres tienen menos probabilidades que los hombres de utilizar internet y teléfonos móviles, lo que reduce la capacidad de ellas para navegar, por sus restricciones de movilidad o utilizar tecnologías móviles para facilitar el trabajo. Así también, la falta de alfabetización y habilidades digitales de las mujeres, y su falta de acceso a la infraestructura de tecnología de la información (TI), está limitando la capacidad de las empresas propiedad de mujeres para aprovechar la tecnología durante y después del COVID-19.

Si estas estadísticas se analizan a la luz de las posibilidades de realizar un trabajo remunerado de forma remota, se puede inferir que las mujeres de más bajos ingresos enfrentan una doble barrera: la falta de autonomía económica y la brecha de acceso a internet para el teletrabajo. Donde, además, para ejercer esta actividad, no solo se necesita la preparación y habilidades necesarias, sino también la infraestructura y recursos tecnológicos, que dado el caso no dependen de la mujer (infraestructura regional), y, por otra parte, si dependen de ella, se encuentra limitada para obtenerlos (equipos digitales) (Naciones Unidas-CEPAL, 2021).

Es así como, debido al nivel de conectividad de los países y a las persistentes brechas de género en el acceso y uso de las tecnologías digitales, la proporción de mujeres ocupadas que podrían teletrabajar sufre una reducción significativa. En la figura 7 se observa que si las mujeres tuvieran las facilidades tecnológicas para trabajar a distancia, en el caso de Uruguay el 39.9% podrían realizar esta labor; mientras que en los hombres, esta situación solo afecta al 23,3% de estos, en el mismo país.

Por lo anterior, es necesario eliminar las barreras que enfrentan las mujeres para aprovechar las ventajas de la transformación digital en tres ámbitos (WeConnet International, 2020):

Figura 7. América Latina (seis países): probabilidad de teletrabajar, según sexo, alrededor del 2018



Fuente: Naciones Unidas-CEPAL (2021).

1. Elementos básicos para la consolidación de negocios (financiamiento, capacitación, acceso a cadenas de valor, entre otros).

2. Adopción de herramientas tecnológicas para mejora de resultados.

3. Emprendimiento de mujeres en negocios de bases tecnológicas.

Oportunidades de la digitalización para las empresas propiedad de mujeres

La era digital trae oportunidades, pero también grandes desafíos para las mujeres en el ámbito laboral y empresarial (Naciones Unidas-CEPAL, 2021). En este sentido, facilita el acceso a nuevos mercados, mediante la diversificación de oferta de productos y servicios, el conocimiento del cliente (*data analytics*), la expansión fuera del sector o mercado doméstico y el desarrollo de nuevos canales de venta. Permite la optimización de procesos y generación de información estratégica, lo cual produce un aumento de la productividad y la competitividad, así como la reducción de tiempos, eficiencia, agilización, detección de áreas de oportunidad y mejora de la toma de decisiones.

Permite también el acceso a financiamiento y apoyo gubernamental, mediante la oferta de financiamientos innovadores (*crowdfunding*); así como la oferta de programas públicos que se desarrollan a través de plataformas y formatos en línea. Facilita el acceso a redes, fomentando el *networking* y la creación de redes de empresarias que promuevan el liderazgo de las mujeres y la atracción de socias y socios.

Facilita, asimismo, la adaptación al cambio, dado que le permite a la empresa adquirir la capacidad de ser más competitiva, le brinda mayor estabilidad si se cuenta con la diferenciación mediante la adopción digital, permitiendo dar una respuesta rápida al cambio y, en consecuencia, obtener una mayor ventaja competitiva.

Algunas propuestas de acción e implicaciones prácticas, para incorporar a las empresarias en la era digital

Promover que el ecosistema empresarial facilite la participación de las mujeres en:

- Carreras y empleos STEM, donde las mujeres representan solo el 30% de los graduados (Aguerrevere et al., 2021). Por lo que el Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe (2019) destaca la relevancia de eliminar la brecha de capacidades y habilidades relacionadas con ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas, dado que son las áreas de mayor empleabilidad. Promoviendo las habilidades digitales en el desarrollo de todo el ciclo de vida de las mujeres, y llevando a cabo campañas de difusión, con el fin de cambiar patrones culturales que encasillan al sector tecnológico como un contexto solo de los hombres.
 - Empresas STEM que apunten a la tecnología en educación (*EdTech*), tecnología financiera (*FinTech*) y tecnología en salud (*HealthTech*), como factores clave (WeXChange y BID Lab, 2020). Así como la incubación de negocios que consideren la digitalización desde su nacimiento.
 - El sector tecnológico, eliminando las barreras de participación de las mujeres y combatiendo los estereotipos de género que inhiben la participación de las mujeres en el sector TI.
- Las instituciones públicas y privadas deberían impulsar:
- La creación de una guía y apoyo para la formalización empresarial, utilizando la tecnología para mejorar los procesos de registro de una empresa.
 - El desarrollo de iniciativas para fortalecer la competitividad de las empresas propiedad de mujeres con enfoque de género, que tomen en cuenta sus necesidades y puntos de partida.
 - La colaboración entre sectores para promover la igualdad entre mujeres y hombres, la diversidad en las cadenas de valor y la transformación digital inclusiva.
 - La adopción digital con base en los beneficios y buenas prácticas que hagan visible la participación de las mujeres en la digitalización.
 - Una canasta básica digital, que permita la universalización y democratización del acceso a internet.

◦ La creación de un sistema universal de cuidados y desarrollo infantil para niños con padres que trabajan, tanto en la economía formal como informal, con personal capacitado y enfocado en el desarrollo de los niños, en instalaciones seguras y limpias con una correcta supervisión. IMCO (2021b) ha señalado que, en México, implementar un sistema con estas características costaría el 77% del presupuesto que se destinó en el 2021, para igualdad entre mujeres y hombres. Reforzando lo anterior, Bustelo et al. (2019) encontraron evidencia de una relación entre el impacto positivo de las inversiones realizadas en cuidados y desarrollo infantil, y la participación de las mujeres en actividades económicas remuneradas, con el subsecuente aumento del PIB en los países que lo implementan. Por su parte, Cerda (2020) y OEA-CIM (2021) han destacado la necesidad de realizar una valoración de los trabajos domésticos y de cuidado, como una estrategia para alcanzar la igualdad de género.

■ Conclusiones

La participación de las mujeres en el trabajo remunerado y el logro de su autonomía económica, es un tema que necesita ser resuelto en la agenda de los países latinoamericanos y aún más en México. El diagnóstico presentado muestra la importancia de impulsar el empoderamiento económico de la mujer a través del emprendimiento; sin embargo, también muestra barreras para el logro de la autonomía económica, entre las que se encuentran la informalidad y la carga del trabajo no remunerado, como consecuencia de la división sexual del trabajo, principalmente.

Las principales barreras que encuentran las mujeres para emprender formalmente, son los costos, el financiamiento, la profesionalización, la brecha digital, la falta de confianza, el miedo al fracaso, la carga de trabajo no remunerado y la falta de modelos a seguir; por tanto, es necesario abordar todos estos aspectos al momento de realizar programas públicos y privados, con el fin de que las empresas propiedad de mujeres puedan desde su nacimiento hacerlo en la formalidad.

Entre los retos más importantes a enfrentar por parte de las empresas propiedad de mujeres se encuentran la participación en las cadenas de valor y la era digital, dos áreas donde están rezagadas las pymes lideradas por mujeres y que hoy resultan indispensables para incrementar su participación en los mercados; por tanto, es necesario que las entidades de fomento empresarial públicas y privadas apoyen a estas empresas con programas diferenciados que tengan en cuenta las necesidades específicas de las empresas propiedad de mujeres, considerando las barreras a las que se enfrentan, promoviendo también programas que eviten caer en la informalidad empresarial a través del diseño de políticas tributarias, que contengan impuestos, derechos y contribuciones diferenciados, con la finalidad de que no representen una carga imposible de asumir por parte de las empresas lideradas por mujeres.

Los resultados de este trabajo pretenden llamar la atención de los responsables del diseño de políticas públicas referentes a los programas de apoyo a las mujeres emprendedoras, donde es fundamental considerar el enfoque de género, el cual debe estar orientado al fortalecimiento de la economía que liberaría a la mujer de la carga y los cuidados domésticos; así como la necesidad de cerrar la brecha digital de género, brindando los recursos necesarios para que las emprendedoras tengan acceso a las TI, proporcionándole la asesoría y capacitación requerida en este tema para que sus empresas ingresen al campo de la competitividad. Asimismo, resulta de importancia para los estudiosos en el tema, que pueden llevar a cabo investigaciones empíricas, con el fin de conocer los problemas de modo más específico mediante la profundización de sus análisis con estudios de campo.

■ Referencias

- Adriano, C. (2018). *Definiciones y repercusiones de la informalidad*. Documento de Trabajo CIEN-DT no. 2018-01. Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales, ADEX.

- Aguerrevere, G., Araújo, M., Bosch, M., Mendoza, M., Ortega, A., Picón, P., Ripani, L., & Villanueva, M. (2021). *La gran oportunidad. De la crisis a la transformación del empleo femenino*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-gran-oportunidad-De-la-crisis-a-la-transformacion-del-empleo-femenino.pdf>
- Banco Mundial. (2020). *Mujer, empresa y el derecho*. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1532-4>
- Belausteguigoitia, I. (2004). *Empresas familiares: su dinámica, equilibrio y consolidación*. McGraw-Hill.
- Bustelo, M., Flabbi, L., Piras, C., & Tejada, M. (2019). *Female labor force participation, labor market dynamic, and growth*. Interamerican Development Bank, IDB Working Paper Series no. IDB-WP-00966. <https://publications.iadb.org/en/female-labor-force-participation-labor-market-dynamic-and-growth-lac-0>
- Cabrejos, R. E., Estela, A. H., & Nicolás, Y. W. (2020). Profesionalización en la gestión administrativa de pymes familiares del sector gráfico. *nova-RUA. Revista Universitaria de Administración*, 12(21). <http://portal.amelica.org/ameli/journal/378/3781783004/html/>
- Castiblanco Moreno, S. (2018). Emprendimiento informal y género: una caracterización de los vendedores ambulantes en Bogotá. *Sociedad y Economía*, (34), 211-228. <http://www.scielo.org.co/pdf/soec/n34/1657-6357-soec-34-00211.pdf>
- CEPAL. (2023). *Tiempo de trabajo no remunerado según ingresos propios por sexo*. Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe. <https://oig.cepal.org/es/indicadores/tiempo-trabajo-no-remunerado-segun-ingresos-propios-sexo>
- Cerda Cristerna, A. (2020). El impacto diferenciado de la crisis por COVID-19 en la vida de mujeres y hombres. *Revista de Administración Pública*, IV(1), 165-191. https://inap.mx/wp-content/uploads/2020/10/INAP-RAP_151-2020.pdf
- Corporación Financiera Internacional (IFC). (2019). *Financiar a las emprendedoras es un buen negocio*. https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/REGION__EXT_Content/IFC_External_Corporate_Site/Latin+America+and+the+Caribbean/Resources/banca-mujer-argentina
- Dini, M., & Stumpo, G. (coords.) (2020). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Naciones Unidas-Cepal. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44148-mipymes-america-latina-un-fragil-desempeno-nuevos-desafios-politicas-fomento>
- Dini, M., Gligo, N., & Patiño, A. (2021). *Transformación digital de las mipymes: elementos para el diseño de políticas*. Naciones Unidas-Cepal. Documentos de Proyectos (LC/TS.2021/99). https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47183/1/S2100372_es.pdf
- Domínguez, R. (2000). Teorías de la división del trabajo y el enfoque de género. *ARENAL*, 7(I), 179-205.
- Fries, R., González, M., & Rivera, M. (2014). *Creando oportunidades. Fortaleciendo el ecosistema para emprendedoras en México*. Value for women. <https://www.empowerwomen.org/es/resources/documents/2015/1/creando-oportunidades-fortaleciendo-el-ecosistema-para-emprendedoras-en-mexico?lang=en>
- IMCO. (2021a). *La puerta de la formalidad: una oportunidad para el emprendimiento femenino*. Instituto Mexicano para la Competitividad, A. C. <https://imco.org.mx/ocho-de-cada-10-emprendedoras-son-informales-en-mexico>
- IMCO. (2021b). *Mujer en la economía. Los beneficios económicos de sumar más trabajadoras*. Instituto Mexicano para la Competitividad, A. C. <https://imco.org.mx/cuales-son-los-beneficios-economicos-de-sumar-a-mas-trabajadoras>
- INEGI. (2019). *Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Enaproce) 2018*. Presentación de resultados. Datos 2016-2017. <https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2018>
- INEGI. (2021a). *Censos Económicos 2019. Características de los establecimientos de propietarios y propietarias*. https://inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/889463900900.pdf
- INEGI. (2021b). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), población de 15 años y más*. Nueva edición. Indicadores de género. Primer trimestre 2021. <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/#Tabulados>
- Jiménez, L., & Rodríguez, G. (2020). *Agenda para la igualdad de género en México*. Friedrich Trabajo y Justicia Social. Ebert Stiftung. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/mexiko/17144.pdf>
- Kandel, E. (2006). *División sexual del trabajo ayer y hoy. Una aproximación al tema*. Dunken.
- Kergoat, D. (2003). De la relación social del sexo al sujeto sexuado. *Revista Mexicana de Sociología*, 841-861.
- Kipnis, H., & Rana, A. (2020). *COVID-19 and gender equality: Six actions for the private sector*. International Finance Corporation. https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/topics_ext_content/ifc_external_corporate_site/gender+at+ifc/resources/covid+and+gender+actions+for+the+private+sector
- Laboratoria. (2020). *El futuro es diverso: mujeres en la industria tecnológica en México*. <https://hub.laboratoria.la/el-futuro-es-diverso-mujeres-en-la-industria-tecnologica-en-mexico>

- Mandelli, E. (2020). *El desafío de la informalidad: abordar la informalidad en los proyectos de desarrollo de sistemas de mercado*. Organización Internacional del Trabajo. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/-ifp_seed/documents/publication/wcms_764202.pdf
- Mastercard. (2020). *The Mastercard Index of Women Entrepreneurs 2020 Report*. Mastercard. https://www.mastercard.com/news/media/lulpy5at/ma_miwe-report-2020.pdf
- McKinsey & Company. (2018). *Una ambición, dos realidades. Women Matter México 2018*. <https://womenmattermx.com>
- Moreno, C., & Anderson, H. (2017). Género e inclusión social. En *Desigualdad e inclusión social en las Américas. 14 ensayos* (pp. 169-190). 2ª ed. Organization of American States. Secretary General. <https://dds.cepal.org/redesoc/portal/publicaciones/ficha/?id=4852>
- Naciones Unidas-CEPAL. (2021). *La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad. Informe especial COVID-19*. Naciones Unidas. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46633-la-autonomia-economica-mujeres-la-recuperacion-sostenible-igualdad>
- Nougués, X., Swette, K., Djaad, L., Elbaz, L., & Hjiej, A. (2019). *Women in procurement*. Oliver Wyman, Marsh y McLennan Companies. <https://www.oliverwyman.com/our-expertise/insights/2019/feb/women-inprocurement.html>
- Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe. (2019). *Las mujeres en el futuro del trabajo. Notas para la igualdad no. 28*. Naciones Unidas, Cepal. <https://oig.cepal.org/es/notas/nota-la-igualdad-no-28-mujeres-futuro-trabajo>
- OCDE, & Instituto Nacional de las Mujeres. (2017). *Construir un México inclusivo: políticas y buena gobernanza para la igualdad de género*. <https://www.oecd.org/governance/construir-un-mexico-inclusivo-9789264300996->
- OEA-CIM, Comisión Interamericana de Mujeres. (2021). *COVID-19 en la vida de las mujeres: los cuidados como inversión*. Eurosocial. <https://www.oas.org/es/cim/docs/CuidadosCOVID19-ES-Corto.pdf>
- ONU Mujeres. (2018). *Hacer las promesas realidad: la igualdad de género en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. El autor. <https://www.unwomen.org/es/digital-library/publications/2018/2/gender-equality-in-the-2030-agenda-for-sustainable-development-2018>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2019). *Las mujeres en la gestión empresarial. Argumentos para un cambio*. Organización Internacional del Trabajo. www.ilo.org/global/publications/books/WCMS_700977/lang-es/index.htm
- Organización Internacional del Trabajo (OIT), & Gallup. (2017). *Hacia un futuro mejor para las mujeres en el trabajo: la opinión de las mujeres y de los hombres*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_607487.pdf
- Rojas, L., Quimbayo Guti, B. C., & Vargas Montealegre, A. R. (2020). *El papel de la informalidad empresarial en las economías emergentes: revisión de la literatura*. Documento de Trabajo Alianza EFI - Colombia Científica. <https://bit.ly/3lkVBFr>
- Rowntree, O., & Shanahan, M. (2020). *Connected women. The mobile gender gap report 2020*. GSM Association. <https://www.gsma.com/mobilefor-development/wp-content/uploads/2020/05/GSMA-The-Mobile-Gender-Gap-Report-2020.pdf>
- UNWomen. (2020). *Gender-responsive procurement. Women's empowerment principles. Guidance Note. Principle 5*. <https://www.weps.org/resource/gender-responsive-procurement>
- Vaca, I. (2019). *Oportunidades y desafíos para la autonomía de las mujeres en el futuro escenario de trabajo*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), Serie Asuntos de Género 154. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44408/4/S1801209_es.pdf
- WeConnet International. (2020). *Diversidad y digitalización: pilares para la competitividad de las cadenas de suministro en México*. SAP. <https://news.sap.com/latinamerica/files/2021/10/01/Diversidad-y-digitalizacion-pilares-para-la-competitividad-de-las-cadenas-de-suministro-en-Mexico.pdf>
- WeXchange, & BID Lab. (2020). *El ascenso de las mujeres STEMpreneurs. Un estudio sobre emprendedoras en áreas STEM de América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/wX_Insights_2020_El_ascenso_de_las_mujeres_STEMpreneurs_Un_estudio_sobre_emprendedoras_en_%C3%A9reas_STEM_de_Am%C3%A9rica_Latina_y_el_Caribe.pdf
- World Economic Forum. (2021). *Global gender gap report 2021. Insight Report, march 2021*. El autor. https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2021.pdf