

MUJERES EMPRENDEDORAS ¿NUEVOS DESAFIOS?

INFORME N° 1

OBSERVATORIO DE EMPRENDEDORES



Buenos Aires Ciudad



EN TODO ESTÁS VOS

Observatorio Emprendedores

Fue creado con el fin de tener una nueva herramienta de medición de impacto que nos permita evaluar el desempeño de las iniciativas orientadas al apoyo, desarrollo y crecimiento del ecosistema emprendedor, con el desafío de convertirse en un referente regional en el estudio de las políticas públicas del sector, y de ser una herramienta útil a toda la comunidad.

Nuestros objetivos son:

- » Medir resultados y monitorear los programas que estamos llevando adelante.
- » Investigar y desarrollar temas estratégicos relacionados al nuevo plan de emprendedores.
- » Mapear el ecosistema emprendedor de la Ciudad de Buenos Aires.
- » Desarrollar una propuesta de Plan Nacional de Emprendedorismo.
- » Contribuir a la generación de una comunidad de práctica alrededor del estudio de las políticas públicas en emprendedorismo.

BA Emprende, del Ministerio de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, tiene como objetivo diseñar e implementar políticas para el estímulo y difusión de la práctica y la cultura emprendedora en la Ciudad. Promueve la interacción entre los sectores públicos, empresarios, académicos y de organizaciones no gubernamentales para potenciar la actividad emprendedora. A partir de una visión amplia del emprendedor como agente de cambio y generador de valor económico, social y/o ambiental, se busca maximizar el capital humano, potenciar el ecosistema emprendedor local, nacional, regional y global, innovar para la inclusión y posicionar a Buenos Aires en el mundo.

Equipo de trabajo

Dirección: Mariano Mayer

Coordinación: Paula Forteza

Autora: Alejandra Vivas

Asistente: Tomás Mariconde

Mujeres emprendedoras

¿Nuevos desafíos?

El fin último es promover un ambiente que estimule a las mujeres a ver el emprendedorismo como una opción de vida viable y darles las herramientas necesarias para crear emprendimientos de calidad. (GEM Women 's Report 2012)

Introducción

El fomento a la actividad emprendedora de parte de diversos actores –gubernamentales y de la sociedad civil– vienen en constante crecimiento en los últimos años.

En este trayecto, el gobierno de la ciudad de Buenos Aires viene trabajando desde hace 6 años de manera sostenida en la promoción del emprendedorismo como componente clave para el desarrollo económico y social. A partir de 2014 y potenciando esta apuesta, se diseña un nuevo plan de emprendedores que profundiza el anterior y es más abarcador. A partir de una mirada más amplia, concibe al emprendedor/a como agente de cambio, que puede generar valor económico, social o ambiental. Esto es, emprendedor o emprendedora no es sólo aquel que crea su empresa, sino que también puede serlo –y es deseable que así sea– al interior de la organización en la que se desempeña (empresa, gobierno, organización sin fines de lucro). Son personas que poseen una dotación de recursos, actitudes y habilidades que los llevan a desarrollar iniciativas innovadoras, impactando de manera positiva en su ámbito.

Lo cierto es que –en una u otra esfera, pública o privada, los cambios que se vienen produciendo en el mundo del trabajo, ponen a la actividad emprendedora en un lugar de relevancia como alternativa a la vida laboral tradicional y como dinamizador de la economía, fundamentalmente a través del componente innovador que trae aparejado el surgimiento de iniciativas con empleos de mayor especialización y mejor rentados.

En este contexto, nos resulta estratégico analizar el rol de la mujer en la actividad emprendedora. Tema que viene surgiendo con fuerza en la agenda de desarrollo de los organismos internacionales, asumiendo que si no se integra a las mujeres a la vida económica, no hay tal desarrollo.

Complementariamente, la contribución de las mujeres en la actividad económica se constituye en un factor clave para la promoción de la igualdad

de oportunidades y acceso a los recursos y en el reaseguro de un desarrollo sostenible. Según el GEM Women, si las mujeres no se involucran activamente en la actividad emprendedora se pierde la posibilidad de crear empleo a un alto porcentaje de la población (GEM Women's Report, 2012).

El mismo estudio, plantea que las mujeres emprenden por motivos muy similares a los hombres, sin embargo hay algunos motivos exclusivos de género, que justifican un análisis particular. Lo cual permitiría diseñar políticas de promoción específica de la actividad emprendedora de las mujeres.

El objetivo del presente trabajo es realizar una indagación preliminar sobre la actividad emprendedora liderada por mujeres en América Latina, en particular en Argentina y en la Ciudad de Buenos Aires¹. La hipótesis principal que nos guía es que, aun cuando cada vez son más las mujeres que lideran proyectos propios (con impacto económico, social o ambiental), todavía hay muchos condicionantes que van desde pautas culturales, responsabilidades familiares, menor acceso a financiamiento que los hombres y pocas políticas públicas que pongan el foco en las mujeres emprendedoras.

El documento se estructura de la siguiente manera; en los puntos 1 y 2 se caracteriza el perfil de las mujeres emprendedoras y los proyectos llevados adelante por ellas. Se pretende identificar también, los principales retos que enfrentan y sus principales necesidades. El punto 3 muestra los resultados de una encuesta realizada a 1292 emprendedores de la Ciudad de Buenos Aires. El punto 4 y último, busca plantear algunas líneas de acción que oriente al sector público a promover la cultura emprendedora entre mujeres y acompañar el proceso de creación de nuevas iniciativas lideradas por ellas.

¹ Encuesta realizada por la Dirección de Emprendedores del Ministerio de Desarrollo Económico del GCABA durante los meses de abril a junio de 2014.

1. ¿Quiénes son y qué impulsa a las mujeres a emprender?

En este punto se busca identificar y cuantificar las principales características de las mujeres emprendedoras de la región. El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) viene estudiando la actividad emprendedora en más de 70 países y da cuenta que, pese a su crecimiento en los últimos años, el porcentaje de mujeres emprendedoras sigue siendo menor que el de hombres. Según el GEM la TEA² femenina de América Latina es 15% vis a vis el 22% de la masculina y para el caso de Argentina 13% versus 19%.

Para el estudio del GEM, la edad promedio de las emprendedoras es de 30 a 50 años. Para CEPAL (2010), los datos son similares: el 46% tiene entre 30 y 45 años y existe, además, un 16% de emprendedoras con menos de 30 años. Por su parte, una investigación realizada por FOMIN y Ey (2014) muestra que en emprendimientos femeninos de **alto y menor crecimiento** más del 65% tienen entre 30-49.

A su vez, identificar y analizar qué motiva a las mujeres a emprender, se constituye en una información indispensable para comprender las razones que las llevan a desarrollar proyectos. La motivación inicial remite a la **necesidad** o la **oportunidad**. El primer caso se explica por la falta de oportunidades en el mercado de trabajo o por la necesidad de incrementar ingresos. En el segundo caso, se debe básicamente a la detección de alguna oportunidad en el mercado o la capacidad y el conocimiento técnico para llevar el proyecto adelante.

Es interesante destacar que los emprendimientos por oportunidad predominan en todas las regiones para hombres y mujeres, aún en las economías menos desarrolladas (GEM Women's Report 2012).

Así es que, en América Latina y en base a datos del GEM 2013, el 27% de las mujeres emprende por necesidad contra 67% por oportunidad. En la Argentina los datos marcan una tendencia similar: 38% lo hace por necesidad y 60% por oportunidad.

El estudio Fomin y Ey (2014) - realizado a mujeres de 9 países de América Latina - profundiza en las motivaciones principales de las emprendedoras de alto crecimiento para iniciar un emprendimiento, e identifica las siguientes tres: la independencia económica, la pasión por la empresa y emplear a otros o hacer algo con impacto. Esta información es muy interesante y de la cual podemos deducir que el componente de la **pasión** puede jugar un rol central para que los proyectos tengan mayores posibilidades de crecimiento.

Al mismo tiempo, algunos estudios muestran que para las mujeres el principal sostén, a la hora de iniciar un proyecto y durante el desarrollo y consolidación del mismo, es el círculo más cercano, familia y amigos. En cambio, se advierte que para los hombres emprendedores el apoyo de la familia es crucial al inicio, a medida que pasa el tiempo y consolidan sus empresas, tienden a depender más del apoyo de otras fuentes, sus mentores, inversionistas privados y asociaciones de emprendedores, mientras que para las mujeres, estas fuentes de apoyo se mantienen en un segundo plano.

En los casos de mujeres emprendedoras con hijos, el apoyo toma aún más fuerza, porque necesitan del sostén de la pareja y/o familia más cercana para distribuir las actividades vinculadas al cuidado. Sin esto, y dado que culturalmente la mujer carga con

² El GEM define a la TEA-Tasa de Actividad Emprendedora en Etapa Temprana como la tasa predominante de individuos en edad activa (18 a 64 años) de la población que están activamente involucrados en el start up de un negocio.

mayores responsabilidades en la vida doméstica y con los hijos, los proyectos corren riesgo de fracasar o reducirse a una actividad secundaria.

En el marco de estas consideraciones, el estudio GEM Women's Report 2012, advierte que es de vital importancia desarrollar redes de apoyo, de mentoras y mujeres referentes locales. En este

sentido, es deseable y necesario contar con líneas de políticas públicas que estimulen a las mujeres a crear estas redes y a hacer conexiones estratégicas con personas que puedan proveerles de apoyo. También que dichas políticas prevean en su diseño, la democratización de las tareas doméstica y de cuidado al interior de las familias (Revista Humanum, 2013).

1.1. ¿Cuáles son los principales retos que enfrentan las mujeres para emprender?

Los estudios muestran que en los países de América Latina, las mujeres que buscan comenzar su propia empresa deben, ante todo, superar obstáculos culturales muy arraigados debido a su rol en la casa y el prejuicio (y estereotipo) de que las mujeres no pueden negociar o jugar duro³.

También enfrentan barreras más complejas en la economía formal que sus contrapartes en países más desarrollados que se expresan en los siguientes aspectos:

- » sus empresas suelen comenzar con menor capital que aquellas de los emprendedores, lo que se traduce en un bajo desempeño en términos de activos, ingresos, rentabilidad y supervivencia
- » las emprendedoras suelen ser más prudentes en solicitar y tomar préstamos, normalmente porque creen que su petición será rechazada,
- » las mujeres tienen más dificultades para desarrollar redes de contactos para sus negocios y también les afecta en mayor medida la demanda del trabajo y la vida personal
- » muestran un mayor miedo al fracaso y menor confianza en sí mismas
- » son más susceptibles a gestionar sus proyectos sin empleados
- » los proyectos están orientadas principalmente al consumidor y rara vez venden fuera de su país, y
- » no cuentan con asesoría especializada para hacer crecer sus empresas (Fomin - EY 2014)

Por su parte, Marta Cruz co-fundadora y directora de Nextperience y de NXTPLabs⁴, manifestó que

“las mujeres tienden a pensar en pequeño, les cuesta imaginarse una compañía global. En esto juega un rol importante la cuestión de equilibrar vida familiar y trabajo”. Según la entrevistada, “las mujeres tienen miedo a crecer porque en su imaginario está la creencia de que el tiempo a dedicarle a la empresa se va incrementando sostenidamente, conforme ésta crece”. “En verdad, advierte Cruz, cuando se crece también se van ampliando los recursos para dedicarle a la empresa”.

En suma, estos obstáculos, como se ve, tienen una doble fuente de tensión:

- » un fuerte componente subjetivo y cultural que hace las veces de “techo de cristal” (Burín, Mabel 2011)⁵ que, como se verá en el siguiente apartado, incide también en la elección de carrera y
- » un componente objetivo relacionado a la responsabilidad, casi siempre exclusiva, de las tareas de reproducción (tareas domésticas entre las principales) y cuidados de la prole y a políticas con foco directo en las mujeres con potencial para emprender, entre otros.

³ Susana Robles “Una fuerte red de contactos hace la diferencia para mujeres emprendedoras” <http://www.fundssociety.com/es/opinion/una-fuerte-red-de-contactos-hace-la-diferencia-para-las-mujeres-emprendedoras>

⁴ El testimonio de Marta Cruz surge de una entrevista para la elaboración de este documento.

⁵ **Mabel Burín** define como Techos de Cristal “... a una superficie superior invisible en la carrera laboral de las mujeres, difícil de traspasar, que les impide seguir avanzando. Su carácter de invisibilidad viene dado por el hecho de que no existen leyes ni dispositivos sociales establecidos ni códigos visibles que impongan a las mujeres semejante limitación, sino que está construido sobre la base de otros rasgos que por su invisibilidad son difíciles de detectar.”

2. ¿Qué distingue a los proyectos liderados por mujeres?

En este apartado se identifican los proyectos liderados por mujeres, los sectores en los que se concentran, y en que se diferencian de los proyectos gestionados por hombres.

Los proyectos liderados por mujeres se concentran, principalmente, en sectores tradicionales: servicios, comercio y manufacturas. Según un estudio de la Fundación Kauffman⁶ solo el 3% de las *startups* tecnológicas son lideradas por mujeres. Este análisis revela también un dato por demás valioso, son estos proyectos los que generan un 35% más de retorno de inversión y un 12% más de ingresos que los liderados por hombres.

Otro aspecto que se advierte es que las mujeres tienen mucho que ofrecer en el sector. Sobre todo si tenemos en cuenta que la mitad de los usuarios de productos tecnológicos y de sitios web son mujeres y que sus decisiones impactan en más de un 80% de las decisiones de compra. Así, cabría esperar que las mujeres liderando estas empresas pudieran imprimirle una mirada estratégica singular desde el posicionamiento que ocupan como actoras sociales relevantes.

Forzando el análisis, un factor que explicaría la tan baja participación femenina en proyectos tecnológicos, se debe a que este es un sector que estuvo siempre vinculado a los hombres. Incluso la tasa de estudiantes mujeres adolescentes y jóvenes en carreras tecnológicas (ingenierías en general) e informáticas es baja en toda la región y también lo es en la Argentina. En la especialidad de informática sólo el 2,3 % de las adolescentes opta y optaría por estudiar una carrera informática, según revelan los resultados de una investigación reciente realizada por el Ministerio Nacional de Ciencia y Técnica, (ver recuadro destacado).

“Ellas rechazan la programación como una actividad laboral, tanto principal como secundaria, porque aspiran a ser mujeres que salen a trabajar fuera de su casa y relacionan este tipo de trabajo con quedarse en el hogar. La presencia femenina en el sector es hoy de sólo del 11%” (Schapachnik, F 2013).

Otra característica relevante de los proyectos liderados por mujeres, es que la mayoría inicia sola su proyecto de negocio. Tal como surge del GEM Report's Women (2012), en América Lati-

Otro dato que aporta el estudio del MCyT es que el 35 % de las adolescentes manifestó predisposición para trabajar con tecnologías digitales, pero no en informática. Cuando se les pidió a las jóvenes sus preferencias, el arte y el espectáculo ocuparon los primeros lugares, seguido de la asistencia a personas, la belleza y estética y la docencia. Tanto en la encuesta tomada a 650 adolescentes y jóvenes como en los grupos focales emergió la idea de que los varones aceptan más riesgos en el uso de las computadoras, en tanto las mujeres son más temerosas: La exploración, la aventura, el experimento, son vistos como aspectos característicos de los varones y ajenos a ellas, completó el informe. Las jóvenes *“tienen miedo de romper las computadoras y tener que llamar a un varón para arreglarlas”*. Es interesante notar que de los grupos salió la idea de que, socialmente, está aceptado que ellos sí pueden romper mientras experimentan.

⁶ www.kauffman.org/uploadedFiles/bds-tech-starts-report.pdf

na, el 61% de las mujeres emprende sola, el 27% con un socio/a y el 12% con 3 o más socios. En cambio los hombres lo hacen el 56%, 25% y 19% respectivamente. El dato más significativo es que aquellas que deciden asociarse tienen preferencia por hacerlo con familia y pareja. Efectivamente, alrededor del 50% de las emprendedoras que se asociaron fue en estas condiciones mientras que, en el caso de los hombres solo un 18%. El 60% de los hombres busca como socios amigos, colegas u otros (FOMIN - EY 2014).

En el caso de los proyectos que están en etapas más avanzadas y que cuenta con empleados, las fundadoras tienen dificultades a la hora de delegar actividades del manejo diario de la empresa. Situación que les saca foco de la mirada más estratégica del negocio, lo cual es fundamental para la satisfactoria evolución de la compañía.

Las emprendedoras, como fue señalado, cuando inician sus negocios enfrentan tanto la falta de financiamiento como el miedo al fracaso. Cuando sus empresas crecen, enfrentan retos relacionados con la tensión e intento de balance entre los múltiples roles que ejercen en la vida laboral y doméstica.

Dado que actualmente no hay recursos públicos y/o privados de alcance general que facilite que las mujeres puedan superar estas dificultades, cada mujer debe buscar entre los recursos que tiene "a mano" y armar su propia receta. En este sentido, el apoyo del entorno familiar y la pareja es clave, que comparta las responsabilidades vinculadas con la crianza de los hijos y en algún caso preste apoyo financiero.

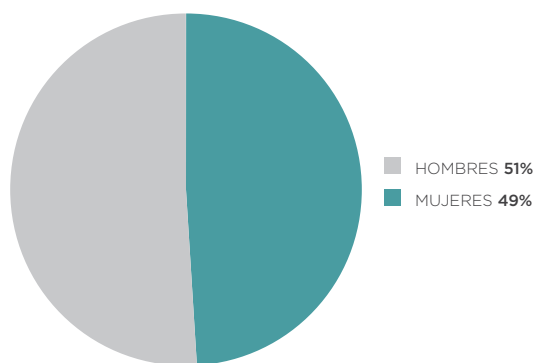
3. Mujeres emprendedoras de la Ciudad de Buenos Aires

En la nueva gestión de la dirección de emprendedores que considera la medición como elemento central para el diseño de políticas públicas eficientes, es que se ha creado el Observatorio de Emprendedores. Teniendo como principales objetivos monitorear y evaluar el desempeño del nuevo plan y ser referente regional en el estudio de políticas en emprendedorismo.

En este marco, una de las principales acciones fue realizar una encuesta a emprendedores de la Ciudad de Buenos Aires. De la misma se extraen los datos pertinentes a este trabajo. La encuesta fue respondida por 1292 emprendedores/as.

GRÁFICO 1.

Total de emprendedoras mujeres y emprendedores hombres.



Como queda en evidencia el 50% son mujeres. Este dato, supone cierto nivel de igualdad en las condiciones para llevar adelante un proyecto en la Ciudad de Buenos Aires.

Del total de mujeres que respondieron la encuesta, el 65% posee estudios universitarios, de estas 17% tiene títulos de posgrado, estos datos dan cuenta

GRÁFICO 2.

Nivel de Estudios de las mujeres.

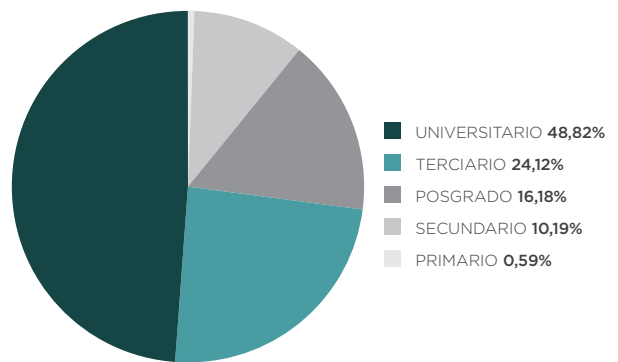
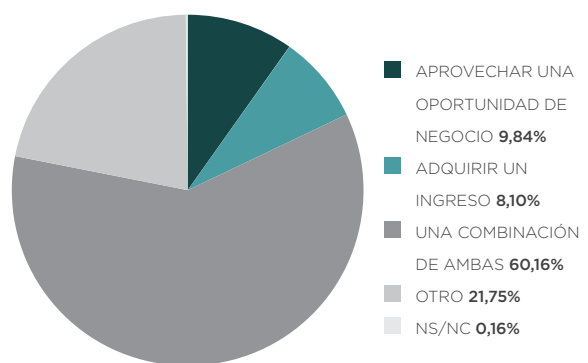


GRÁFICO 3.

Razones por las que las mujeres emprenden.



de una alto nivel de formación en las mujeres que inician un negocio.

En relación a las razones por las cuales las mujeres emprenden (gráfico 3), es interesante analizar que, mientras un 10% respondió que la razón principal fue aprovechar una oportunidad de negocios, un 8% manifestó que fue adquirir un ingreso, la gran

mayoría, 60%, indicó que la razón para emprender fue una combinación de las dos opciones. Nos permitimos inferir, entonces, que predominó más la motivación de la oportunidad que la necesidad inmediata de un ingreso de urgencia.

Tal como quedó planteado en el trabajo y según surge del gráfico 5, los emprendimientos de mujeres se orientan básicamente a los sectores servicios y manufacturas. Para el caso de la ciudad esto se cumple tal cual. El 42% de los emprendimientos liderados por mujeres corresponden a servicios y un 18% a productos industriales. Mientras que en el caso de los hombres, los datos son 30% y 11% respectivamente.

Si analizamos los rubros que corresponden a proyectos tecnológicos, los datos revelan una gran diferencia entre hombres y mujeres, tal como también fue explicado en el informe. El 30% de los hombres lideran proyectos tecnológicos y de las mujeres solo el 10%.

En relación al comportamiento de las mujeres a la hora de asociarse, a diferencia de los hombres

tienden a iniciar solas sus proyectos. Tal como vemos en el gráfico 5 casi un 60% de las mujeres encuestadas manifestó que inician solas sus proyectos, y solo un 8% son tres o más socios, para el caso de los hombres un 40% inician solos y un 20% son tres o más socios.

GRÁFICO 4.
Cantidad de socios fundadores en emprendimientos de hombres y mujeres.

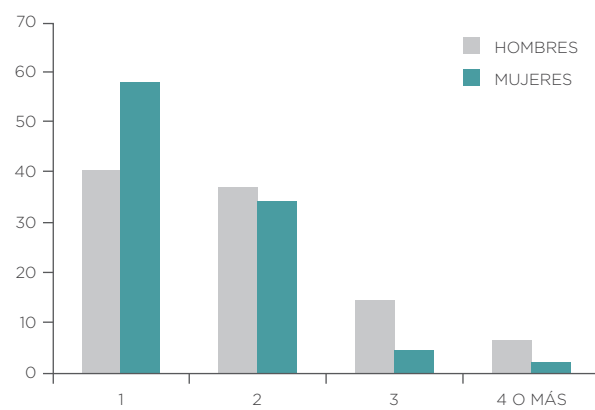


GRÁFICO 5.
Emprendimientos de mujeres distribuidos por sector.

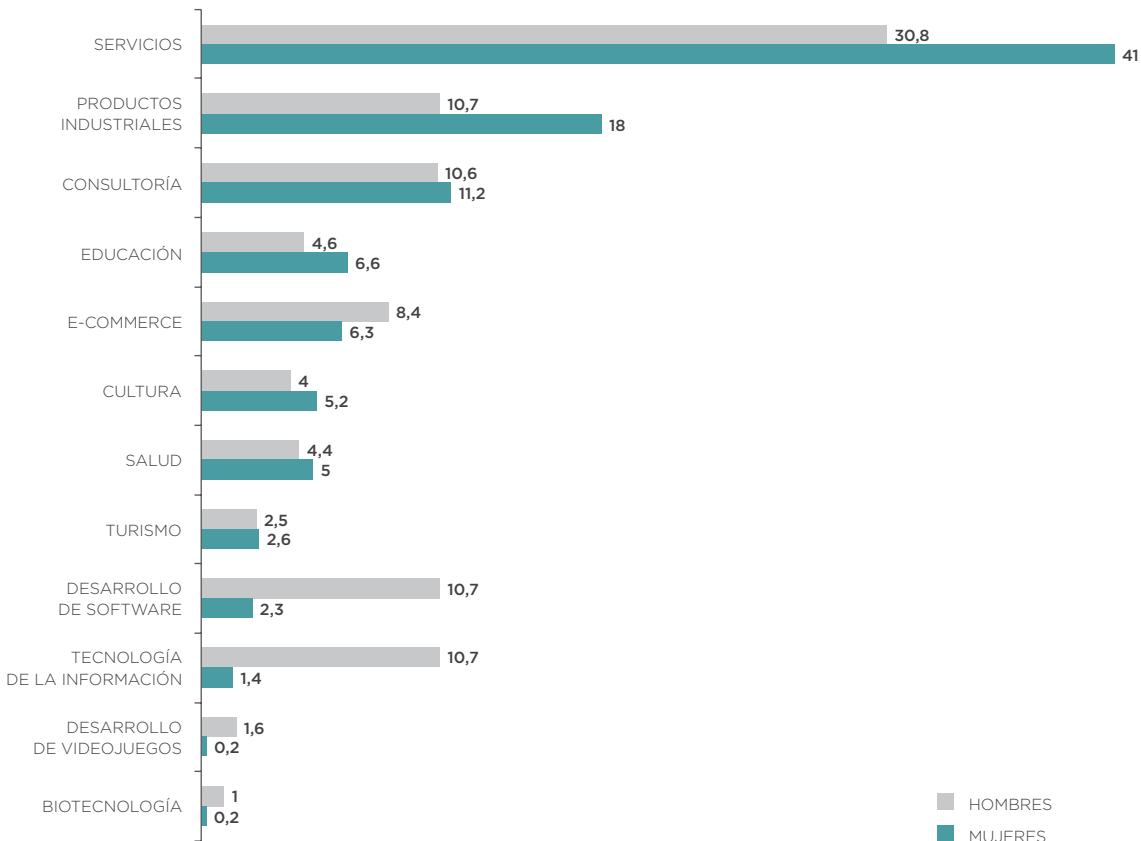
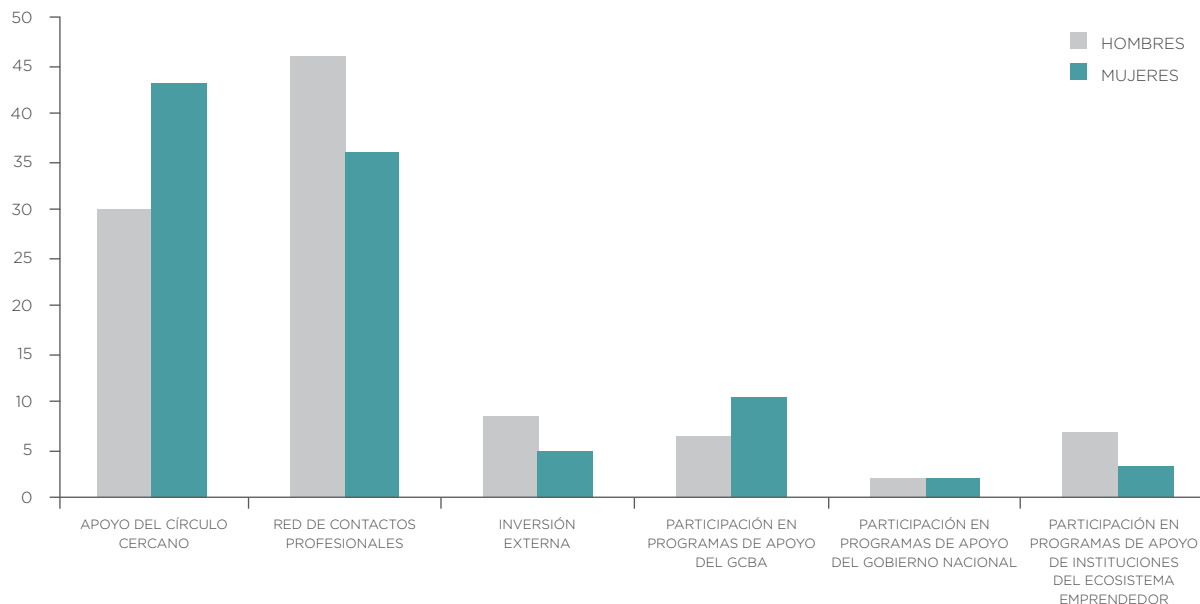


GRÁFICO 6.

Factor clave de éxito para el desarrollo de los emprendimientos de hombre y mujeres.



Frente a la pregunta “¿fuera de tu propia esfuerzo, cuál es el factor clave que ayudo al éxito de tu negocio?”, se verifica que el 45 % de las mujeres encuentra entre los factores de éxito de su emprendimiento, reside en el apoyo del círculo cercano, casi 15 puntos más que los varones. El 50% de los hombres, en cambios, manifiestan que debe a las redes de contacto profesionales. Sin pasar por

alto que esto último también lo menciona un alto porcentaje de emprendedoras.

La información recabada por la Dirección de Emprendedores del GCBA, confirma las tendencias que muestran los países de la Región, expuestas en este documento.

4. Conclusiones y desafíos

Actualmente las cuestiones relativas a favorecer e incrementar las oportunidades de acceso a la autonomía económica de las mujeres para el desarrollo de los países, se encuentran en las agendas internacionales, incipiente en la agenda nacional y aún pendiente en la agenda de políticas públicas.

El rol del Estado es estratégico para la promoción del emprendedorismo. Para lo cual resulta también estratégico la medición de políticas públicas como el componente central para la toma de decisiones, inversión en recursos de manera responsable, diseño de programas pertinentes con impacto y evaluación de resultados de dichas políticas. En Argentina, el emprendedorismo se presenta un desafío adicional que tiene que ver con un campo de estudio en creación.

En este marco se plantea, entonces, la necesidad de generar información específica sobre las mujeres emprendedoras. Contar con indicadores sensibles para evaluar emprendimientos en general y aquellos liderados por mujeres. Promover investigaciones cuali y cuantitativas que dimensionen el fenómeno, a fin de intervenir con estrategias específicas que promuevan a las mujeres tanto como emprendedoras como en la elección de carreras tecnológicas e informáticas.

En la Región se verifica que las mujeres enfrentan barreras mucho más complejas en la economía formal que las de países desarrollados, debido -básicamente- a la falta de políticas y programas de apoyo y estímulo de la actividad emprendedora, un exceso de normativas y procedimientos y dificultad para acceder al crédito. (GEM Global report 2012).

Algunas recomendaciones de política pública orientada a mujeres emprendedoras:

» **Financiamiento:** desarrollar instrumentos de financiamiento para diferentes estadios de los

proyectos. Aportes no reembolsables para proyectos que estén iniciándose y líneas de crédito o inversión de riesgo para proyectos que se encuentren en fase de aceleración. Fundamental es destacar el componente de capital inteligente que deben tener cualquiera de las opciones, dada la necesidad de orientación y apoyo que manifiestan las emprendedoras para tener éxito en sus negocios.

» **Redes de contacto/apoyo:** Promover espacios de encuentro entre emprendedoras a fin de crear redes y contar con la asistencia de empresarias exitosas que sirvan de inspiración, como modelos y guías tanto a las mujeres que quieren iniciar un negocio como aquellas que están en proceso de crecimiento.

» **Programas de capacitación y mentoría:** Diseñar programas de capacitación específicos para mujeres emprendedoras y que contemplen también la autoestima, la distribución del tiempo (vida familiar, vida laboral) tengan en cuenta todas las necesidades y retos que enfrentan las mujeres emprendedoras. A su vez desarrollar programas de mentoría que las acompañe en el proceso de desarrollo del negocio.

» **Fomentar entre las jóvenes la elección de carreras tecnológicas e informáticas** que han probado ser eficientes cuando están en manos de mujeres

» **Desactivar los estereotipos culturales** que inciden en la potencialidad de los emprendimientos particulares o en espacios laborales en general que ellas pueden liderar.

Este documento se propone instalar la inquietud sobre un campo de análisis e intervención en la especificidad de las mujeres emprendedoras y su potencial que permita hacer punta a nivel global.

Lo interesante es el número creciente de mujeres que eligen emprender como proyecto de vida. En este sentido, el desafío que tenemos desde los ámbitos públicos es precisar los obstáculos que

encuentran y desarrollar los programas necesarios que les facilite a las mujeres liderar procesos de mayor productividad para sí y para el desarrollo económico de su región.

Bibliografía

1. **Amoros, J.E, Bosma, Niels, (2014).** “Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report” <http://www.gemconsortium.org/docs/download/3106>.
2. **Donna J. Kelley, Candida G. Brush, Patricia G. Greene, Yana Litovsky, (2012).** “Women’s Report”, Global Entrepreneurship Monitor <http://www.gemconsortium.org/docs/2825/gem-2012-womens-report>.
3. **Fomin-Ey, (2014).** “Liberando el potencial de crecimiento de las emprendedoras en Latinoamérica y el Caribe”.
4. **Heller, Lidia, (2010).** “Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos”. Comisión Económica para América Latina (CEPAL).
5. **Humanum Revista, (2013).** “Políticas de cuidado, ciudadanía y género. Área de Reducción de la Pobreza, ODM y Desarrollo Humano”. PNUD. <http://www.revistahumanum.org/revista/politicas-de-cuidado-ciudadania-y-genero>.
6. **Kauffman Foundation, (2013).** www.kauffman.org/uploadedFiles/bds-tech-starts-report.pdf.
7. **Legal, Abella, (2013).** “Mapa de ayudas para el apoyo del emprendimiento de mujeres en la CAE”. Emakunde-Instituto Vasco de la Mujer.
8. **López Díaz, Ana Jesús (coord), (2013).** “Emprender: Una perspectiva de género”. Universidad de la Coruña.
9. **Schapachnik, Fernando, (2013).** “Y las mujeres... ¿dónde están?. Primer estudio sobre la baja presencia femenina en informática”. Fundación Sadosky. Ministerio Nacional de Ciencia y Técnica.
10. **The Atlantic, (2013).** “We Need More Women in Tech: The Data Prove It”. <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2013/10/we-need-more-women-in-tech-the-data-prove-it/280964/>.