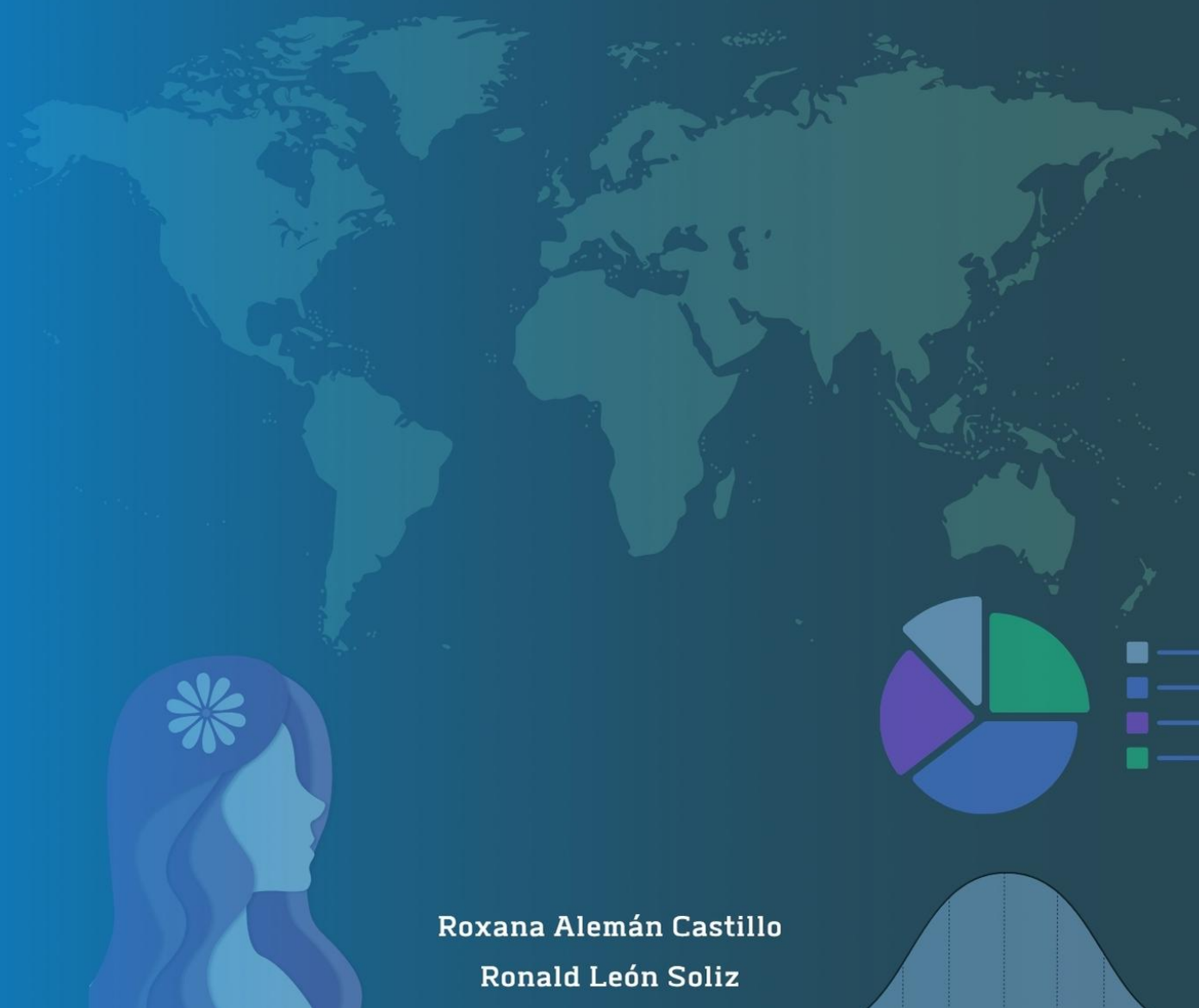


BRECHAS EN EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

UN ANÁLISIS ESTADÍSTICO ESPACIAL
DESDE BASES DE DATOS



Roxana Alemán Castillo

Ronald León Soliz

BRECHAS EN EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

UN ANÁLISIS ESTADÍSTICO ESPACIAL

DESDE BASES DE DATOS

Autores:

Roxana Alemán Castillo

Ronald León Soliz

Contenido

Prólogo.....	7
Introducción	9
Capítulo 1: Retos del Emprendimiento Femenino en el Mundo Contemporáneo.....	11
1.1 El auge del emprendimiento femenino y su impacto en la economía global.....	11
1.2 Evolución y tendencias globales: crecimiento diferencial y desafíos persistentes	12
1.3 Consolidación y supervivencia empresarial: el gran escollo	12
1.4 Brechas estructurales, diferencias regionales y retos territoriales	13
1.5 Emprendimiento femenino y transformación social: retos y oportunidades.....	14
Capítulo 2: Barreras Estructurales y Sociales: Más Allá del Techo de Cristal	15
2.1 Introducción: Un paisaje de obstáculos múltiples	15
2.2 Acceso al financiamiento: la brecha más difícil de salvar	15
2.3 La importancia de las redes y el capital social	16
2.4 Prejuicios culturales y estereotipos de género	16
2.5 Conciliación y doble carga familiar	17
2.6 Barreras en entornos rurales y territorios periféricos	19
2.7 Interseccionalidades: Edadismo, diversidad y brecha digital	20
2.8 Recomendaciones y caminos hacia la igualdad real	21
Capítulo 3: La Dimensión Territorial del Emprendimiento Femenino	22
3.1 Introducción: territorio y desigualdad en el emprendimiento femenino.....	22
3.2 Concentración geográfica: hubs y clústeres del emprendimiento femenino.....	22
3.3 Clústeres territoriales de vulnerabilidad: brechas localizadas	25

3.4 La institucionalidad territorial: inversión pública y redes de apoyo	26
3.5 Motivaciones y realidades territoriales: diversidad en las razones para emprender	28
3.6 Retos y oportunidades para una agenda de emprendimiento femenino territorialmente inclusiva.....	29
Capítulo 4: Innovación Metodológica: Análisis Espacial, GIS y el Índice de Moran	31
4.1. Del dato al territorio: la lógica del análisis espacial	31
4.2. GIS: La revolución cartográfica del emprendimiento femenino ..	32
4.3. El Índice de Moran: Autocorrelación espacial y brechas de género	33
4.4. Variables clave: de los datos censales a las narrativas espaciales	35
4.5. Metodología de trabajo: pasos para un análisis espacial robusto	36
4.6. Estudios y buenas prácticas: de la evidencia a la política	37
4.7. Desafíos y perspectivas futuras	37
Capítulo 5: Variables Clave del Emprendimiento Femenino: Un Enfoque Multidimensional	38
5.1 Introducción: Hacia una comprensión integral de la desigualdad	38
5.2 Habilidades percibidas y autoconfianza emprendedora	38
5.3 El miedo al fracaso: una barrera emocional y diferencial	40
5.4 Fases del ciclo emprendedor, consolidación y supervivencia	42
5.5 Diversidad de motivaciones: más allá de la necesidad	43
5.6 Redes, formación y contexto institucional	45
5.7 Variables emergentes: tecnología, digitalización y sostenibilidad	47
5.8 Heterogeneidad territorial y necesidad de políticas diferenciadas	48
5.9 Análisis mediante el índice de Moran: autocorrelación espacial: Mujeres motivadas por generar ingreso	49

Capítulo 6: Políticas Públicas, Innovación y Escenarios de Futuro en el Emprendimiento Femenino.....	51
6.1 Introducción: la necesidad de políticas públicas inclusivas y territoriales	51
6.2 Políticas públicas con enfoque territorial y de género: evidencias y desafíos	52
6.3 Innovación tecnológica y cooperación multisectorial: motores de cambio	53
6.4 Casos de éxito y buenas prácticas: el valor de lo local.....	53
6.5 Escenarios de futuro: sostenibilidad, digitalización e inclusión territorial.....	54
6.6 Recomendaciones para políticas públicas orientadas a la equidad territorial y de género	54
Capítulo 7: Nuevas Fronteras — Perspectivas Críticas y Agendas Emergentes	56
7.1 Introducción: la oportunidad y los desafíos de la economía digital para el emprendimiento femenino	56
7.2 La brecha digital y su impacto diferencial en mujeres emprendedoras	56
7.3 Inclusión financiera y digital: un binomio estratégico	57
7.4 Ecosistemas colaborativos y nuevas formas de emprendimiento	58
7.5 Interseccionalidad: retos para la inclusión verdadera.....	58
7.6 Futuro de la innovación tecnológica con perspectiva de género..	58
7.7 Propuestas para fortalecer agendas emergentes	59
Capítulo 8: “La Padcayeñita”: Brechas y Resiliencia Femenina en Bolivia	61
8.1. Formalización legal: avances y límites.....	63
8.2. Diversificación de ingresos y estabilidad económica	64
8.3. Capacitación, habilidades y comercialización digital	65
8.4. Acceso a mercados y canales de venta	65
8.5. Competencia y perfil de clientes	65

8.6. Nivel educativo y acceso a capacitación	66
8.7. Uso de tecnología y potencial digital	66
8.8. Potencial de expansión y barreras identificadas	67
8.9. Propuestas y recomendaciones	68
8.10. Conclusión	68
Bibliografía	69

Prólogo

Vivimos en una época de enormes transformaciones en la que la igualdad de género y la innovación social se han instalado en el centro de las agendas públicas y privadas de todo el mundo. Sin embargo, bajo la superficie de los avances tecnológicos y las estadísticas macroeconómicas, persisten barreras invisibles y desafíos profundos que continúan frenando el potencial de millones de mujeres que desean emprender y liderar en sus territorios.

Esta obra nace de la convicción de que las desigualdades en el emprendimiento femenino no pueden comprenderse en abstracto ni leerse únicamente desde promedios nacionales. El espacio geográfico importa: cada región, cada comunidad, cada entorno local dibuja perfiles únicos de oportunidades, desafíos y brechas. Por ello, este libro propone una aproximación innovadora y rigurosa al estudio de la brecha de género en el emprendimiento, combinando el análisis estadístico espacial más avanzado —índice de Moran, sistemas GIS, visualización geográfica— con una visión plural e interseccional.

A lo largo de sus páginas, el lector encontrará evidencia actualizada, mapas temáticos, estudios de caso, y una sólida fundamentación metodológica, articulada a partir de grandes repositorios internacionales como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM). El libro no solo ilumina los patrones de concentración y dispersión de los emprendimientos liderados por mujeres, sino que desentraña cómo factores como el “miedo al fracaso”, el acceso a redes, la institucionalidad territorial o la resiliencia asociativa varían —y se intensifican— según el territorio.

Especial atención merece el caso boliviano, abordado no como una excepción, sino como espejo de las realidades y potenciales de regiones rurales y periféricas en América Latina y el mundo. Así, la obra trasciende la estadística para ofrecer propuestas, lecciones aplicables y caminos de

transformación de nuestras políticas públicas y ecosistemas de emprendimiento.

Este libro es una invitación: a mirar más allá de los promedios, a repensar la equidad partiendo del territorio, y a construir juntos y juntas estrategias diferenciadas que permitan a las mujeres emprender en igualdad, consolidar sus empresas y, en el proceso, transformar las estructuras que históricamente han limitado su avance. El reto es tan complejo como apasionante. Y el primer paso es comprender —en toda su profundidad y especificidad— el mapa de las brechas.

Introducción

El emprendimiento femenino constituye hoy un tema central en la agenda internacional de desarrollo, no sólo por su contribución al crecimiento económico y la innovación, sino también por su capacidad para promover modelos socioempresariales más inclusivos y sostenibles. Sin embargo, detrás del avance global y los logros anecdóticos, persisten brechas significativas determinadas por factores estructurales y, sobre todo, por las particularidades del entorno territorial donde surgen y se consolidan los proyectos liderados por mujeres.

Este libro parte de la premisa de que comprender la desigualdad de género en el emprendimiento exige una mirada contextualizada y multidimensional. La tradicional aproximación homogénea —basada en promedios nacionales— tiende a ocultar los matices territoriales, las dinámicas regionales y las intersecciones entre acceso a recursos, capital social e institucionalidad local. Así, el presente estudio apuesta por un enfoque innovador: la aplicación del análisis estadístico espacial y la integración de sistemas georreferenciados (GIS) para mapear, interpretar y visibilizar las brechas del emprendimiento femenino en múltiples escalas.

A lo largo de esta obra, se exploran preguntas fundamentales:

- ¿Cómo se distribuyen territorialmente los emprendimientos femeninos en contextos urbanos y rurales?
- ¿Qué variables —como habilidades percibidas, miedo al fracaso, redes de apoyo o motivaciones— configuran clústeres de oportunidad o vulnerabilidad?
- ¿Cuál es el impacto diferencial de la institucionalidad, la política pública y la infraestructura local en la consolidación o fragilidad de los negocios liderados por mujeres?

Metodológicamente, el análisis recurre a la explotación de bases de datos internacionales como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), así como fuentes institucionales y encuestas territoriales debidamente georreferenciadas. Herramientas estadísticas como el Índice de Moran Global y Local (LISA), junto con plataformas GIS (ArcGIS), permiten identificar patrones espaciales de emprendimiento y fundamentar recomendaciones diferenciadas según perfil territorial.

El texto se organiza en ocho capítulos: tras contextualizar el auge y los desafíos del emprendimiento femenino, se abordan las brechas estructurales y sociales, los retos para el financiamiento y el acceso a redes, y se desarrolla en profundidad la dimensión territorial de la desigualdad con casos, mapas temáticos y propuestas aplicables. Un apartado especial se dedica al análisis del emprendimiento femenino en Bolivia, como representación de las particularidades rurales y latinoamericanas y sus retos propios.

Finalmente, el propósito esencial de este libro es proporcionar evidencia robusta y aplicaciones metodológicas replicables para responsables de política pública, investigadoras, líderes territoriales y emprendedoras, con el fin de diseñar estrategias ajustadas a la realidad de cada espacio. Invita, en suma, a superar las aproximaciones generales y avanzar hacia una comprensión situada, innovadora y estadísticamente fundamentada de las brechas de género en el emprendimiento.

Capítulo 1: Retos del Emprendimiento Femenino en el Mundo Contemporáneo

1.1 El auge del emprendimiento femenino y su impacto en la economía global

Durante las últimas décadas, el **emprendimiento femenino** se ha consolidado como un fenómeno central en la economía internacional, posicionándose como impulsor de la innovación, la inclusión y la creación de empleo. Actualmente, más de **128 millones de mujeres lideran empresas en todo el mundo** y en países como España el número supera las 650,000, según el Observatorio del Emprendimiento y datos recientes del Ministerio de Trabajo y Economía Social (Cámara de Comercio de Madrid, 2024). Este crecimiento ha permitido cerrar la brecha de género en el liderazgo empresarial en un 6% desde 2012. La relevancia de este fenómeno trasciende lo económico, ya que las mujeres emprendedoras fomentan modelos de negocio más inclusivos, sostenibles y sociales, aportando perspectivas diversas e innovadoras para abordar retos emergentes (IE Avanzado, 2025).

Diversas fuentes internacionales —como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), ONU Mujeres y el Foro Económico Mundial— subrayan el altísimo potencial que tiene el cierre de la brecha de género dentro del emprendimiento. Según estimaciones de McKinsey y el Banco Mundial, lograr la plena igualdad de género en la participación laboral y emprendedora podría añadir entre **12 y 28 billones de dólares al PIB mundial** en la próxima década, generando un impacto económico que ninguna economía puede permitirse ignorar (World Economic Forum, 2025; IE Avanzado, 2025).

1.2 Evolución y tendencias globales: crecimiento diferencial y desafíos persistentes

El panorama revela un crecimiento sostenido, aunque desigual, del emprendimiento femenino. En los últimos 20 años, la actividad emprendedora liderada por mujeres creció **un 76% en las 30 mayores economías** (Caracol, 2025). Países europeos como Francia, Países Bajos y Hungría han duplicado sus cifras de emprendimiento femenino en dos décadas, mientras que en España la tasa de mujeres que inicia su negocio propio aumentó notablemente del 8,8% en 2022 al 10,9% en 2023, superando incluso el ritmo de avance masculino y situando al país por encima de la media europea (ICEX, 2025).

Estas cifras reflejan un cambio de paradigma, refutando la idea de que el emprendimiento es un terreno predominantemente masculino. Sin embargo, la brecha con el sector masculino persiste: a nivel global, el informe GEM 2024 marca que **16,9% de las mujeres inicia un negocio, frente al 20% de los hombres** (ICEX, 2025). Este avance es relevante pero heterogéneo. En América Latina, mercados como Ecuador, Chile, Guatemala y Panamá muestran las mayores tasas mundiales de actividad emprendedora femenina: un tercio de las ecuatorianas adultas está en etapa de creación de empresa, reflejando un movimiento transformador (Statista, 2025). Paradójicamente, las economías de ingresos altos presentan **porcentajes inferiores de mujeres empresarias**, mientras que en mercados emergentes o de ingresos medios, la brecha se atenúa, evidenciando la influencia del contexto socioeconómico (Infobae, 2025).

1.3 Consolidación y supervivencia empresarial: el gran escollo

El avance en las etapas iniciales no siempre se traduce en consolidación. Según el GEM y otros estudios, **solo una de cada 16 mujeres logra mantener su negocio durante más de 42 meses**, frente a uno de cada 10 hombres (Caracol, 2025). Esta cifra resalta una disparidad estructural significativa: si bien la intención y la presencia de mujeres en el ecosistema emprendedor van en aumento, la persistencia y resiliencia de los proyectos suelen enfrentar obstáculos aún mayores.

Entre los principales desafíos están el acceso limitado a financiamiento, la dificultad para construir redes de contactos sólidas y la persistencia de estereotipos de género (IE Avanzado, 2025). Las mujeres también encuentran más barreras a la hora de internacionalizar sus proyectos y, aunque representan dos de cada cinco “startups” exportadoras a nivel global, estas iniciativas suelen estar más expuestas a riesgos financieros y regulatorios (Caracol, 2025).

A nivel de liderazgo empresarial, se observa que las mujeres ocupan apenas un **34% de las posiciones de alta dirección** a nivel internacional (Grant Thornton, 2025), lo que limita su influencia en la toma de decisiones estratégicas y su capacidad para construir referentes femeninos sólidos en el ecosistema empresarial.

1.4 Brechas estructurales, diferencias regionales y retos territoriales

Las causas y manifestaciones de la brecha de género en el emprendimiento son complejas y multidimensionales. Los estudios internacionales coinciden en identificar tres factores decisivos: **acceso desigual a financiamiento, redes empresariales menos consolidadas e insuficiente respaldo institucional**, todos ellos marcados profundamente por la realidad territorial (ONU Mujeres, 2018). Las condiciones locales —infraestructura, políticas públicas, cultura emprendedora— condicionan fuertemente tanto la creación como la supervivencia de negocios liderados por mujeres.

El fenómeno se acentúa en regiones donde las políticas de apoyo son escasas o poco específicas, y donde los ecosistemas de innovación son menos desarrollados (Cámara de Comercio de Madrid, 2024). Así, mientras en centros urbanos y regiones con políticas activas de igualdad las tasas de éxito y supervivencia mejoran, en zonas rurales, periféricas o menos desarrolladas la brecha se ensancha no solo en número, sino en calidad y potencial de las empresas puestas en marcha por mujeres. América Latina es un ejemplo elocuente: a pesar de registrar tasas de emprendimiento femenino elevadas, el tránsito de emprendimiento incipiente a negocios consolidados sigue siendo muy limitado (Statista,

2025). Esto sugiere que el desafío ya no es solo cuantitativo, sino cualitativo, y requiere intervenciones propias a la realidad territorial.

1.5 Emprendimiento femenino y transformación social: retos y oportunidades

El impacto del emprendimiento femenino trasciende el terreno económico. Diversos estudios han demostrado que las mujeres líderes tienden a crear **entornos laborales más inclusivos, responsables y orientados a la sostenibilidad** tanto social como medioambiental (IE Avanzado, 2025). La resiliencia y la creatividad han sido rasgos sobresalientes, especialmente frente a las crisis recientes como la pandemia de COVID-19, donde múltiples negocios liderados por mujeres demostraron gran capacidad de adaptación y reinversión.

Iniciativas en tecnología, economía digital, economía circular y sectores sociales son hoy impulsadas por mujeres, de manera colaborativa, articulando soluciones a problemas estructurales de sus territorios y fomentando nuevas generaciones de liderazgos inclusivos (Cámara de Comercio de Madrid, 2024). Sin embargo, la **desigualdad en el acceso a capital**, la **falta de referentes**, los **prejuicios culturales** y la **escasez de políticas públicas activas y adaptadas territorialmente** siguen siendo asignaturas pendientes.

Cerrar la brecha de género en emprendimiento es, por tanto, clave no solo para el crecimiento económico, sino para transformar ecosistemas empresariales y sociales más resilientes y equitativos (World Economic Forum, 2025). Se requieren estrategias diferenciadas según el perfil y el contexto, pasando de un enfoque exclusivo en el número de empresas creadas a la consolidación, sostenibilidad e impacto real de los negocios dirigidos por mujeres.

Capítulo 2: Barreras Estructurales y Sociales: Más Allá del Techo de Cristal

2.1 Introducción: Un paisaje de obstáculos múltiples

A pesar de los avances registrados en las últimas décadas, **el emprendimiento femenino sigue experimentando obstáculos estructurales y sociales** que dificultan su consolidación en igualdad de condiciones. Estas barreras van más allá del conocido “techo de cristal” (metáfora que se utiliza para describir las **barreras invisibles pero reales que impiden que las mujeres avancen profesionalmente**, especialmente hacia los puestos de liderazgo o toma de decisiones, **a pesar de tener las competencias, formación o experiencia necesarias**): se despliegan en el acceso restringido a financiamiento, la escasez de redes empresariales de apoyo, los estereotipos de género vigentes y la doble carga de trabajo resultado de la falta de corresponsabilidad en el ámbito familiar. Para muchas mujeres, sobre todo en países en desarrollo, estos desafíos se suman a un entorno donde la educación, la experiencia previa y las normas sociales limitan aún más sus oportunidades (Concilia2, 2025; Oryon Foundation, 2025).

2.2 Acceso al financiamiento: la brecha más difícil de salvar

Uno de los principales retos estructurales a los que se enfrentan las mujeres emprendedoras es el **acceso desigual al financiamiento**. A pesar de contar con ideas disruptivas y alto grado de preparación, las mujeres reciben menos del 2,3% del total del capital de riesgo invertido en América Latina y cifras similares en Europa y Estados Unidos. La falta de fondos específicos para mujeres, los sesgos inconscientes en la banca e inversiones y la ausencia de garantías patrimoniales refuerzan esta discriminación (World Economic Forum, 2025; Cabras en Red, 2025).

Además, **el sistema financiero tiende a percibir los proyectos liderados por mujeres como de mayor riesgo**. El resultado es una brecha financiera difícil de cerrar sin políticas afirmativas y mecanismos innovadores de inversión, como la financiación con perspectiva de género o fondos específicos para mujeres emprendedoras. El diseño de programas como We-Fi, que movilizó más de 350 millones de dólares para impulsar empresas lideradas por mujeres en mercados emergentes, demuestra la importancia de intervenciones diferenciadas (World Economic Forum, 2025; ICEX, 2025).

2.3 La importancia de las redes y el capital social

El **acceso limitado a redes empresariales y de mentoría** representa otro colosal desafío. La literatura subraya que el éxito en los negocios depende a menudo de la pertenencia a círculos de influencia, contactos y asesoramiento, recursos que históricamente han estado vedados o restringidos para las mujeres. La dificultad para acceder a redes influyentes y la falta de programas de mentoría específica, especialmente en áreas STEM (**Science, Technology, Engineering and Mathematics**) y tecnología, impacta negativamente en el crecimiento y la internacionalización de los negocios femeninos (World Economic Forum, 2025; Cabras en Red, 2025; Concilia2, 2025).

Como respuesta, diversas ONGs y fundaciones —por ejemplo, la Fundación Cherie Blair para la Mujer— trabajan en la creación de plataformas para conectar mujeres, compartir experiencias y facilitar contactos con inversionistas. Sin embargo, la cobertura sigue siendo insuficiente frente a la magnitud del reto.

2.4 Prejuicios culturales y estereotipos de género

Las **barreras culturales y los estereotipos de género** operan tanto en el entorno social como empresarial. Persiste la percepción tradicional de que el liderazgo y el emprendimiento son dominios masculinos, lo que dificulta la obtención de inversión, la aceptación en círculos de decisión y hasta el reconocimiento de la autoridad de la mujer emprendedora (Noticias Perfil, 2025; El Confidencial, 2025; Concilia2, 2025).

El síndrome del impostor (experiencia psicológica en la que una persona —a pesar de tener logros comprobables, competencias reales y reconocimiento externo— siente que no merece su éxito y vive con el temor persistente de ser descubierta como “un fraude”), la autoexigencia y los frenos autoimpuestos aumentan la inseguridad y el temor al fracaso entre las mujeres, impactando negativamente en la confianza y la ambición empresarial (Noticias Perfil, 2025). Si bien los estereotipos sociales son evidentes en los mercados rurales o periféricos, la urbanidad y globalización no han eliminado este lastre cultural. La persistencia de roles preasignados se traduce en menos mujeres en puestos clave y menos referentes visibles en sectores de alto impacto.

2.5 Conciliación y doble carga familiar

La **doble carga de trabajo** —profesional y familiar— constituye una barrera transversal. La falta de corresponsabilidad en los cuidados y la educación, así como normativas poco flexibles en cuanto a licencias parentales, impactan directamente en la capacidad de las mujeres para desarrollar y escalar sus proyectos empresariales (Oryon Foundation, 2025; ICEX, 2025). Las mujeres suelen asumir más del 70% del trabajo doméstico, limitando su disponibilidad y tiempo para actividades profesionales de alto valor añadido.

El testimonio de emprendedoras como Anna Cejudo refleja cómo la legislación sobre bajas parentales no ha favorecido tradicionalmente el emprendimiento entre madres y cómo la corresponsabilidad sigue siendo una meta lejana (Oryon Foundation, 2025).

El testimonio de Anna Cejudo, emprendedora y madre de tres hijos, destaca desafíos estructurales que también enfrentan las madres emprendedoras en Bolivia, pese a su contexto original español. Su experiencia señala varias barreras comunes que se manifiestan de manera aún más aguda en entornos como el boliviano:

1. Invisibilización y prejuicio ante la maternidad en el emprendimiento

- Anna relata que debió ocultar su embarazo para ser tomada en serio y que perdió clientes por el temor a su baja de maternidad. Esta situación es aún más crítica en Bolivia, donde la

cultura y el entorno laboral suelen ser menos flexibles y más tradicionales. Las mujeres bolivianas enfrentan prejuicios similares o mayores en mercados locales, especialmente en contextos rurales o informales.

2. Falta de protección y cobertura legal

- Cejudo evidencia que la legislación sobre bajas parentales no protege eficazmente a las autónomas, quienes muchas veces deben elegir entre el crecimiento del negocio o su maternidad.
- En Bolivia, la mayoría de las emprendedoras opera en la informalidad o bajo regímenes donde la baja por maternidad y otros derechos laborales básicos son prácticamente inexistentes. La falta de seguros, licencias remuneradas y facilidades para conciliar maternidad y trabajo impacta directamente en la sostenibilidad de sus negocios y en su salud física y mental.

3. Escaso acceso a redes y apoyos específicos

- Anna destaca la importancia del apoyo y la necesidad de pedir ayuda, aprendizaje que costó integrar por la presión de poder “con todo”. En Bolivia, la situación se agrava ante la débil institucionalidad, la inexistencia de sistemas de mentoría, y la limitada presencia de redes de apoyo formales o informales orientadas a madres.
- El acceso a financiamiento, asesoramiento y acompañamiento empresarial es insuficiente, y programas específicos para madres emprendedoras son escasos o inexistentes, especialmente fuera de grandes ciudades.

4. Expectativas sociales y carga de corresponsabilidad

- El relato de Anna también subraya la desproporción en las cargas familiares y la dificultad de negociar la corresponsabilidad real con sus parejas y equipos. En Bolivia, las normas culturales tienden a sobrecargar aún más a las mujeres con el trabajo no remunerado, dificultando la conciliación y la continuidad empresarial.

-

5. Necesidad de políticas diferenciadas

- Anna propone la urgencia de políticas y programas diferenciados que reconozcan las necesidades específicas de las madres emprendedoras: licencias adaptadas para autónomas, sistemas de apoyo, cuotas en convocatorias y acceso especial a formación.
- En Bolivia, la ausencia de este tipo de iniciativas perpetúa la brecha de género y limita el impacto del emprendimiento femenino como motor de desarrollo y autonomía.

El testimonio de Anna Cejudo actúa como espejo de la precariedad y la falta de reconocimiento institucional que afecta a las madres emprendedoras en Bolivia: muestra cómo la maternidad todavía es asumida como obstáculo en vez de un valor social, y la urgente necesidad de un marco legal, cultural y económico que contemple la conciliación y el apoyo real a las mujeres que emprenden y son madres simultáneamente.

2.6 Barreras en entornos rurales y territorios periféricos

Las **barreras estructurales se agudizan en territorios periféricos y áreas rurales**. La carencia de infraestructuras, la lejanía de centros de decisión y el limitado acceso a tecnologías y mercados hacen que las mujeres de estos entornos deban superar múltiples capas de desventaja. El informe GEM resalta que en estas regiones las políticas de igualdad suelen tener menor implantación, empeorando el acceso a recursos, redes y formación (Cabras en Red, 2025).

Informes internacionales y regionales como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) destacan que las mujeres rurales enfrentan mayores restricciones para acceder a financiamiento, redes y capacitación, debido tanto a la dispersión geográfica como a la limitada cobertura de políticas de igualdad. Por ejemplo, el GEM España 2023-2024 indica que la “menor implantación de políticas de igualdad” fuera de los grandes centros urbanos agrava la brecha de género en el acceso a recursos.

De manera complementaria, la CEPAL (2021) advierte que la distancia a los centros urbanos y la precariedad de infraestructura tecnológica,

transporte y comunicaciones en zonas rurales de América Latina restringen severamente las oportunidades de formación, acceso a servicios y la participación económica de las mujeres.

Por su parte, el Banco Mundial (2020) documenta que en áreas rurales latinoamericanas hay una menor probabilidad de que las mujeres sean propietarias de negocios escalables, debido a la ausencia de conexiones formales, tutoría y facilidades logísticas. Las intervenciones públicas y privadas suelen centrarse en las ciudades, dejando a estos territorios con menos apoyo institucional efectivo.

En el ámbito académico, Serrano-Pascual y Carretero-García (2022) profundizan en cómo las normas tradicionales y la carencia de instituciones de apoyo en las áreas rurales latinoamericanas generan obstáculos adicionales, limitando tanto el desarrollo profesional como el acceso a capital social y económico femenino.

Finalmente, Reyes y Neergaard (2023) subrayan el impacto del aislamiento geográfico y la falta de transporte en la escasa integración femenina a redes empresariales y programas de mentoría, elementos fundamentales para el éxito y la sostenibilidad de emprendimientos en zonas alejadas de los polos urbanos.

2.7 Interseccionalidades: Edadismo, diversidad y brecha digital

El **edadismo** es una forma de discriminación basada en la edad, que se manifiesta a través de **estereotipos, prejuicios y actitudes excluyentes** hacia personas por el simple hecho de ser mayores —aunque también puede afectar a personas jóvenes en ciertos contextos.

El **edadismo** y la brecha digital emergen también como barreras contemporáneas. Las mujeres mayores de 45 años encuentran menos oportunidades de acceder a financiamiento y a planes de formación que se adapten a sus necesidades, dificultando el reemprendimiento. Simultáneamente, sectores como tecnología, finanzas y energías renovables presentan una infrarrepresentación femenina preocupante, requiriendo programas de alfabetización digital y formación específica

(Oryon Foundation, 2025; World Economic Forum, 2025; Cabras en Red, 2025).

2.8 Recomendaciones y caminos hacia la igualdad real

Superar estas barreras implica **apostar por políticas integradas y alianzas multiactor**. Las recomendaciones más consensuadas en la literatura incluyen: ampliar el acceso al capital mediante fondos y programas antidiscriminación; crear redes específicas y espacios de mentoría; fomentar la igualdad tecnológica desde la infancia —desarrollando vocaciones STEAM—; e impulsar un ecosistema emprendedor inclusivo, con marcos normativos y fiscales sensibles al género y a la realidad territorial (World Economic Forum, 2025; ICEX, 2025; Cabras en Red, 2025).

En este contexto, el papel de las ONG adquiere especial relevancia en zonas rurales, donde el acceso a instituciones formales y redes de apoyo es más limitado. Organizaciones como Esperanza Bolivia, CIMCAT y Fundación FAUTAPO han demostrado ser actores clave al articular procesos de capacitación, creación de cooperativas, vinculación a mercados y acceso a microcréditos, adaptando las respuestas a las especificidades culturales y sociales de cada territorio (ASATA Cooperación, 2025; Fundación Emprender Futuro, 2025). Estas ONG no solo facilitan el desarrollo de habilidades técnicas y socioemocionales, sino que también incentivan la participación activa de las mujeres en la gobernanza local y en la formulación de proyectos productivos sostenibles, asegurando una incidencia real sobre la autonomía económica femenina, la resiliencia colectiva y la igualdad de oportunidades.

La visibilización de referentes femeninos en sectores masculinizados, la formación y sensibilización de inversores, y la corresponsabilidad social en los cuidados constituyen ejes de transformación. Es imprescindible que las instituciones de todos los niveles —gobiernos, empresas, tercer sector y sociedad civil— trabajen de forma coordinada para derribar las barreras estructurales y crear una cultura empresarial verdaderamente igualitaria (Cabras en Red, 2025; ICEX, 2025; El Confidencial, 2025).

Capítulo 3: La Dimensión Territorial del Emprendimiento Femenino

3.1 Introducción: territorio y desigualdad en el emprendimiento femenino

La dimensión territorial del emprendimiento femenino es un factor clave para comprender las dinámicas de brecha de género en el ámbito empresarial. La **distribución geográfica** de los negocios liderados por mujeres no es uniforme y puede acentuar o mitigar las desigualdades existentes. La presencia o ausencia de redes institucionales, la inversión pública y privada, así como las condiciones socioeconómicas propias de cada territorio, inciden directamente en la creación, desarrollo y consolidación de emprendimientos femeninos (Oficina Nacional de Emprendimiento [ONE], 2024; Montero-González & Camacho-Ballesta, 2018). Así, la geografía no es un simple lugar donde se desarrollan las iniciativas, sino un elemento activo que moldea las oportunidades y limitaciones del fenómeno emprendedor femenino.

3.2 Concentración geográfica: hubs y clústeres del emprendimiento femenino

Estudios recientes muestran que en países como España el emprendimiento femenino está concentrado en determinadas áreas geográficas, destacando especialmente las grandes ciudades y regiones con ecosistemas empresariales consolidados. Según el **Informe GEM España 2023-2024**, el 72% de las “startups” lideradas por mujeres se concentran en tres hubs principales: **Andalucía (36%), Comunidad de Madrid (22%) y Cataluña (14%)** (Emprendedores, 2024). Otras regiones, como la Comunidad Valenciana, presentan también crecimiento en emprendimiento femenino, pero con menor peso relativo (Emprendedores, 2024).

Esta concentración responde a factores múltiples: mayor densidad poblacional, presencia de universidades, infraestructuras tecnológicas, acceso a financiación e institucionalidad pública activa. Sin embargo, las regiones menos desarrolladas o rurales presentan indicadores mucho más bajos de emprendimiento femenino de alto impacto, lo que expone desigualdades territoriales relevantes (Cabras en Red, 2025).

Por ejemplo, Montero-González y Camacho-Ballesta (2018) destacan que las mujeres emprendedoras en territorios como Galicia, Extremadura y Castilla-La Mancha se concentran en sectores tradicionales como la agricultura, ganadería y servicios básicos, mientras que en Madrid, País Vasco o Cataluña dominan sectores innovadores y tecnológicos. Esta polarización sectorial añade una capa más de complejidad a la dimensión territorial, ya que no solo el lugar sino también el tipo de actividad está condicionado por la localización.

Paralelismos en América Latina y Bolivia

A partir de los análisis desarrollados por González-Pérez et al. (2022) y Fernández (2011), pueden identificarse los siguientes rasgos principales del emprendimiento femenino en ambos contextos:

1. Concentración urbana y desigualdad territorial

En América Latina y Bolivia, la dinámica es similar:

- **Bolivia:** El liderazgo femenino en emprendimiento se concentra en los tres principales centros urbanos: La Paz (38.585 empresas gestionadas por mujeres), Santa Cruz (38.106) y Cochabamba (21.084), mientras que otras regiones presentan cifras significativamente menores (SEPREC,2025).
- **Latinoamérica:** Estudios muestran que la mayor parte del emprendimiento femenino de alto impacto y con potencial de escalabilidad está ubicado en grandes ciudades capitales y zonas metropolitanas, donde existen mayores oportunidades de networking, acceso a formación, mercados y apoyo institucional (González-Pérez et al,2022).

2. Impacto de la institucionalidad y recursos locales

Al igual que en España, en Bolivia y otros países de la región la concentración del emprendimiento femenino responde a:

- **Infraestructura urbana:** Mejor acceso a servicios, espacios de coworking, tecnología y transporte.
- **Presencia de universidades/centros de innovación:** Facilita la capacitación, la actualización constante y la vinculación con mercados dinámicos.
- **Mayor disponibilidad de financiamiento y concursos públicos de apoyo a startups.**
- **Redes y asociaciones empresariales:** Más desarrolladas y accesibles en las grandes ciudades.

3. Brecha rural: sector y formato de los emprendimientos

Las mujeres emprendedoras ubicadas en regiones rurales o menos desarrolladas de Bolivia y Latinoamérica enfrentan barreras similares a las descritas en estudios de España:

- **Prevalecen actividades en sectores tradicionales:** Agricultura, ganadería, comercio minorista, servicios básicos y microemprendimientos.
- **Baja formalización y escasa escalabilidad:** El 70% de los emprendimientos femeninos en Bolivia son microempresas que sostienen a sus familias y operan, en su mayoría, en la informalidad.
- **Limitada innovación y acceso a tecnología:** La diferencia es marcada en relación con las capitales y polos tecnológicos.
- **Redes de apoyo y financiamiento mucho más débiles.**

4. Complejidad y polarización sectorial

- Así como en España la geografía condiciona el tipo de actividad (tradicional vs. innovadora), en Bolivia y otras economías andinas/latinoamericanas también existe una polarización sectorial y territorial:

- **Áreas metropolitanas:** Mayor diversificación hacia servicios digitales, gastronomía moderna, moda, tecnología y exportación.
- **Áreas rurales/periféricas:** Predominan actividades ligadas a la economía de subsistencia y mercados locales o informales.

3.3 Clústeres territoriales de vulnerabilidad: brechas localizadas

La utilización de análisis espacial y de autocorrelación, como el índice de Moran, ha permitido identificar «clústeres territoriales de vulnerabilidad» en el emprendimiento femenino. Estas son zonas donde se concentran barreras específicas: carencia de redes de apoyo, dificultad para acceder a financiación, falta de capacitación o escaso respaldo institucional (Rodero-Cosano & de los Ríos-Berjillos, 2022; Srakar & Vecco, 2020).

Estas investigaciones muestran, por ejemplo, que territorios periféricos o rurales en España, como ciertas áreas de Castilla-La Mancha o Extremadura, presentan agrupamientos importantes de debilidades para las mujeres que desean emprender, afectando la tasa de creación y supervivencia de negocios. En cambio, las regiones metropolitanas tienden a conformar clústeres positivos, donde las brechas se reducen gracias a políticas activas y mayores recursos (Cabras en Red, 2025).

A nivel internacional, Xu y Liu (2022) señalan cómo en regiones con menor densidad poblacional y menos infraestructura económica, las mujeres enfrentan mayores obstáculos para la creación de startups, correlacionados con la baja cobertura de centros de apoyo y redes empresariales formales.

Un metaanálisis europeo reciente con datos del GEM muestra que la presencia de clústeres negativos se asocia consistentemente con niveles reducidos de infraestructura emprendedora, fragmentación institucional y políticas de género insuficientes, reforzando la importancia de adoptar intervenciones espaciales focalizadas (Piacentini, 2023). En Malasia, Kim y Kim (2023) aplicaron el índice de Moran para diferenciar regiones con alta y baja resiliencia emprendedora femenina según densidad de apoyos

y acceso a la innovación, proponiendo mapas de priorización para políticas públicas.

En América Latina, ONU Mujeres (2023) y el Banco Mundial (2020) advierten que el aislamiento territorial y la escasa integración entre municipios agravan la concentración de brechas para emprendedoras, reforzando la necesidad de articulación entre análisis espacial y políticas diferenciadas territoriales (Banco Mundial, 2020; Rodríguez-Modroño & López-Igual, 2020). Todo esto confirma que el enfoque espacial, aliado a bases de datos robustas y visualización geográfica, es hoy crucial para captar no solo “dónde” están las brechas, sino también “por qué” persisten y “cómo” pueden enfrentarse con estrategias locales y sostenibles.

3.4 La institucionalidad territorial: inversión pública y redes de apoyo

La calidad y cobertura de la institucionalidad territorial juegan un papel determinante en la configuración del emprendimiento femenino. Centros de apoyo al emprendimiento (CADE, incubadoras, aceleradoras) y políticas públicas focalizadas amplían las oportunidades para las mujeres, disminuyendo las barreras culturales y estructurales (GEM España, 2024). Sin embargo, esta institucionalidad no se distribuye de manera homogénea.

Rodero-Cosano y de los Ríos-Berjillos (2022) destacan que la localización estratégica de centros de apoyo en áreas con alta densidad poblacional favorece la creación de redes y fomenta la cooperación entre emprendimientos. El análisis espacial permite visualizar dónde la inversión pública logra equilibrar los ecosistemas emprendedores y dónde, a pesar de los recursos, persisten brechas debido a factores sociales o económicos locales.

Por ejemplo, en Andalucía y Madrid, las mujeres tienen acceso a una amplia red de apoyo institucional que incluye formación, asesoría financiera, mentorías y acceso a fondos específicos, que contribuyen a que estas regiones concentren mayor emprendimiento innovador femenino. En contraste, zonas rurales no solo carecen de

infraestructuras, sino que enfrentan falta de políticas públicas sobre el género y empresa, creando un círculo vicioso de exclusión (Cabras en Red, 2025).

Diversos estudios demuestran que la concentración de apoyo institucional y recursos en grandes ciudades no es un fenómeno exclusivo de España; por el contrario, se replica en otras regiones del mundo, generando patrones territoriales similares de desigualdad en el emprendimiento femenino CEPAL (2021):

América Latina

En países como **Chile, Argentina, México, Colombia y Brasil**, la mayor parte de los programas de formación, acceso a financiamiento, incubadoras y redes de mentoría para mujeres están concentrados en capitales y grandes urbes. Las regiones rurales y periféricas cuentan con oportunidades limitadas y una escasa presencia de políticas públicas diferenciadas, lo que perpetúa la brecha y restringe el desarrollo de emprendimientos de alto potencial.

África

En **Sudáfrica, Kenia y Egipto**, ciudades como Johannesburgo, Nairobi y El Cairo cuentan con ecosistemas de emprendimiento sólido, acceso a capital semilla y aceleradoras específicas para mujeres. Sin embargo, las emprendedoras en entornos rurales enfrentan barreras vinculadas a la falta de formación, dificultades para acceder a microfinanzas y una baja cobertura de intervenciones estatales, manteniéndose el “círculo vicioso de exclusión”.

Asia

En **India, China y Vietnam**, las principales ciudades (Delhi, Shanghái, Hanoi) concentran la mayor parte de las iniciativas de incubación, programas gubernamentales y formación especializada para mujeres. Las barreras para las emprendedoras rurales incluyen bajo acceso a tecnología, financiamiento escaso y mínimas redes institucionales, acentuadas por normas de género tradicionales.

Europa Occidental

En **Francia, Alemania, Italia**, grandes urbes como París, Berlín y Milán son polos donde convergen fondos, redes y políticas enfocadas en la equidad de género. Esto contrasta con zonas rurales donde la penetración de iniciativas para el emprendimiento femenino es notoriamente baja y las barreras de acceso a mercados y financiamiento resultan más intensas.

Estados Unidos y Canadá

En ciudades como **Nueva York, Toronto, Los Ángeles**, abundan redes de apoyo y programas de mentoría específicos para mujeres. Sin embargo, los territorios rurales y del interior de ambos países muestran limitaciones estructurales para el emprendimiento femenino debido a la dispersión geográfica y la insuficiente cobertura de políticas públicas.

La desigualdad territorial —caracterizada por el acceso dispar a apoyos institucionales, infraestructura y políticas de género— constituye una dinámica observada globalmente. El “círculo de exclusión” en zonas rurales y periféricas es una constante reportada en estudios comparados, y exige, a nivel internacional, estrategias diferenciadas y territorializadas que permitan democratizar el emprendimiento femenino y disminuir las brechas entre centros urbanos y regiones alejadas.

3.5 Motivaciones y realidades territoriales: diversidad en las razones para emprender

Los datos también revelan diferencias territoriales en las motivaciones de las mujeres para emprender. En las grandes urbes, muchas emprendedoras se sienten impulsadas por una combinación de deseo de innovación y creación de riqueza, mientras que en regiones periféricas prevalecen motivaciones relacionadas con la necesidad, como respuesta a la falta de empleo formal o la estrategia de supervivencia económica (Ademe, 2025).

Esto tiene impacto en las características de los proyectos: en las ciudades predominan “startups” tecnológicas o de servicios avanzados con alto componente innovador, mientras que en áreas rurales predomina el emprendimiento en sectores tradicionales o familiares (Montero-González & Camacho-Ballesta, 2018). Esta segmentación

territorial de trayectorias emprendedoras refuerza la necesidad de políticas diferenciales que atiendan la realidad local para cerrar la brecha de género.

3.6 Retos y oportunidades para una agenda de emprendimiento femenino territorialmente inclusiva

El análisis de la dimensión territorial del emprendimiento femenino nos lleva a reconocer que **la igualdad de oportunidades debe abordarse desde un enfoque espacial y contextualizado**. Esto implica diseñar e implementar políticas que no solo impulsen la participación femenina en la economía, sino que lo hagan atendiendo a las especificidades y necesidades de cada territorio (Rodero-Cosano & de los Ríos-Berjillos, 2022).

Las tecnologías digitales y el trabajo remoto irrumpen como factores democratizadores que podrían reducir brechas territoriales, permitiendo a mujeres en zonas alejadas acceder a capacitación, redes y mercados globales (Cabras en Red, 2025). Sin embargo, el déficit de capacitación tecnológica y la brecha digital aún constituyen desafíos estructurales que requieren soluciones integradas y proyectos públicos-privados colaborativos.

Fortalecer los ecosistemas locales con enfoque de género, fomentar la difusión de referentes femeninos en todos los territorios, crear mecanismos de financiación adecuados y apoyar la construcción de redes y clústeres inclusivos son tareas pendientes esenciales para lograr un emprendimiento femenino equitativo, sostenible y plural (GEM España, 2024; Srakar & Vecco, 2020).

La dimensión territorial es un elemento estructurante y explicativo de las desigualdades de género en el emprendimiento. La identificación de clústeres de vulnerabilidad y la visualización espacial de brechas permite focalizar esfuerzos y diseñar políticas más efectivas. La coordinación entre actores públicos, privados y sociales a nivel territorial es clave para superar obstáculos y consolidar el potencial emprendedor femenino en todas las regiones, especialmente en las menos favorecidas. El desarrollo

equilibrado, la inclusión y la innovación territorial son así imperativos para un crecimiento económico sostenido y justo.

Capítulo 4: Innovación Metodológica: Análisis Espacial, GIS y el Índice de Moran

La investigación contemporánea sobre emprendimiento femenino demanda métodos que vayan más allá de los enfoques tradicionales para captar la manera en que las desigualdades de género y territorio se entrecruzan. El **análisis espacial**, sustentado en técnicas estadísticas y sistemas de información geográfica, se ha posicionado como una herramienta esencial para entender la distribución, los factores y las brechas que marcan la experiencia de las mujeres emprendedoras en distintos territorios. La integración de modelos de autocorrelación espacial, como el Índice de Moran, y plataformas de GIS como ArcGIS permiten una visión renovada y multivariada del fenómeno, beneficiando la elaboración de políticas públicas sensibles al contexto local y la evaluación de sus impactos diferenciales (Rodero-Cosano & de los Ríos-Berjillos, 2022; Srakar & Vecco, 2020).

4.1. Del dato al territorio: la lógica del análisis espacial

El análisis del emprendimiento femenino desde una perspectiva territorial implica reconocer que los recursos institucionales, las oportunidades y las limitaciones no se distribuyen de manera uniforme (Montero González & Camacho Ballesta, 2018). Tradicionalmente, los estudios se centraban en agregados nacionales o sectoriales, omitiendo la importancia de la geografía y sus efectos sobre las trayectorias empresariales. El análisis espacial supera esta limitación, permitiendo visualizar cómo se agrupan ciertos fenómenos —como la falta de financiamiento, la concentración de redes o las dificultades de conciliación— en determinadas zonas, y cómo otras áreas emergen como polos de fortaleza emprendedora femenina (GEM España, 2024; Ademe, 2025).

Las técnicas espaciales también revelan desigualdades urbanas y rurales, mostrando cómo el lugar de residencia puede influir radicalmente

en el acceso de las mujeres a capital, capacitación, innovación y mercados, así como en la superación de barreras estructurales, culturales y tecnológicas (Oficina Nacional de Emprendimiento [ONE], 2024; GEM España, 2024).

4.2. GIS: La revolución cartográfica del emprendimiento femenino

Los sistemas de información geográfica, especialmente **ArcGIS**, permiten integrar, visualizar y analizar datos estadísticos vinculados a una localización geográfica específica. Este entorno posibilita construir **mapas temáticos** que representan visualmente los polos de vulnerabilidad y de oportunidad, facilitando la interpretación y la toma de decisiones (Rodero-Cosano & de los Ríos-Berjillos, 2022).

ArcGIS y plataformas afines permiten combinar diferentes capas de información: indicadores sociodemográficos, infraestructura institucional (centros de apoyo, incubadoras), accesibilidad a financiación, datos de digitalización y otros elementos relevantes. Su valor reside en que expone elementos que no son evidentes en los análisis tabulares tradicionales y contribuye a identificar patrones espaciales, asociaciones no lineales y posibles “brechas ocultas” entre territorios y grupos poblacionales (GEM España, 2024; Cabras en Red, 2025). El potencial de las herramientas GIS ha sido aprovechado exitosamente, por ejemplo, en el diseño de política pública descentralizada en Andalucía y Cataluña, donde la geolocalización de los programas de apoyo y mentoría redujo las desigualdades regionales identificadas en los análisis espaciales previos (Srakar & Vecco, 2020).

En Estados Unidos, la plataforma Opportunity Insights de la Universidad de Harvard utiliza ArcGIS y análisis espacial avanzado para identificar “desiertos de oportunidad” en el emprendimiento de mujeres y minorías. Estos mapas permiten dirigir financiamiento, capacitación y mentoring a vecindarios específicos, optimizando el impacto de los programas (Chetty et al., 2022).

En Canadá, la Red de Mujeres Empresarias (Women’s Enterprise Organizations of Canada, WEOC) emplea GIS para mapear ecosistemas

emprendedores regionales, visualizar la distribución de incubadoras y recursos, e identificar “zonas calientes” y áreas desatendidas para la intervención pública y privada (WEOC, 2024).

En India, la organización SEWA (Self Employed Women’s Association) ha implementado el uso de mapas GIS combinados con datos socioeconómicos para focalizar programas de microfinanzas y formación, priorizando regiones rurales con mayor concentración de mujeres vulnerables (Batliwala & Dhanraj, 2021).

En Brasil, iniciativas lideradas por el Instituto Rede Mulher Empreendedora han aprovechado GIS para mapear redes colaborativas y la accesibilidad a servicios para emprendedoras en distintas regiones. La geolocalización ha facilitado políticas municipales de microcrédito y formación focalizada (Instituto RME, 2023).

En Sudáfrica, el gobierno y ONGs locales han usado SIG para diseñar rutas seguras de comercialización para mujeres productoras rurales, y para identificar brechas en acceso a recursos e infraestructura, resultando en políticas públicas más eficaces e inclusivas (Ndibazza & Urban, 2024).

A nivel global, la plataforma Gender GIS —desarrollada por ONU Mujeres y GISCloud— ofrece recursos y mapas interactivos para identificar desigualdades de género en empleo, emprendimiento y acceso a tecnología, apoyando la formulación de políticas multisectoriales basadas en evidencia territorial (UN Women, 2024).

Estas experiencias demuestran que el potencial de ArcGIS y herramientas afines no solo reside en la visualización de datos, sino en la capacidad de planificar, focalizar y evaluar políticas públicas para el emprendimiento femenino con criterios de equidad geográfica, inclusión y sostenibilidad.

4.3. El Índice de Moran: Autocorrelación espacial y brechas de género

Un pilar del análisis estadístico espacial es el **Índice de Moran**, diseñado para medir el grado de autocorrelación espacial de una variable. Cuando se aplica al emprendimiento femenino, el índice identifica si existen

“clusters” o agrupamientos espaciales significativos de brechas u oportunidades, esto es, si territorios próximos tienden a compartir condiciones similares respecto a variables como miedo al fracaso, recursos institucionales o percepciones de autoeficacia (Rodero-Cosano & de los Ríos-Berjillos, 2022; Srakar & Vecco, 2020).

El Índice de Moran, en su variante **Moran Global**, permite evaluar la existencia y la intensidad de tendencias espaciales, mientras que su versión **Local (LISA)** señala zonas concretas de concentración — polígonos de alta vulnerabilidad o fortaleza— en variables relevantes para la investigación. Recientemente, la metodología se ha expandido para variables categóricas (por ejemplo, rangos bajo, medio, alto de habilidades percibidas), robusteciendo la capacidad analítica frente a la diversidad inherente al fenómeno emprendedor (Srakar & Vecco, 2020).

En la experiencia española, la aplicación del Índice de Moran ha revelado, por ejemplo, agrupaciones significativas de baja institucionalidad y elevados niveles de miedo al fracaso en ciertas regiones mesetarias, mientras que en núcleos urbanos del litoral se concentran los clústeres de emprendimiento consolidado y acceso directo a financiamiento (GEM España, 2024).

En Estados Unidos y Canadá, estudios con datos GEM y del Censo han aplicado el Índice de Moran y variantes LISA para mapear “hot spots” y “cold spots” de emprendimiento femenino. Estos trabajos identifican clusters de alta actividad, generalmente en grandes áreas urbanas como Silicon Valley, Nueva York o Toronto, y regiones de marcada vulnerabilidad, como los Apalaches o áreas rurales canadienses, donde las barreras de acceso a capital, mentoría y tecnología son mayores (Piacentini, 2023; Haltiwanger et al., 2022).

En Brasil, la Fundación Instituto Rede Mulher Empreendedora aplicó Moran Global y LISA para el mapeo de empresarias rurales en Minas Gerais y Pará. Se detectaron agrupamientos espaciales con alta probabilidad de informalidad, bajos ingresos y dificultades de acceso a mercados, en contraste con clusters metropolitanos que muestran

condiciones más favorables debido a redes, digitalización y presencia institucional (Instituto RME, 2023).

En África subsahariana, Kim y Kim (2023) utilizaron Moran's I local para mapear la “densidad emprendedora femenina” en Uganda y Ghana. Encontraron que las regiones con mayor tradición asociativa y mejores sistemas microfinancieros muestran clusters positivos, mientras que zonas alejadas o periurbanas concentran la brecha por falta de soporte institucional y educativo. Los hallazgos han sido empleados para diseñar políticas focalizadas y fortalecer ecosistemas rurales.

En Europa del Este, investigaciones en Polonia, Hungría y Rumanía utilizan análisis LISA y Moran para identificar clusters de bajo emprendimiento femenino en zonas postindustriales y rurales, correlacionando estas brechas con el nivel de inversión pública, presencia de incubadoras y redes de apoyo. Los resultados han impulsado la descentralización de recursos y el establecimiento de hubs regionales de innovación inclusiva (Bartkowiak & Kędzior, 2021).

Con estas experiencias la aplicabilidad global del Índice de Moran, no solo describe patrones espaciales, sino fundamenta políticas públicas diferenciadas y adaptadas a la diversidad territorial, contribuyendo a cerrar las brechas de emprendimiento femenino en contextos urbanos, rurales y periféricos.

4.4. Variables clave: de los datos censales a las narrativas espaciales

El análisis espacial aplicado al emprendimiento femenino suele centrarse en variables cuyas fluctuaciones geográficas pueden aportar información valiosa para el diseño de intervenciones eficaces. Entre las más utilizadas destacan:

- **Habilidades percibidas para emprender:** Proporción de mujeres que reporta sentirse capaz de iniciar un negocio.
- **Miedo al fracaso:** Índice de mujeres para quienes ese temor supone una barrera real para comenzar o consolidar proyectos (Ademe, 2025; GEM España, 2024).

- **Redes y acceso a mentoring:** Disponibilidad territorial y densidad de centros de apoyo e inversión pública y privada (Cabras en Red, 2025).
- **Motivaciones y fases del negocio:** Distribución según si la motivación es oportunidad o necesidad, y por etapa de desarrollo de la empresa (Gira Mujeres, 2021).

La integración y recodificación de estas variables en rangos o categorías facilita la identificación de patrones espaciales y permite adaptar los recursos a la realidad detectada.

4.5. Metodología de trabajo: pasos para un análisis espacial robusto

El despliegue del análisis metodológico se realiza en varias fases:

1. **Recolección y estructuración de datos:** Se utilizan fuentes como el GEM, encuestas territoriales y registros institucionales, georreferenciando cada observación.
2. **Recodificación y categorización:** Para facilitar el análisis, los indicadores se agrupan en categorías significativas (bajo, medio, alto).
3. **Implementación de Moran Global y LISA:** Se evalúan las tendencias generales y se detectan clusters o polos concretos de brecha o fortaleza.
4. **Visualización en GIS:** Desarrollo de mapas temáticos, de calor y superposición que representen visualmente los resultados.
5. **Interpretación y recomendaciones:** Se traduce el hallazgo espacial en propuestas aplicables por decisores públicos y actores del ecosistema.

Cada fase requiere validación y ajuste según el contexto, la disponibilidad de información y el objetivo de la intervención (Piacentini, 2023).

4.6. Estudios y buenas prácticas: de la evidencia a la política

En la práctica, el uso combinado de índices de autocorrelación espacial y análisis GIS ha permitido a gobiernos y entidades de apoyo identificar zonas prioritarias y distribuir recursos con mayor equidad. Por ejemplo, el informe especial “Gira Mujeres” analizó la evolución del emprendimiento por comunidades autónomas y sugiere que la intervención territorial específica ha mejorado los índices de consolidación de negocios (Gira Mujeres, 2021).

Asimismo, las experiencias internacionales muestran que el análisis espacial contribuye a humanizar la toma de decisiones, favoreciendo la participación de mujeres en el diseño e implementación de políticas locales (Ademe, 2025). La posibilidad de cruzar mapas de brechas con recursos institucionales permite ajustes inmediatos en la estrategia pública y privada.

4.7. Desafíos y perspectivas futuras

A pesar de su potencial, la aplicación del análisis espacial presenta desafíos: la necesidad de acceso a datos desagregados, la capacitación técnica de equipos locales y la adecuación metodológica para variables categóricas o subjetivas. No obstante, su creciente estandarización y la disminución del costo de acceso a herramientas GIS favorecen su adopción por parte de ayuntamientos, gobiernos regionales y operadores sociales (Srakar & Vecco, 2020).

En adelante, los avances en inteligencia artificial y big data abren nuevas oportunidades para integrar análisis predictivos, simulaciones prospectivas y visualizaciones en tiempo real, enriqueciendo aún más el enfoque territorial de las políticas de género y emprendimiento (Ademe, 2025; Cabras en Red, 2025).

Capítulo 5: Variables Clave del Emprendimiento Femenino: Un Enfoque Multidimensional

5.1 Introducción: Hacia una comprensión integral de la desigualdad

El análisis del emprendimiento femenino ha evolucionado desde la simple cuantificación de empresas lideradas por mujeres hacia una comprensión más sofisticada de las **brechas multidimensionales** que obstaculizan o potencian su desarrollo. Gracias a fuentes como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y estudios nacionales e internacionales, hoy es posible examinar cómo factores como las **habilidades percibidas**, el **miedo al fracaso**, las **etapas del ciclo emprendedor**, la **diversidad de motivaciones** y la **cobertura institucional territorial** influyen de forma diferenciada según el contexto espacial (ONE, 2024; GEM España, 2024). Este enfoque reconoce que las desigualdades no solo provienen del género, sino también del territorio, del entorno institucional y de factores emocionales y socioculturales.

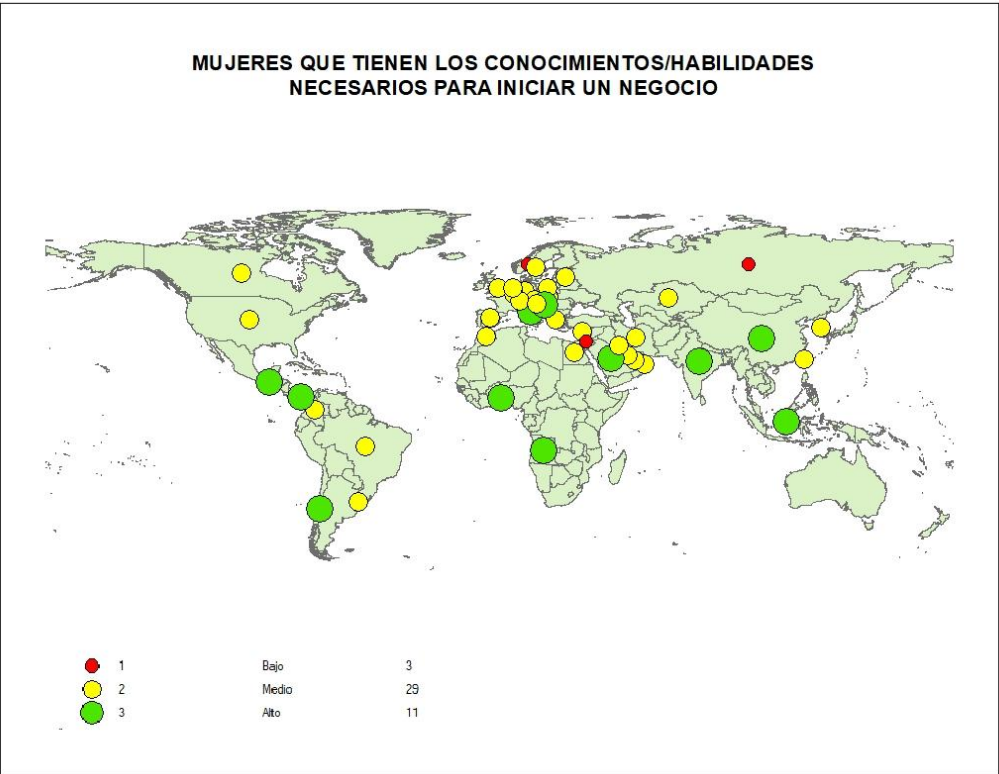
5.2 Habilidades percibidas y autoconfianza emprendedora

Las **habilidades percibidas** —la autoevaluación que realiza una persona sobre su propia capacidad para identificar oportunidades, iniciar y gestionar una empresa— constituyen uno de los predictores más sólidos de la intención y el éxito emprendedor. En España, las mujeres han incrementado su confianza en su potencial para crear empresas: la **intención de emprender creció del 8,8% en 2022 al 10,9% en 2023** (ONE, 2024; GEM España, 2024).

No obstante, las cifras revelan una doble brecha: la primera es de género (las mujeres perciben en promedio menos capacidad que los hombres) y

la segunda, de **territorio**. Así, en regiones con fuerte cultura emprendedora y buena institucionalidad, la percepción de habilidades es notablemente superior a la de zonas rurales o con menores oportunidades laborales (Gira Mujeres, 2021). Además, el capital formativo juega un rol crucial: en España, **el 73% de las emprendedoras tiene máster o doctorado**, un indicador que sugiere la influencia del nivel educativo en la autoconfianza empresarial (Cámara de Comercio de Madrid, 2024).

Figura 1.
Distribución mundial de habilidades percibidas en mujeres emprendedoras



Nota. Elaboración propia con datos del *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, año 2021, procesados mediante ArcGIS.

El gráfico representa el porcentaje de mujeres que se consideran capaces de iniciar un negocio en distintos países. Los tonos rojos indican territorios donde esta percepción es baja, reflejando barreras formativas

e institucionales. Los tonos amarillos muestran niveles medios de autoconfianza emprendedora, y los verdes destacan países con ambientes más propicios para el desarrollo de habilidades. Esta distribución evidencia una polarización territorial que refuerza la necesidad de políticas diferenciadas según contexto regional.

Estos tres países (Israel, Noruega y Rusia), aunque muy distintos, comparten un patrón clave: la percepción de habilidades emprendedoras se ve afectada no solo por acceso educativo, sino por el entorno cultural, institucional y económico que habilita —o restringe— el protagonismo femenino en los ecosistemas empresariales.

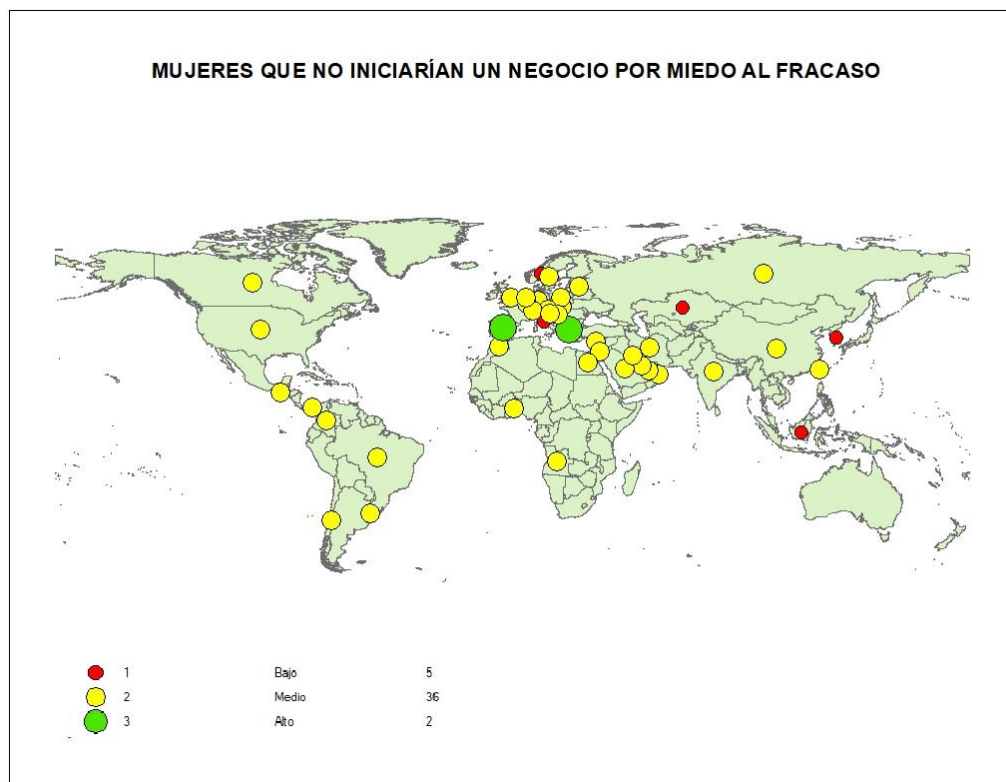
5.3 El miedo al fracaso: una barrera emocional y diferencial

El **miedo al fracaso** emerge recurrentemente como un obstáculo significativo. Según los informes GEM, este sentimiento afecta en mayor proporción a las mujeres, siendo más intenso en contextos de inestabilidad económica, baja seguridad social o ausencia de redes de respaldo (GEM España, 2024; Esade, 2025). El miedo al fracaso es particularmente acusado entre quienes intentan consolidar un negocio tras experiencias previas negativas o en áreas donde la cultura del riesgo es menos aceptada socialmente.

Este obstáculo actúa no solo como freno externo, sino también como barrera interna, al incidir en la tendencia a la **autoexigencia** y en el llamado síndrome del impostor, especialmente en ecosistemas empresariales masculinizados (Martin-Gutierrez et.al,2021). A nivel territorial, los clústeres de alta institucionalidad y apoyo suelen registrar menores niveles de miedo al fracaso, lo que subraya la importancia de factores ambientales y del diseño de políticas focalizadas sobre el bienestar emocional y la capacitación psicológica de las emprendedoras (GEM España, 2024).

Figura 2.

Distribución mundial de mujeres que no iniciarían un negocio por miedo al fracaso



Nota. Elaboración propia con datos del *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, año 2021, procesados mediante ArcGIS.

El gráfico revela que el miedo al fracaso sigue siendo una barrera significativa para mujeres emprendedoras en casi todas las regiones del mundo, pero su intensidad varía territorialmente: **36 países** presentan niveles moderados de miedo al fracaso. Esto sugiere que, si bien existen condiciones institucionales o culturales que respaldan el emprendimiento, **persiste una inseguridad psicológica latente**, posiblemente ligada a falta de mentoría, visibilidad femenina o redes de apoyo.

5.4 Fases del ciclo emprendedor, consolidación y supervivencia

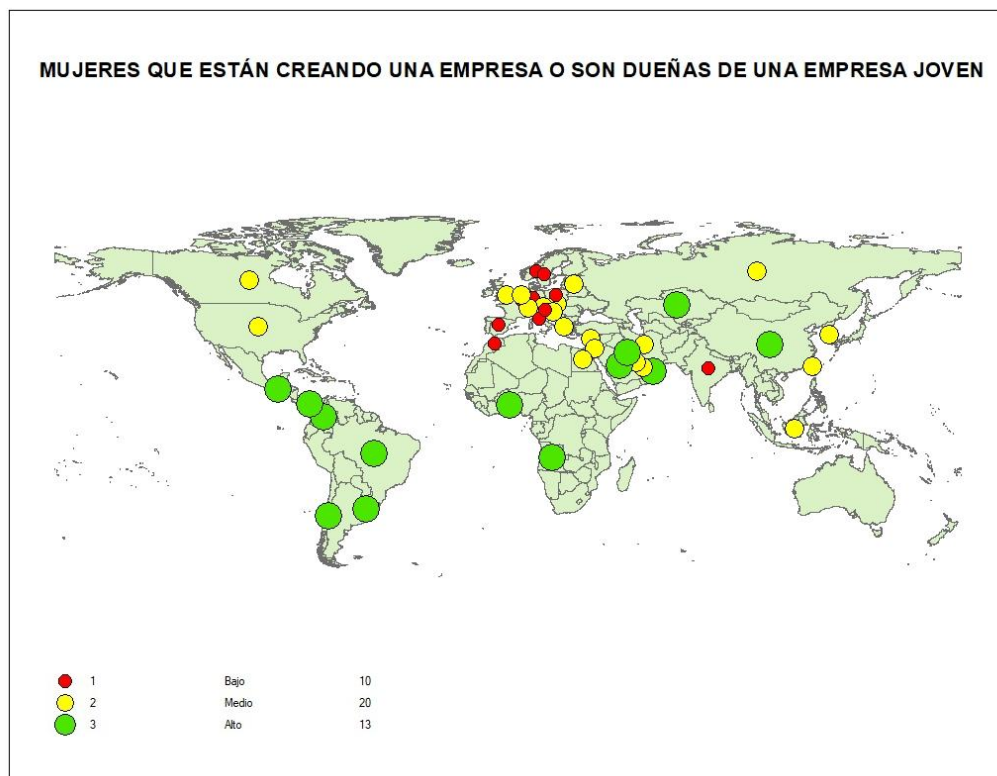
El recorrido emprendedor femenino muestra especificidades a lo largo de sus diferentes fases. Para las mujeres, **las probabilidades de iniciar un negocio han aumentado** en los últimos años, pero la consolidación sigue siendo el reto principal. Según el GEM, solo una de cada 16 mujeres logra mantener su empresa durante más de 42 meses, frente a uno de cada 10 hombres (Gira Mujeres, 2021). Esto se agrava en regiones que carecen de apoyo institucional sólido.

En la etapa inicial de una empresa, la percepción de oportunidades es fundamental, así como el acceso a formación, tutorización y mentoring. Pero en las fases de consolidación y crecimiento, influyen factores como el **acceso a financiación, la integración en redes avanzadas y la posibilidad de internacionalizar el negocio** (ONE, 2024; GEM España, 2024). Las diferencias territoriales persisten: comunidades con ecosistemas consolidados favorecen la supervivencia empresarial, mientras que en zonas periféricas el ciclo emprendedor se caracteriza por mayor volatilidad y alta tasa de abandono (ONE, 2024).

El mapa de la Figura 3, respalda el enfoque territorial del estudio: la capacidad de las mujeres para emprender **no depende únicamente del nivel económico del país**, sino de la **estructura institucional local, la cultura empresarial y la distribución geográfica del capital formativo**. Las diferencias entre los niveles revelan que las políticas públicas deben ser **territorialmente diferenciadas** y sensibles al contexto cultural de cada región

Figura 3.

Distribución mundial de mujeres creando una empresa o son dueñas de una empresa joven



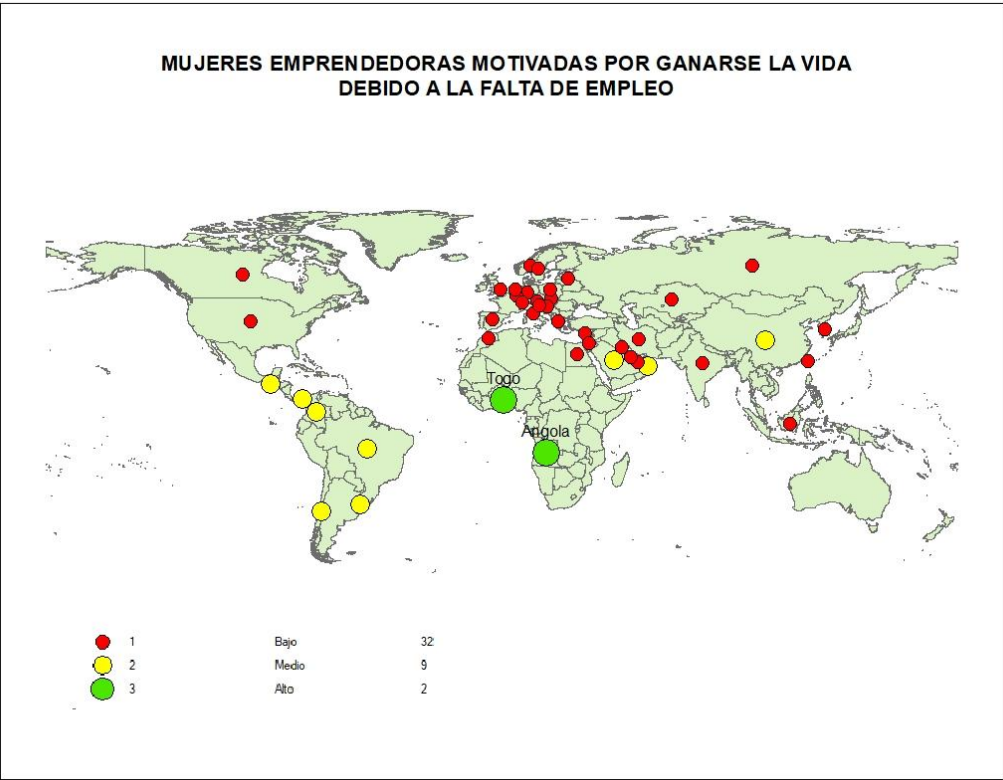
Nota. Elaboración propia con datos del *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, año 2021, procesados mediante ArcGIS.

5.5 Diversidad de motivaciones: más allá de la necesidad

Las motivaciones para emprender se han diversificado sensiblemente. Aunque la necesidad —especialmente tras la pandemia— sigue influenciando la decisión de muchas mujeres, está cobrando cada vez más peso la **motivación por oportunidad**: el deseo de innovar, hacer la diferencia, impulsar el cambio social o ambiental, y materializar proyectos personales de impacto (Esade, 2025; ONE, 2024). El **36% de las mujeres declaran el deseo inherente de emprender** y el **44% identifican oportunidades de mercado** como razones centrales (Cámara de Comercio de Madrid, 2024).

Por otra parte, **el compromiso con la sostenibilidad** y el impacto positivo es marcadamente más alto en el emprendimiento femenino: el 36% de las emprendedoras españolas lideran iniciativas con impacto social y medioambiental (Esade, 2025). Esta motivación es aún más visible en ciudades grandes, donde abunda la economía circular, la innovación tecnológica y las estrategias colaborativas, mientras que en el mundo rural sigue prevaleciendo el emprendimiento por necesidad (Garcia et.al.,2023)

Figura 4.
Distribución mundial de mujeres motivadas por ganarse la vida debido a la falta de empleo



Nota. Elaboración propia con datos del *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, año 2021, procesados mediante ArcGIS.

El mapa muestra que la motivación emprendedora femenina está **fuertemente condicionada por el contexto económico y territorial**. Los países con baja motivación por necesidad tienden a ofrecer más

alternativas laborales y ecosistemas emprendedores robustos. En cambio, los países con alta motivación por necesidad reflejan **contextos críticos**, donde emprender es una estrategia de supervivencia más que una elección

5.6 Redes, formación y contexto institucional

La **construcción de redes de apoyo, la formación y la calidad del entorno institucional** son variables de peso en la trayectoria emprendedora de las mujeres. El GEM y otros informes coinciden en que las redes empresariales, los programas de mentoring y los espacios colaborativos contribuyen decisivamente a la resiliencia, el acceso a mercados y la consolidación empresarial femenina (ONE, 2024; GEM España, 2024). Más de la mitad de las emprendedoras proceden de empleos en otras empresas, lo que facilita la transferencia de know-how, y el 45% tienen experiencia laboral previa significativa (Cámara de Comercio de Madrid, 2024).

Además, las regiones y ciudades que han invertido en infraestructuras de apoyo —incubadoras, aceleradoras, hubs tecnológicos— muestran mayor dinamismo y mejores tasas de éxito en los negocios liderados por mujeres (ONE, 2024; Gira Mujeres, 2021). Por contraste, la carencia de estos recursos y la debilidad institucional en zonas rurales o deprimidas es un factor que limita severamente la consolidación de negocios femeninos.

- **Evidencia sobre el impacto diferencial de redes e infraestructuras.** Estudios recientes en América Latina y otras regiones demuestran que la **participación en incubadoras, aceleradoras y hubs tecnológicos incrementa la supervivencia y la escalabilidad de los emprendimientos femeninos**. Por ejemplo, programas como She's Next (Visa) y WeXchange han facilitado capacitaciones, acceso a capital y redes internacionales para más de 10.000 mujeres emprendedoras en América Latina, mostrando aumentos de hasta un 30% en las probabilidades de acceder a financiamiento externo y de escalar sus negocios en comparación con quienes no acceden a estos espacios.

- **El valor transformador de la mentoría y el acompañamiento especializado**

Investigaciones transregionales revelan que el acompañamiento de mentoras y programas de apoyo contribuye de modo significativo a incrementar ingresos, utilidades y la resiliencia frente a crisis. Mentores/as femeninas, además, fortalecen la autoconfianza y la permanencia en el emprendimiento, con un efecto documentado tanto en América Latina como en África y Asia.

- **Importancia de la institucionalidad y las políticas territoriales**

La calidad del entorno institucional —medida por la densidad de políticas públicas, inversión en formación y acceso a microcréditos— explica en gran parte las diferencias entre territorios urbanos y rurales en cuanto a consolidación de negocios liderados por mujeres. La CEPAL y estudios académicos recientes subrayan que **zonas con menor desarrollo institucional y falta de infraestructuras de apoyo presentan tasas más altas de informalidad, menor acceso a crédito y una menor supervivencia empresarial femenina.**

- **Internacionalización y conexión redes-globales**

Las mujeres emprendedoras que forman parte de redes internacionales —con acceso a eventos, mercados foráneos y fondos multilaterales— presentan mayores probabilidades de innovar y adaptarse, ya que pueden transferir aprendizajes y tendencias globales a sus contextos locales.

Tabla 1.
Factores clave que influyen en el emprendimiento femenino

Factor	Evidencia/Impacto Documentado	Ejemplo, región, programa
Incubadoras y hubs	Hasta +30% de acceso a financiamiento externo	She’s Next (Latam), WE Hub (India)
Mentoring específico	+32% ventas y +31% utilidades	Mentoría femenina, CEPAL
Redes e institucionalidad	Mayor supervivencia y escalabilidad	CEPAL, GEM Global, Gira Mujeres
Carencias rurales	Más informalidad y menor supervivencia	GEM Bolivia, CEPAL, Banco Mundial
Redes globales	Innovación, acceso a nuevos mercados	WeXchange, National Women’s Council

Nota. Los factores clave que influyen en el emprendimiento femenino y su evidencia global se resumen con ejemplos representativos en distintas regiones (GEM, 2024; CEPAL, 2021; Banco Mundial, 2020; Gira Mujeres, 2021; National Women’s Business Council, 2022).

5.7 Variables emergentes: tecnología, digitalización y sostenibilidad

El acelerado avance tecnológico y la digitalización abren nuevas oportunidades, pero también desafíos significativos para las mujeres. Solo el 5,5% de las mujeres ocupan puestos de liderazgo en el ecosistema STEM, frente al 13% de los hombres, lo que refleja una marcada brecha de género (Esade, 2025; *Mujer Andina*, 2025). Según la UNESCO (2025), a nivel global solo un tercio de la comunidad científica está compuesta por mujeres y en algunas regiones menos del 10% de los investigadores son mujeres, mientras que en el G20 solo representan el 22% en ámbitos STEM, con apenas un 10% en cargos de liderazgo. En América Latina, la representación femenina en investigación científica alcanza alrededor del 37%, aunque persisten estrechas brechas en progresión profesional y liderazgo (Latinpyme, 2024; SEBiot, 2025).

No obstante, la adopción creciente de tecnologías digitales, plataformas de comercio electrónico y herramientas de gestión empresarial entre las emprendedoras ha facilitado la superación de barreras territoriales y la ampliación del acceso global a mercados, impulsando la diversificación de modelos de negocio y fortaleciendo la resiliencia empresarial (Cámara de Comercio de Madrid, 2024; DIGITMI, 2024). El informe del Observatorio de Emprendimiento Digital destaca que estas tecnologías representan una oportunidad para reducir la brecha de género, especialmente cuando se combinan con programas de formación tecnológica y mentoring específico para mujeres (OBS Business School, 2025).

Además, el auge de la inteligencia artificial y otras innovaciones abre posibilidades para cerrar brechas tradicionales en ciencia y liderazgo, aunque persisten desafíos vinculados con sesgos de género en el desarrollo tecnológico (WEF, 2025). Iniciativas internacionales como el taller ELLAS y campañas de la UNESCO promueven activamente el liderazgo femenino en STEM en América Latina, fomentando entornos más inclusivos y equitativos (UCB, 2025; UNESCO, 2025).

5.8 Heterogeneidad territorial y necesidad de políticas diferenciadas

El **contexto espacial** condiciona decisivamente todas las variables descritas. El capital social, la densidad institucional, el acceso a formación y a redes, así como la cultura emprendedora local, difieren enormemente entre regiones, ciudades y entornos rurales (García et al., 2023)

Los expertos del GEM coinciden: “Las condiciones del entorno se gestionan mejor en un ámbito más local, favoreciendo así la eficacia de las políticas y medidas” (GEM España, 2024). Por ello, la planificación de programas de apoyo y el diseño de políticas públicas deben adaptarse a la realidad diferenciada de cada territorio, impulsando ecosistemas que fomenten tanto la equidad de género como la equidad territorial.

La identificación de variables clave y su análisis espacial permite comprender la complejidad del emprendimiento femenino. Las diferencias en habilidades percibidas, miedo al fracaso, motivaciones,

fases del ciclo de vida empresarial y acceso a redes y formación, todas influidas por el contexto, destacan la necesidad de políticas públicas que aborden las desigualdades con enfoques multidimensionales y territoriales. Solo así será posible avanzar hacia un emprendimiento femenino robusto, sostenible y equitativo.

5.9 Análisis mediante el índice de Moran: autocorrelación espacial: Mujeres motivadas por generar ingreso

La Figura 5 confirma que hay **zonas territoriales con alta motivación por ingreso**, rodeadas de unidades similares. Este patrón de agrupación territorial significa que la **motivación emprendedora está condicionada por el entorno**, y no es solo una decisión individual. Confirma la **hipótesis de dependencia territorial**: donde existe necesidad económica acumulada, el emprendimiento femenino emerge como respuesta colectiva.

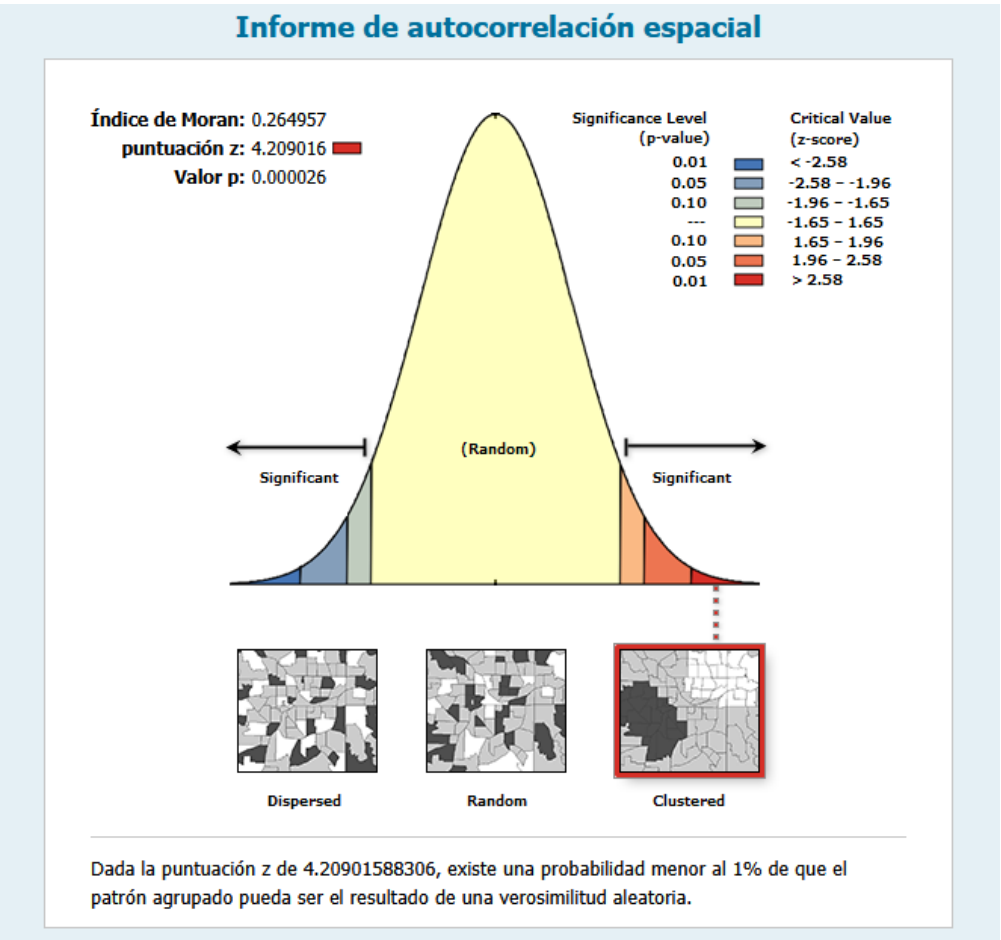
El resultado obtenido y que se muestra en la Figura 5 (Moran = **0.2649**, $z = 4.209$, $p = 0.000026$) confirma una **autocorrelación espacial positiva y estadísticamente significativa**. Esto implica que **las mujeres emprendedoras motivadas por necesidad económica tienden a agruparse territorialmente**, generando patrones de tipo **Alta-Alta**, donde zonas con alta motivación están rodeadas por unidades similares.

La Implicación metodológica determina que:

- El fenómeno emprendedor femenino por necesidad **no está distribuido aleatoriamente**, sino que **responde a dinámicas contextuales regionales**.
- Se detectan **clústeres territoriales críticos** con alta concentración de presión económica, baja cobertura laboral formal o escasa institucionalidad local.

Esto refuerza lo planteado por Srakar & Vecco (2020), quienes destacan que los patrones espaciales de emprendimiento responden a interacciones entre factores estructurales y culturales, y no a decisiones individuales aisladas.

Figura 5.
Índice de Moran para la distribución mundial de mujeres motivadas por ganarse la vida debido a la falta de empleo



Nota. Elaboración propia con datos del *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, año 2021, procesados mediante ArcGIS.

La metodología propuesta articula datos, territorio y perspectiva de género, permitiendo avanzar de descripciones agregadas a la identificación de **brechas y oportunidades territoriales específicas**. Este enfoque mixto y replicable proporciona una hoja de ruta para rediseñar políticas públicas, focalizar recursos y construir ecosistemas empresariales más justos y eficientes para las mujeres. La robustez metodológica —avalada por la literatura reciente y por su éxito en experiencias piloto— convierte este enfoque en un estándar moderno de análisis del emprendimiento femenino.

Capítulo 6: Políticas Públicas, Innovación y Escenarios de Futuro en el Emprendimiento Femenino

6.1 Introducción: la necesidad de políticas públicas inclusivas y territoriales

Las políticas públicas orientadas a reducir la brecha territorial y de género en el emprendimiento femenino han mostrado resultados diversos a nivel global. La evidencia señala que las estrategias de mayor éxito incorporan herramientas de análisis espacial para focalizar recursos y adaptar las acciones a las particularidades locales, reconociendo que las desigualdades de género se expresan de manera diferenciada según el contexto territorial (Rodero-Cosano & de los Ríos-Berjillos, 2022; Naciones Unidas, 2024). En este sentido, la experiencia internacional pone de relieve que una combinación de tecnología, cooperación multisectorial y un enfoque interseccional de género-territorio es clave para construir una agenda innovadora, sostenible e inclusiva.

En América Latina, el reporte GEIAL 2024 destaca que, aunque la región es líder en emprendimiento femenino, persisten brechas estructurales significativas que limitan el potencial de las mujeres emprendedoras, y ningún ecosistema ha alcanzado condiciones plenamente favorables (Pro-Mujer, 2024). Iniciativas como las del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) a través del programa “Mujeres Empresarias” han comenzado a enfrentar obstáculos críticos como el acceso a financiamiento (AmCham Colombia, 2024). Además, la inclusión digital y formación en ciencia y tecnología para mujeres STEM emergen como factores clave para reducir brechas y acelerar el desarrollo de emprendimientos de alto valor (ONU Mujeres, 2024; WEF, 2025).

El análisis y focalización espacial, según Rodero-Cosano y de los Ríos-Berjillos (2022), facilita el diseño de políticas adaptadas a la heterogeneidad territorial, permitiendo intervenir con mayor eficiencia y equidad. Así, la evidencia global indica que el éxito en cerrar brechas de género en emprendimiento requiere del uso de tecnología geoespacial, cooperación multisectorial —incluyendo gobierno, sector privado y sociedad civil— y una mirada interseccional que vincule género, territorio, clase y etnia (Naciones Unidas, 2024; Benavides-Espinosa, Urbano, & Franco, 2022).

6.2 Políticas públicas con enfoque territorial y de género: evidencias y desafíos

En América Latina, países como Chile, Colombia, México y Perú han implementado programas específicos para promover el emprendimiento femenino, integrando instrumentos de financiamiento, capacitación y acompañamiento (algunos de carácter regional o local) que buscan mitigar las barreras que enfrentan las mujeres, especialmente en territorios rurales y periféricos (ALININ et al., 2020). Sin embargo, agentes gubernamentales y estudios identifican que el desconocimiento de estas políticas, sumado a la falta de difusión y asesorías especializadas, limita su alcance y efectividad (ALININ et al., 2020).

Por ejemplo, la Organización de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género (ONU Mujeres) impulsa programas de inclusión financiera y digitalización para mujeres emprendedoras en la región, promoviendo plataformas digitales, capacitación en habilidades tecnológicas y reducción de la brecha digital en acceso, uso y apropiación de las TIC, lo cual potencia la autonomía y accesibilidad a mercados globales (ONU Mujeres, 2024).

Sin embargo, una recurrente preocupación es la escasa incorporación de **análisis espaciales** para diseñar intervenciones ajustadas a las características locales y donde la territorialidad se considere un factor explícito (Rodero-Cosano & de los Ríos-Berjillos, 2022). En consecuencia, muchas políticas públicas no alcanzan plenamente su impacto en regiones con mayor vulnerabilidad o menor institucionalidad.

6.3 Innovación tecnológica y cooperación multisectorial: motores de cambio

La irrupción de las tecnologías digitales —internet, big data, inteligencia artificial— abre nuevas ventanas para la innovación en el emprendimiento femenino, facilitando el acceso a canales de comercialización, formación y networking que anteriormente estaban restringidos (ONU Mujeres, 2024). Por ejemplo, en Bolivia, iniciativas de empoderamiento económico en El Alto han incrementado la autonomía y el alcance de mujeres emprendedoras mediante incubadoras y capacitación continua en gestión empresarial, favoreciendo la creación y permanencia de asociaciones productivas (ASATA Cooperación, 2024).

La cooperación multisectorial —entre gobiernos, sector privado, academia y organizaciones de la sociedad civil— ha resultado instrumental para sostener estas iniciativas. Las alianzas permiten sumar recursos, expertise y visibilidad, multiplicando resultados y fomentando ecosistemas de emprendimiento inclusivos y diversos (ALININ, 2020; SELA, 2023). En particular, la colaboración entre entidades locales y agencias internacionales potencia los proyectos focalizados en áreas rurales y comunidades indígenas donde las brechas son más acentuadas (Subrei, 2024).

6.4 Casos de éxito y buenas prácticas: el valor de lo local

Los ejemplos de la **Reserva de la Biosfera del Alto Bernesga** en León (España) y las iniciativas rurales de la Alianza del Pacífico muestran que los proyectos más exitosos de emprendimiento femenino son aquellos que combinan la formación técnica, la promoción de emprendimientos sostenibles y el fortalecimiento de redes asociativas dentro de su territorio (Aranzana & Santero Sánchez, 2021; Subrei, 2024).

Estas experiencias demuestran cómo las políticas públicas orientadas a la creación de **ecosistemas territoriales inclusivos**, donde se conjuguen los valores identitarios, el cuidado ambiental y el desarrollo económico, habilitan a las mujeres para tomar liderazgo real y sostenible en sus comunidades (Aranzana & Santero Sánchez, 2021).

6.5 Escenarios de futuro: sostenibilidad, digitalización e inclusión territorial

La consolidación de una agenda sostenible para el emprendimiento femenino requiere fomentar la **resiliencia**, la sororidad y la formación en competencias digitales, reforzando programas de mentoría y acompañamiento de mujeres para mujeres, lo que ha demostrado potenciar la persistencia y crecimiento de los negocios (SELA, 2023). Además, es imprescindible reforzar el acceso a financiamiento adaptado, mejorar la comunicación de las políticas públicas y flexibilizar las condiciones crediticias para sortear los obstáculos estructurales existentes (ALININ, 2020; ONU Mujeres, 2024).

Por otro lado, el cierre de la brecha digital y el fortalecimiento de las capacidades tecnológicas en zonas rurales y marginales es una responsabilidad central para reducir las desigualdades territoriales. La digitalización, junto con la innovación social y los esquemas colaborativos, se perfilan como ejes de transformación hacia modelos de emprendimiento femenino más inclusivos y adaptados a las múltiples realidades (SELA, 2023).

6.6 Recomendaciones para políticas públicas orientadas a la equidad territorial y de género

Las políticas públicas deben diseñarse con base en diagnósticos territoriales rigurosos que utilicen **herramientas de análisis espacial** para identificar zonas prioritarias y formular intervenciones diferenciadas. La capacitación debe integrar habilidades técnicas y socioemocionales, promoviendo la independencia física y económica de las mujeres (ALININ, 2020).

Igualmente, el fortalecimiento de redes de mujeres emprendedoras, la articulación con los sistemas financieros y el acceso a mercados deben ser prioridades transversales. Para ello, es indispensable una gobernanza multisectorial con enfoque interseccional, que reconozca las especificidades culturales, económicas y sociales del territorio y las mujeres (SELA, 2023).

Para cerrar la brecha territorial y de género en el emprendimiento femenino se requiere un **enfoque integral, intersectorial y territorializado**, que ponga en el centro la innovación tecnológica y social, la cooperación multisectorial y la participación activa de las emprendedoras en el diseño y ejecución de las políticas públicas. El futuro demanda modelos de intervención ajustados a las realidades locales que fomenten la autonomía económica de las mujeres, reduzcan desigualdades históricas y promuevan un desarrollo socioeconómico equitativo y sostenible.

Capítulo 7: Nuevas Fronteras — Perspectivas Críticas y Agendas Emergentes

7.1 Introducción: la oportunidad y los desafíos de la economía digital para el emprendimiento femenino

El avance vertiginoso de la **economía digital**, la integración progresiva de tecnologías emergentes como la **inteligencia artificial** y la expansión de los **ecosistemas colaborativos** han abierto nuevas fronteras para el liderazgo y la inclusión femenina en el emprendimiento. Estas innovaciones ofrecen oportunidades inéditas para el acceso a mercados, el desarrollo de habilidades y la creación de redes, posibilitando que las mujeres superen barreras tradicionales basadas en la ubicación, movilidad y roles sociales (ONU Mujeres & Nokia, 2024; World Bank Group, 2025).

Sin embargo, también acentúan desafíos importantes relacionados con la persistente **brecha digital de género**, la exclusión financiera y las complejas interseccionalidades que enfrentan mujeres en función de su género, etnia, condición rural y otras variables socioeconómicas (Cherie Blair Foundation et al., 2025; ONU Mujeres & Nokia, 2024). Estudios recientes resaltan la necesidad de fortalecer las agendas de investigación y acción para garantizar que las innovaciones tecnológicas sean verdaderamente incluyentes y permitan avanzar hacia una igualdad real y sostenible.

7.2 La brecha digital y su impacto diferencial en mujeres emprendedoras

A pesar del enorme potencial de las tecnologías digitales para empoderar a las mujeres, las estadísticas revelan que todavía existe una **brecha digital de género significativa**. En países de ingreso medio y bajo esta brecha es aún más crítica: cerca del 45% de las mujeres emprendedoras

no tiene acceso regular a internet debido al costo de los datos, falta de conectividad estable y a la poca disponibilidad de dispositivos tecnológicos (Fundación Cherie Blair, 2025; ONU Mujeres & Nokia, 2024).

En Argentina, por ejemplo, la alianza entre ONU Mujeres y Nokia ha permitido romper parte de esta brecha al ofrecer capacitación y tutorías especializadas que fortalecen capacidades digitales, impacto que se replica en cinco regiones piloto a nivel mundial (ONU Mujeres & Nokia, 2024). Sin embargo, muchas mujeres, especialmente las jóvenes rurales, carecen de habilidades digitales básicas y enfrentan subrepresentación en áreas STEM, lo que limita su acceso competitivo a mercados digitales (World Economic Forum, 2025).

Además, la violencia y el acoso en línea son factores que agravan la exclusión digital femenina: más del 57% de las mujeres emprendedoras encuestadas en países de ingresos medios han reportado acoso que las desmotiva y restringe su participación plena en espacios digitales empresariales (Fundación Cherie Blair, 2025).

7.3 Inclusión financiera y digital: un binomio estratégico

La inclusión financiera y digital son ejes inseparables para el desarrollo del emprendimiento femenino. La falta de acceso a herramientas digitales robustas limita el uso de **pagos electrónicos, comercio móvil y servicios financieros digitales**, lo que resulta en exclusión económica y dificultades para escalar negocios (Mercado Libre, 2024). Esta realidad se refleja en diferencias de uso del internet móvil; las mujeres tienen un 15% menos de probabilidad que los hombres de utilizar estas plataformas, especialmente en regiones menos desarrolladas (World Economic Forum, 2025).

Programas públicos-privados que combinan financiamiento con capacitación digital, como las iniciativas en México que movilizaron más de 10 millones de dólares para apoyar el emprendimiento femenino, son ejemplos exitosos y muestran que las políticas integradas son necesarias para revertir estas desigualdades (ONU Mujeres & Pro-Mujer, 2024).

7.4 Ecosistemas colaborativos y nuevas formas de emprendimiento

Los **ecosistemas colaborativos** y modelos de negocio basados en la economía social y solidaria surgen como espacios especialmente relevantes para las mujeres, que facilitan el acceso a recursos, capacitación, redes y mercados de manera más inclusiva que los modelos corporativos tradicionales (HughesNet, 2025). Las cooperativas de mujeres que integran tecnología para gestionar sus negocios demuestran que la combinación de innovación social y tecnológica puede superar limitaciones estructurales (ICA, 2023).

Esta tendencia también abre puertas al emprendimiento rural femenino, donde el acceso tradicional a servicios financieros y tecnológicos es extremadamente limitado, pero donde la interconectividad digital puede activar nuevos modelos económicos y sociales para comunidades históricamente marginalizadas (HughesNet, 2025).

7.5 Interseccionalidad: retos para la inclusión verdadera

La inclusión digital y económica debe asumir un **enfoque interseccional** que reconozca las múltiples dimensiones que afectan a las mujeres, como la etnia, la condición socioeconómica, la ubicación rural o urbana y las discapacidades (ONU Mujeres, 2024). Muchas políticas actuales aún no abordan suficientemente estas complejidades, perpetuando brechas ocultas y la exclusión de grupos vulnerables.

Por ejemplo, las mujeres indígenas y rurales enfrentan más obstáculos tanto en acceso a infraestructura como en formación y reconocimiento social, lo que requiere programas específicos que incluyan sus voces y necesidades particulares (Subrei, 2024; ONU Mujeres & Nokia, 2024).

7.6 Futuro de la innovación tecnológica con perspectiva de género

De cara al futuro, la apuesta pasa por que la **innovación tecnológica sea inclusiva**, promoviendo el acceso de las mujeres a

tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, la computación en la nube y la analítica avanzada (World Economic Forum, 2025). La incorporación de mujeres en el diseño de estas tecnologías es crucial para evitar sesgos de género y asegurar que las soluciones atiendan las necesidades reales de las emprendedoras (Cherie Blair Foundation, 2025).

Asimismo, es crítico incrementar la presencia femenina en sectores STEM, ampliar los programas de formación digital y generar políticas de protección frente a la violencia en línea, que es un factor determinante para garantizar la participación plena y segura de las mujeres en espacios digitales (Fundación Cherie Blair, 2025).

7.7 Propuestas para fortalecer agendas emergentes

El fortalecimiento de las **agendas emergentes requiere acciones conjuntas** del sector público, privado y sociedad civil para:

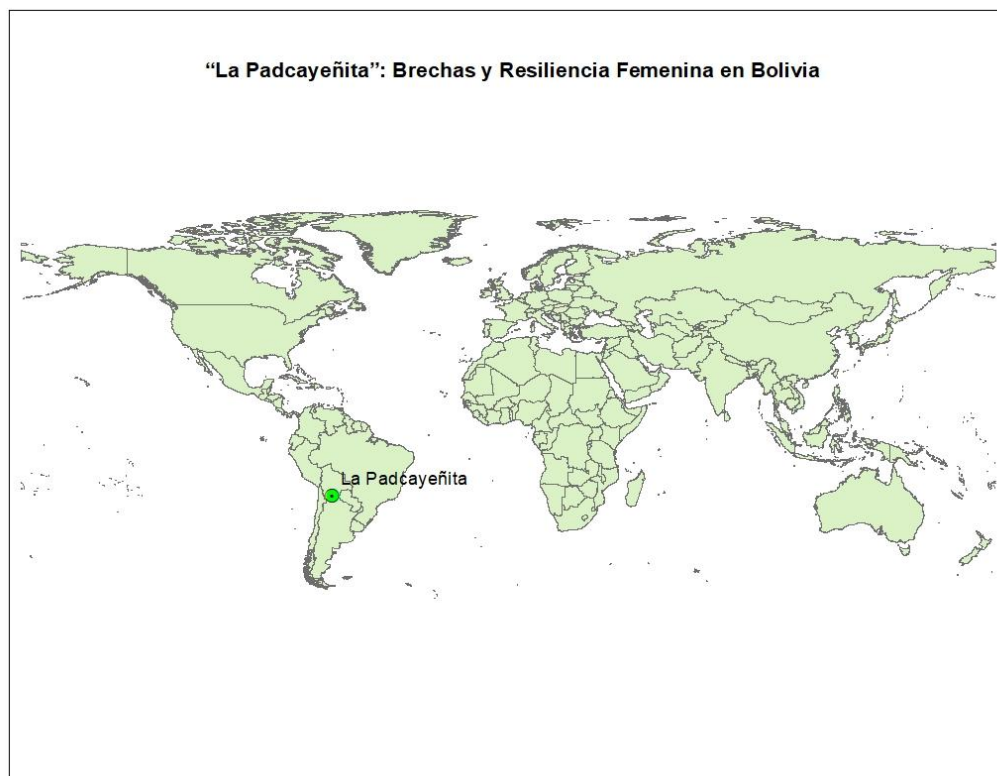
- Expandir programas de capacitación digital ajustados a contextos rurales, indígenas y urbanos.
- Promover legislación que facilite el acceso a tecnologías y servicios digitales seguros y económicos.
- Financiar proyectos que integren innovación tecnológica con impacto social y de género.
- Fortalecer la visibilización y liderazgo femenino en tecnología y emprendimiento digital.
- Crear redes colaborativas internacionales que compartan buenas prácticas y experiencias.

Estas agendas deben ser flexibles y adaptarse a las rápidas transformaciones tecnológicas para asegurar que la innovación genere nuevos espacios de igualdad y desarrollo para las emprendedoras (ONU Mujeres & Nokia, 2024; World Economic Forum, 2025).

El surgimiento de la economía digital y la inteligencia artificial abre un universo de oportunidades para transformar el liderazgo femenino y reducir brechas históricas, pero también implica enfrentar desafíos profundos relacionados con la brecha digital, la interseccionalidad y la violencia en línea. Para avanzar hacia una innovación tecnológica realmente inclusiva, es esencial fortalecer las agendas de investigación y acción multinivel que incorporen perspectiva de género, territorialidad y diversidad social. Solo así será posible garantizar que las mujeres emprendedoras no solo accedan a las nuevas tecnologías, sino que lideren la construcción de un futuro más equitativo y sostenible.

Capítulo 8: “La Padcayeñita”: Brechas y Resiliencia Femenina en Bolivia

La comunidad de Padcaya, ubicada en el sur de Bolivia y reconocida por su fuerte identidad rural y su economía agrícola, constituye un escenario relevante para analizar las brechas y la resiliencia femenina. Situada en el departamento de Tarija, cerca de la frontera con Argentina, Padcaya ofrece un contexto social y geográfico significativo donde las mujeres enfrentan desafíos particulares, pero también desarrollan estrategias de adaptación y fortaleza ante las desigualdades de género. Este enfoque territorial permite comprender las dinámicas locales de inclusión, autonomía y liderazgo femenino en el marco de los procesos rurales bolivianos.

Figura 6.***Ubicación de la Asociación de Productoras “La Padcayeñita”***

Nota. Ubicada en el Municipio de Padcaya en el Departamento de Tarija-Bolivia, “la Padcayeñita” agrupa a mujeres productoras. Elaboración propia con datos del *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, año 2021, procesados mediante ArcGIS.

El caso de “La Padcayeñita” (Asociación de mujeres productoras) representa un valioso ejemplo de la complejidad y resiliencia del emprendimiento femenino en el territorio rural boliviano. Este caso surge a partir de la aplicación de un diagnóstico a 26 representantes de asociaciones de mujeres emprendedoras de La Padcaya y comunidades aledañas, orientado a fortalecer el trabajo asociativo y a generar insumos para el diseño de estrategias de comercialización, marketing y formalización.

A través del análisis de resultados, se identifican tanto las **brechas estructurales y de mercado** como la capacidad de adaptación y superación de estas mujeres ante las restricciones territoriales, sociales y tecnológicas.

Figura 7.

Reunión de mujeres productoras (Asociación de Productoras “La Padcayeñita”)



Nota. extraído del Informe de Resultados del Cuestionario a Asociaciones, 2025.

8.1. Formalización legal: avances y límites

Uno de los hallazgos significativos es el avance parcial en procesos de **formalización legal**. A pesar de que la mayoría de las asociaciones cuenta con licencia de funcionamiento municipal, NIT (Número de Identificación Tributaria) y registro en SEPREC (Servicio Plurinacional de Registro de Comercio), persiste una brecha respecto a registros en entidades como SENASAG (Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria) y el Ministerio de Trabajo (responsable de asegurar el cumplimiento de normativas laborales y de seguridad social), lo que limita el acceso de las emprendedoras a mercados ampliados y a beneficios estatales (Informe de Resultados del Cuestionario a Asociaciones, 2025).

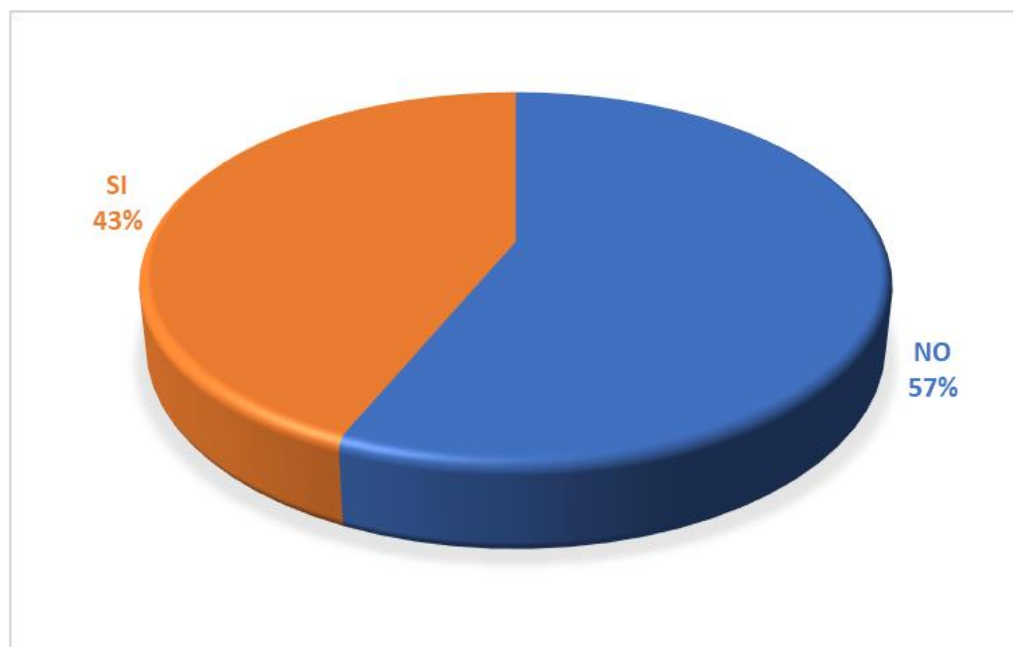
El proceso de formalización discreta evidencia cómo, aún en contextos rurales y periféricos, las emprendedoras reconocen la importancia de cumplir requisitos legales para la sostenibilidad y proyección de sus iniciativas.

8.2. Diversificación de ingresos y estabilidad económica

La diversificación de fuentes de ingreso aparece como estrategia clave de **resiliencia económica**. El 43% de las entrevistadas (Figura 8) sostiene que el emprendimiento es su única fuente de ingreso; sin embargo, la mayoría (57%) combina esta actividad con empleos dependientes u otros pequeños negocios. Esto responde tanto a la búsqueda de estabilidad como a la necesidad de mitigar los riesgos asociados a la volatilidad de los mercados rurales (Informe de Resultados del Cuestionario a Asociaciones, 2025). Este dato refleja un fenómeno ampliamente documentado en emprendimientos rurales femeninos de la región andina (Bendaanane et al., 2025; Cámara de Comercio de Madrid, 2024).

Figura 8.

Fuentes de ingreso en la Asociación de Productoras “La Padcayeñita”



Nota. extraído del Informe de Resultados del Cuestionario a Asociaciones, 2025.

8.3. Capacitación, habilidades y comercialización digital

La autoevaluación de capacidades en comercialización y marketing digital muestra una brecha notable: el 58% se considera no capacitada y apenas el 4% percibe una capacitación adecuada. Esta brecha formativa es un obstáculo directo para el crecimiento y competitividad de las asociaciones en un entorno cada vez más digitalizado (Informe de Resultados del Cuestionario a Asociaciones, 2025). La falta de acceso a formación específica en marketing digital y ventas limita la presencia en nuevos mercados y obstaculiza la visibilidad de los productos. Esta situación coincide con hallazgos internacionales que resaltan la baja participación de mujeres rurales en programas de educación digital y habilidades blandas (ONU Mujeres, 2024).

8.4. Acceso a mercados y canales de venta

El **alcance de mercado** de las asociaciones de La Padcayeñita es mayormente local (67%), con participación menor a nivel departamental (21%) y nacional (12%). Los principales canales de venta siguen siendo las ferias, mercados y ventas a pedido, con presencia limitada en tiendas fijas o modalidades ambulantes (Informe de Resultados del Cuestionario a Asociaciones, 2025). Estos datos muestran la fuerte dependencia de mercados cercanos y la necesidad de estrategias de diversificación de canales y regionalización para aprovechar oportunidades de crecimiento. Además, la percepción de alta competencia directa, baja demanda y escasa visibilidad digital son problemas recurrentes que obstaculizan el aumento de ventas y clientes.

8.5. Competencia y perfil de clientes

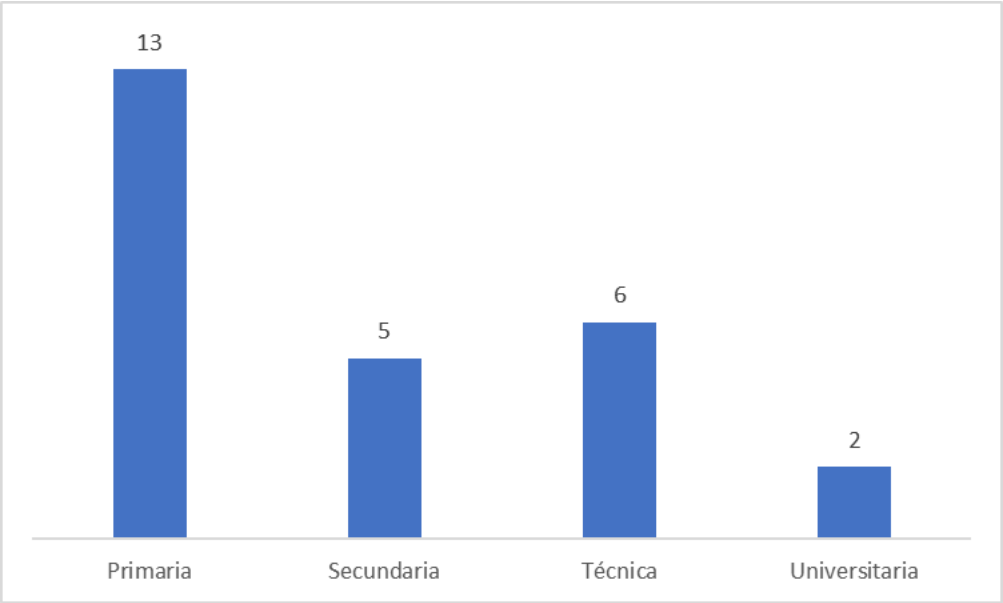
La competencia es percibida como alta, tanto en el rubro artesanal como agropecuario. Los principales clientes de las asociaciones son consumidores directos, intermediarios y empresas comercializadoras; sin embargo, la debilidad en habilidades digitales y en marketing restringe la diversificación de la clientela (Informe de Resultados del Cuestionario a Asociaciones, 2025). Se evidencia la urgencia de capacitación en marketing digital y el fortalecimiento de habilidades de negociación,

identificación de nichos y fidelización de clientes, elementos esenciales para competir y sobrevivir en el mercado moderno.

8.6. Nivel educativo y acceso a capacitación

El nivel educativo (Figura 9) predominante entre las integrantes es primaria y técnica, mientras la participación en talleres y cursos especializados —finanzas, habilidades blandas, ventas digitales— es muy baja. Esto limita el desarrollo de competencias clave para la gestión exitosa de los emprendimientos y perpetúa la brecha tecnológica, demandando la intervención coordinada de programas públicos y privados orientados a la formación integral (Informe de Resultados del Cuestionario a Asociaciones, 2025; Cámara de Comercio de Madrid, 2024).

Figura 9.
Nivel de educación en la Asociación de Productoras “La Padcayeñita”



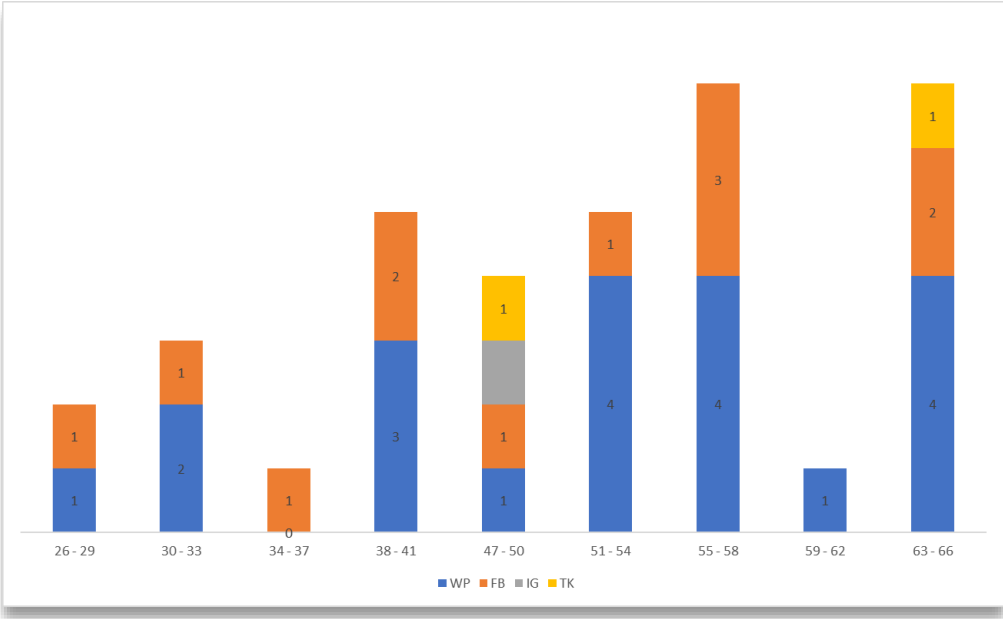
Nota. extraído del Informe de Resultados del Cuestionario a Asociaciones, 2025.

8.7. Uso de tecnología y potencial digital

Aunque el uso de celulares y WhatsApp está generalizado (Figura 10), el acceso y aprovechamiento de **redes sociales y catálogos digitales** es

parcial. Esa brecha tecnológica es causa y consecuencia de la baja capacitación y limita la expansión, la diversificación y visibilidad de los productos (Informe de Resultados del Cuestionario a Asociaciones, 2025). Mejorar la alfabetización digital y promover el uso estratégico de internet y redes sociales puede constituir una vía fundamental para potenciar la resiliencia femenina en entornos rurales bolivianos (ONU Mujeres, 2024).

Figura 10.
Redes sociales en la Asociación de Productoras “La Padcayeñita”



Nota. Extraído del Informe de Resultados del Cuestionario a Asociaciones, 2025 (WP= Whatsapp, FB=Facebook, TK=TikTok)

8.8. Potencial de expansión y barreras identificadas

El alto interés por acceder a nuevos mercados contrasta con las barreras recurrentes: falta de información, capacitación y recursos financieros. Esto refuerza la necesidad de **programas de apoyo, acompañamiento y mentoría** para que asociaciones como las de La Padcayeñita desarrollen su potencial competitivo y emprendedor. La resiliencia demostrada ante

desafíos económicos, tecnológicos y sociales es una fortaleza sobre la que se deberían articular políticas públicas diferenciadas y estrategias de desarrollo territorial inclusivo.

8.9. Propuestas y recomendaciones

De acuerdo con el diagnóstico y la literatura revisada, se recomienda:

- **Fortalecer la formalización legal**, mediante talleres y orientación específica para completar registros ante SENASAG y el Ministerio de Trabajo.
- **Capacitar de manera integral** en comercialización, marketing digital, habilidades blandas y gestión financiera, fomentando la participación en talleres prácticos y cursos virtuales.
- **Diversificar canales de venta** y ampliar alianzas con tiendas, mercados regionales y plataformas digitales, facilitando la integración en cadenas de valor ampliadas.
- **Fomentar el acceso a ferias e incentivos para la promoción regional y nacional**, facilitando el encuentro y la colaboración entre asociaciones.
- **Crear redes de apoyo y mentoría**, capitalizando la experiencia entre pares para una gestión asociativa más eficiente y sostenible.

8.10. Conclusión

El caso de “La Padcayeñita” ilustra la complejidad y las brechas que enfrentan las mujeres emprendedoras rurales en Bolivia, mostrando al mismo tiempo signos de gran **resiliencia asociativa** y adaptabilidad. Las recomendaciones propuestas apuntan a mejorar la capacitación, la visibilidad digital, la formalización y la capacidad de expansión de las asociaciones emprendedoras, con énfasis en la articulación de acciones públicas y privadas orientadas al desarrollo territorial inclusivo y la equidad de género.

Bibliografía

- Ademe (2025, 5 marzo). El emprendimiento femenino en España: avances y desafíos. Recuperado de <https://ademe.net/emprendimiento-femenino/>
- Alinin, B., de Freitas, C., & Zancanella, E. (2020). Políticas públicas de emprendimiento social como mecanismo de inclusión de las mujeres en América Latina. *Revista de Emprendimiento Social*, 37, 37-56. https://alinin.org/wp-content/uploads/2020/08/ten_inv_uni_vii_37_56.pdf
- AmCham Colombia. (2024). *Emprendimiento femenino: clave para el futuro económico de Latinoamérica*. <https://amchamcolombia.co/business-mail/edicion-193-mujeres-empresarias-2024/emprendimiento-femenino-clave-para-el-futuro-economico-de-latinoamerica/>
- ASATA Cooperación. (2024). *Iniciativas de emprendimiento femenino en Bolivia*. Recuperado de <https://www.asatacooperacion.es/iniciativas-de-emprendimiento-femenino-en-bolivia/>
- Batliwala, S., & Dhanraj, D. (2021). Mapping Empowerment: GIS and Women's Collectives in India. *Development in Practice*, 31(8), 1045–1060.
- Banco Mundial (2020). Financial constraints on women entrepreneurs in Latin America and the Caribbean. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099028409162426276/pdf/IDU13a516da31279b14fad1bab7159ae74b53a88.pdf>
- Bartkowiak, P., & Kędzior, M. (2021). Spatial autocorrelation and determinants of women entrepreneurship in Central and Eastern Europe. *European Research Studies Journal*, 24(3), 765-785. <https://doi.org/10.35808/ersj/2346>

- Benavides-Espinosa, M. M., Urbano, D., & Franco, M. (2022). Gender, territory and entrepreneurship: Spatial analysis of entrepreneurial activity in Latin America. *Entrepreneurship & Regional Development*, 34(5-6), 402-423. <https://doi.org/10.1080/08985626.2021.1934856>
- Bendaanane, M., et al. (2025). Constellations in the galaxy: Ethnic enclave membership and venture behavior among necessity entrepreneurs in a South African township informal economy. In *Necessity entrepreneurship: Getting beyond the binary* (pp. 111–137). Emerald Publishing Limited. [Constellations in the Galaxy: Ethnic Enclave Membership and Venture Behavior Among Necessity Entrepreneurs in a South African Township Informal Economy | Emerald Insight](#)
- Cabras en Red. (2025, 12 junio). El emprendimiento femenino en áreas rurales entra en una nueva fase. Recuperado de <https://www.cabrasenred.es/post/el-emprendimiento-femenino-en-espa%C3%B1a-resumen-de-los-aspectos-clave-del-informe-2024>
- Cámara de Comercio de Madrid. (2024, 6 noviembre). Emprendimiento femenino en España: tendencias y oportunidades. Recuperado de <https://serviciosempresariales.camaramadrid.es/emprendimiento-femenino-espana/>
- Caracol. (2025, 15 abril). Mujeres, protagonistas del emprendimiento mundial, pero con brechas que superar. Recuperado de <https://caracol.com.co/2025/04/15/mujeres-protagonistas-del-emprendimiento-mundial-pero-con-brechas-que-superar/>
- CEPAL (2021). Mujeres en el emprendimiento de América Latina y el Caribe. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46778-mujeres-emprendimiento-america-latina-caribe>
- Cherie Blair Foundation for Women, Intuit, & World Bank Group. (2025). *Empowered or Undermined? Women Entrepreneurs and the Digital Economy*. <https://www.cherieblairfoundation.org>
- Chetty, R., Hendren, N., Jones, M. R., & Porter, S. R. (2022). The Opportunity Atlas: Mapping the childhood roots of social

- mobility. *National Bureau of Economic Research Working Paper* No. 25147. <https://opportunityinsights.org/paper/the-opportunity-atlas/>
- Concilia2. (2025). Seis barreras de las mujeres emprendedoras. Recuperado de <https://www.concilia2.es/barreras-mujeres-emprendedoras/>
- DIGITMI. (2024). *El emprendimiento digital en la economía moderna*. https://digitmi.infoproject.eu/wp-content/uploads/2024/06/DIGITMI_WP2_-International-Report_v2-ES.pdf
- Emprendedores. (2024, 18 diciembre). Emprendimiento femenino en España: ¿qué buscan? Recuperado de <https://emprendedores.es/startups/emprendimiento-femenino-espana/>
- Esade. (2025, 6 marzo). Cambio y evolución del emprendimiento femenino. Recuperado de <https://www.esade.edu/es/articulos/cambio-y-evolucion-del-emprendimiento-femenino>
- Fernández, S. (2011). *Emprendimiento femenino en Bolivia y autoconfianza*. *Revista Latinoamericana de Desarrollo Económico*, 16, 99-122. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2074-47062021000200043
- Fundación Emprender Futuro. (2025). *Programas de liderazgo y desarrollo rural para mujeres*. <https://emprenderfuturo.org>
- GEM España. (2022). *Informe GEM España 2022-2023: Global Entrepreneurship Monitor*. Observatorio del Emprendimiento en España.
- GEM España. (2024). *Informe GEM España 2023-2024*. Observatorio del Emprendimiento de España. Recuperado de <https://observatoriodelemprendimiento.es/gem-spain/wp->

[content/uploads/Informes-Nacionales/Informe-GEM-Espana-2023-2024.pdf](https://observatoriodelemprendimiento.es/gem-spain/wp-content/uploads/Informes-Nacionales/Informe-GEM-Espana-2023-2024.pdf)

Gira Mujeres. (2021). *Informe mujer emprendedora 2020-2021*. Observatorio del Emprendimiento de España. Recuperado de <https://observatoriodelemprendimiento.es/gem-spain/wp-content/uploads/Informes%20Especiales/Emprendimiento-y-la-mujer/Gira%20Mujeres%20Informe%20mujer%20emprendedora%202020-2021.pdf>

González-Pérez, M. A., Gudás, M., & Vélez-Ocampo, J. I. (2022). *Análisis y evolución del emprendimiento femenino en Latinoamérica (2015-2021)*. RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática, 11(32), 1-29. <https://doi.org/10.36677/recai.v11i32.19391>

Grant Thornton. (2025, 4 marzo). Mujeres en los negocios 2025. Recuperado de <https://www.grantthornton.com.mx/novedades/articulos-y-publicaciones/mujeres-directivas-2025/>

Haltiwanger, J., Jarmin, R., Miranda, J., & Trippe, C. (2022). Mapping women entrepreneurship in North America: A spatial analysis using GEM data. *Small Business Economics*, 58(1), 77-95.

HughesNet. (2025, 1 de enero). Desarrollo del emprendimiento femenino a través de la reducción de la brecha digital. <https://www.hughesnet.com.co/blog/desarrollo-del-emprendimiento-femenino-traves-de-la-reduccion-de-la-brecha-digital>

ICA. (2023, 3 de marzo). Superando la brecha digital de género: Historias cooperativas de mujeres innovación. <https://ica.coop/es/sala-de-prensa/noticias/superando-brecha-digital-genero-historias-cooperativas-mujeres-innovacion>

ICEX. (2025, 14 abril). El impacto de las emprendedoras avanza en el mundo a pesar de la brecha de género. Recuperado de <https://www.icex.es/es/sala-prensa/notas-de>

[prensa/2025/04/el-impacto-de-las-emprendedoras-avanza-en-el-mundo-a-pesar-de-la](#)

IE Avanzado. (2025, 7 marzo). Mujeres emprendedoras en España 2025: 1,2 millones y subiendo. Recuperado de <https://ieavanzado.com/post/actualidad/emprendimiento-femenino-2025-espana/>

Informe de Resultados del Cuestionario a Asociaciones de Emprendedoras “La Padcayeñita”. (2025). [Documento de trabajo] UAJMS.

Instituto RME. (2023). *Relatório Anual Rede Mulher Empreendedora: Inovações e Impacto Territorial*. São Paulo: Instituto RME.

Kim, J., & Kim, S. (2023). Exploring spatial patterns of female entrepreneurship in Malaysia: A Moran’s I analysis. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 50(1), 87–103.

Latinpyme. (2024, enero 22). 50% de mujeres en puestos de liderazgo en 2025. <https://latinpyme.com/50-de-mujeres-en-puestos-de-liderazgo-en-2025/>

Montero-González, B., & Camacho-Ballesta, J. A. (2018). Caracterización del emprendimiento femenino en España: Una visión de conjunto. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos* (129), 39–65. <https://doi.org/10.5209/REVE.61936>

Mujer Andina. (2025). Liderazgo de la mujer en áreas STEM: clave para la inclusión y la diversidad. *Mujer Andina*, 3(2), 1–14. <https://doi.org/10.36881/ma.v3i2.987>

Noticias Perfil. (2025, 4 mayo). Barreras invisibles para mujeres emprendedoras. Recuperado de <https://noticias.perfil.com/noticias/empresas/barreras-invisibles-para-mujeres-emprendedoras.phtml>

Naciones Unidas, ONU Mujeres. (2024). *El emprendimiento femenino para acelerar la igualdad*. Recuperado de <https://promujer.org/porta/2024/03/13/el-emprendimiento-femenino-para-acelerar-la-igualdad/>

- Naciones Unidas. (2024). *Informe mundial de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2024*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/progress-report/>
- Naciones Unidas, ONU Mujeres, & Nokia. (2024, 15 de octubre). Emprendedoras rompen la brecha digital para impulsar sus negocios a través de una iniciativa de Nokia y ONU Mujeres en Argentina. <https://lac.unwomen.org/es/stories/noticia/2024/10/emprendedoras-rompen-la-brecha-digital-para-impulsar-sus-negocios-a-traves-de-una-iniciativa-de-nokia-y-onu-mujeres-en-argentina>
- Ndibazza, M., & Urban, B. (2024). Using GIS to promote inclusive entrepreneurship in South Africa: Policy implications for rural women. *Journal of African Business*, 25(2), 133–150.
- Noticias Perfil. (2025, 4 mayo). Barreras invisibles para mujeres emprendedoras. Recuperado de <https://noticias.perfil.com/noticias/empresas/barreras-invisibles-para-mujeres-emprendedoras.phtml>
- Observatorio OBS Business School. (2025). *Informe: Mujeres en posiciones de liderazgo y de visibilidad*. <https://www.obsbusiness.school/actualidad/informes-de-investigacion/informe-obs-mujeres-en-posiciones-de-liderazgo-y-de-visibilidad>
- Oficina Nacional de Emprendimiento [ONE]. (2024, 19 noviembre). Las mujeres en el ecosistema emprendedor de España 2024. Recuperado de <http://one.gob.es/es/contenidos/las-mujeres-en-el-ecosistema-emprendedor-de-espana-2024>
- ONU Mujeres. (2018, 31 mayo). Datos y cifras: Empoderamiento económico. Recuperado de <https://www.unwomen.org/es/que-hacemos/empoderamiento-economico/hechos-y-cifras>
- ONU Mujeres. (2023). *Empoderamiento económico de las mujeres rurales en América Latina: Cerrar brechas territoriales y de género*. <https://lac.unwomen.org/>

- ONU Mujeres & Nokia. (2024). *Una alianza para avanzar en la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres a través de la tecnología*. ONU Mujeres América Latina y el Caribe. <https://lac.unwomen.org/es/stories/noticia/2024/06/onu-mujeres-y-nokia-una-alianza-para-avanzar-en-la-igualdad-de-genero-y-el-empoderamiento-de-las-mujeres-a-traves-de-la-tecnologia>
- ONU Mujeres & Pro Mujer. (2024, 28 de junio). Rompiendo la brecha digital: La tecnología como herramienta para la igualdad. <https://promujer.org/porta/2024/06/28/rompiendo-la-brecha-digital-la-tecnologia-como-herramienta-para-la-igualdad/>
- ONU Mujeres. (2024). *El emprendimiento femenino para acelerar la igualdad*. <https://promujer.org/porta/2024/03/13/el-emprendimiento-femenino-para-acelerar-la-igualdad/>
- Oryon Foundation. (2025). *Recuperar talento a través del emprendimiento*. Oryon Universal. Recuperado de <https://oryonfoundation.org>
- Piacentini, M. (2023). Female entrepreneurship and spatial inequality: A GIS-based global review. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 15(3), 278-294. <https://doi.org/10.1108/IJGE-08-2022-0169>
- Pro-Mujer. (2024). *El estado del ecosistema emprendedor en América Latina: construyendo inclusión y dinamismo*. <https://promujer.org/porta/2024/12/16/el-estado-del-ecosistema-emprendedor-en-america-latina-construyendo-inclusion-y-dinamismo/>
- Reyes, S., & Neergaard, H. (2023). Entrepreneurial networks and mentoring: A comparative study of Latin America and Europe. *Journal of Small Business Management*, 61(1), 44–56. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jsbm.12582>
- Rodero-Cosano, M. L., & de los Ríos-Berjillos, A. (2022). Application of spatial analysis to identify the location of entrepreneurs supported

- by the regional government in Andalusia (Spain). *Sustainability*, 14(1), 234. <https://doi.org/10.3390/su14010234>
- Rodríguez-Modroño, P., & López-Igual, P. (2020). Rural and urban women entrepreneurs in Europe: A multilevel spatial analysis. *European Planning Studies*, 28(5), 930-950. <https://doi.org/10.1080/09654313.2019.1701297>
- SEBiot. (2025). *Científicas en cifras 2025*. Sociedad Española de Bioquímica y Biología Molecular. <https://sebiot.org/cientifica-en-cifras-2025/>
- Serrano-Pascual, A., & Carretero-García, A. (2022). Gender norms and entrepreneurial opportunities for women in Latin America. *Gender & Society*, 36(4), 525–548. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/08912432221102901>
- Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC). (2025, 8 de marzo). *El crecimiento del emprendimiento femenino en Bolivia: Un motor para la economía*. <https://www.seprec.gob.bo/index.php/2025/03/08/el-crecimiento-del-emprendimiento-femenino-en-bolivia-un-motor-para-la-economia/>
- Slakar, A., & Vecco, M. (2020). New clustering approach for symbolic polygonal data: Application to the clustering of entrepreneurial regimes. *arXiv preprint*. <https://arxiv.org/abs/2007.12805>
- Statista. (2025). ¿En qué países hay más mujeres que se dedican a emprender? Recuperado de <https://es.statista.com/grafico/19263/paises-con-mas-mujeres-emprendedoras/>
- Subsecretaría de Energía de Chile (Subrei). (2024). Diagnóstico emprendimientos rurales: participación del emprendimiento femenino rural e indígena en encadenamientos productivos. Recuperado de https://www.subrei.gob.cl/docs/default-source/acuerdos/diagnostico-emprendimientos-rurales.pdf?sfvrsn=d661c1fd_1

- UCB. (2025). Concluye con éxito el Taller Internacional «ELLAS» para fomentar el liderazgo de las mujeres en STEM en América Latina. Universidad Católica Boliviana. <https://www.ucb.edu.bo/concluye-con-exito-el-taller-internacional-ellas-para-fomentar-el-liderazgo-de-las-mujeres-en-stem-en-america-latina/>. (2024). *Gender GIS: Gender-responsive Mapping for Inclusive Development*. <https://gendergis.unwomen.org>
- UNESCO. (2025, febrero 11). La UNESCO lanza la campaña Imagine un mundo con más mujeres en la ciencia. <https://www.unesco.org/es/articles/la-unesco-lanza-la-campana-imagine-un-mundo-con-mas-mujeres-en-la-ciencia>
- WEF. (2025, marzo 31). ¿Puede la IA cerrar la brecha de género en las carreras STEM? Esto es lo que dicen los datos. Foro Económico Mundial. <https://es.weforum.org/stories/2025/03/puede-la-ia-cerrar-la-brecha-de-genero-en-las-ciencias-esto-es-lo-que-dicen-los-datos>
- WEOC. (2024). *Mapping the Women's Enterprise Ecosystem in Canada with GIS*. <https://www.weoc.ca/gis-ecosystem>
- World Economic Forum. (2025, 19 de mayo). Incluyendo a las mujeres: cerrar la brecha digital. <https://es.weforum.org/stories/2025/05/inclusion-digital-como-aprovechar-una-oportunidad-de-5-billones-de-dolares-para-las-mujeres-emprendedoras/>
- World Economic Forum. (2025, 22 enero). Paridad de género en el emprendimiento: estrategias para un futuro más equitativo. Recuperado de <https://es.weforum.org/stories/2025/01/avanzar-hacia-la-paridad-de-genero-en-el-emprendimiento-estrategias-para-un-futuro-mas-equitativo/>
- Xu, L., & Liu, Z. (2022). The evolution of the spatial patterns of startup firms in the Tibet Autonomous Region, China in the 21st century. *Sustainability*, 14(15), 9587. <https://doi.org/10.3390/su14159587>

El objetivo central del libro es analizar las brechas de género en el emprendimiento femenino a partir de un enfoque territorial y estadístico espacial innovador. Utiliza bases de datos internacionales y herramientas como el Índice de Moran y GIS para identificar patrones y desigualdades en diferentes contextos, visibilizando el impacto del espacio geográfico y la institucionalidad local en las oportunidades y desafíos para las mujeres emprendedoras.



Roxana Alemán Castillo, Administradora de Empresas, reconocida docente universitaria e investigadora boliviana, con más de 27 años de trayectoria en estadística y educación superior. Doctora "Cum Laude" por la Universidad de Granada(España), con especializaciones internacionales, destaca por su liderazgo en análisis territorial, equidad de género y metodologías estadísticas aplicadas.



Ronald León Soliz, Ingeniero Informático, Docente Universitario, con Diplomado en Sistemas de Información Geográfica y Teledetección. Cuenta con más de quince años de experiencia en tecnología, desarrollo de software y SIG. Promueve el aprendizaje colaborativo como vía para compartir conocimientos a nivel global en plataformas digitales.