

PROYECTO DE GRADUACIÓN

TRABAJO FINAL DE GRADO

CUERPO

B

Liderazgo femenino en negocios creativos

Desarrollo profesional partiendo de los
cambios sociales

Karla Christina

Chachi Arias

0107614

**Licenciatura en Negocios de Diseño y
Comunicación**

Investigación

Historia y tendencias

10 / 12 / 2019



Facultad de Diseño
y Comunicación

Agradecimientos

Agradezco y dedico este Proyecto de Graduación a todos los que me acompañaron durante este ciclo de licenciatura y me brindaron sus mejores deseos para poder afrontar los obstáculos y pruebas de cada día.

Gracias a la profesora Guadalupe Gorriez por las correcciones, el seguimiento y apoyo que me brindó para poder llegar a esta entrega. A su vez a mi asesora, Marisa Cuervo por el aporte significativo que le brindó a mi PG desde el inicio que me ayudó a encaminarlo a donde yo quería ir.

A su vez quiero agradecer a mi familia, en especial, a mi mamá porque siempre está motivándome para ser mejor y crecer en lo profesional, laboral y personal. Gracias por ser mi principal impulsadora de que todo lo puedo lograr y acercarme al mundo de los negocios, que sin duda, fueron un punto clave para poder desarrollar el tema que decidí llevar a cabo. A mi hermano Bruno, que a pesar, que estemos lejos, se lo dedico a él, ya que quiero que sea mejor que yo y pueda lograr todo lo que desee.

A mi abuela, ya que ella me inculcó que la base de todo éxito es el esfuerzo y a que a veces uno como persona, tiene que hacer sacrificios, como el estar lejos de la familia, para poder alcanzar lo anhelado.

A todos mis amigos de ISIL (Lima – Perú), que al saber que me iba a estudiar el ciclo de licenciatura afuera del país, me apoyaron e impulsaron mi decisión.

Por último, gracias a mis profesores, compañeros de clase y amigos que hice durante este ciclo de licenciatura porque gracias a todas estas personas estoy pudiendo hoy finalizar esta gran etapa para encaminarme en lo que será mi carrera profesional.

Índice

Introducción	4
Capítulo 1. Empoderamiento femenino a través de negocios creativos	10
1.1. La mujer antes de emprender	10
1.1.1. Mujer, ama de casa	12
1.1.2. Mujer profesional	13
1.2. Antes y después de derechos primordiales	14
1.2.1. Derecho laboral	15
1.2.2. Derecho a la educación	18
1.2.2.1. La educación como potencial	20
1.3. La mujer en la actualidad	22
1.3.1. Empoderamiento femenino	23
1.3.2. El feminismo	26
Capítulo 2. Los negocios como factor impulsador	29
2.1. Inicio, auge y desarrollo	31
2.2. Actividad, trabajo y empleos	34
2.3. Panorama en Argentina: presente y desafíos	36
2.4.1. Estadísticas a nivel mundial, Latinoamérica y Argentina sobre discriminación laboral	41
Capítulo 3. Empleo femenino en Argentina	45
3.1. Surgimiento	45
3.2. Modelos de negocio	46
3.2.1. Corporativo	46
3.2.2. Emprendedor	47
3.3. Pymes, sinónimo de independencia	48
3.4. La mujer en la empresa	53
3.4.1. Liderazgo femenino	56
3.5. Nuevos paradigmas laborales	59
Capítulo 4. Estudio de casos de liderazgo femenino	62
4.1. Situación actual del mercado laboral en Argentina	63
4.2. Observación y entrevistas	68
Capítulo 5. Identificación de factores impulsores del liderazgo femenino en el ámbito de los negocios	77
5.1. Nociones generales	77
5.3. Nociones específicas	85
Conclusiones	92
Lista de Referencias Bibliográficas	95
Bibliografía	98

Introducción

El tema de este Proyecto de Investigación y Desarrollo (PID) es el liderazgo de las mujeres en los negocios de Diseño y Comunicación, se inscribe dentro de la categoría Investigación y de la línea temática Historia y tendencias.

Este tema surgió a partir de las constantes lecturas de diarios y revistas económicas, en las cuales resaltan la poca participación de la mujer en altos mandos, ser constante seguidora de emprendedoras que empezaron a tener algo propio hace más de 20 años y la curiosidad del saber por qué la mujer no ocupa la misma proporción en puestos ejecutivos que los varones en las grandes empresas haciendo hincapié en el rubro de los negocios de Diseño y Comunicación. En consecuencia, generó curiosidad conocer el por qué sucede esto en Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La pertinencia del tema está dada a partir del destacar el incremento del empoderamiento femenino no solo en lo social sino con exactitud en los negocios de Diseño y Comunicación, una carrera nueva en el campo de innovación. Asimismo, es relevante porque se realizará el tratamiento del desarrollo profesional de las mujeres, partiendo desde el punto social en donde ha tenido que pasar por una serie de luchas por conseguir derechos (desde la educación hasta el voto electoral), en donde se basa mi punto de enfoque, por lo que el proyecto destaca ya que estamos analizando en base a datos reales el proceso de liderazgo de mujeres en el campo del Diseño y la Comunicación, haciendo que éstas lleguen a ocupar puestos ejecutivos o siendo líderes de sus propios proyectos personales. Por consiguiente, también es relevante porque en la actualidad no hay muchas mujeres CEO's o ejecutivas en las compañías más importantes y grandes de Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

El Proyecto de Graduación tiene como finalidad resaltar el liderazgo de las mujeres en el campo del Diseño y Comunicación teniendo como herramienta a los diversos modelos de negocio. A su vez beneficia a empleados del área de Negocios de Diseño y Comunicación, dueños de empresas del rubro de Diseño y Comunicación, académicos, diseñador(a) de

indumentaria, consultorías, agencias de comunicaciones y comunicadores.

Se considera como el núcleo del problema planteado la lucha por derechos de las mujeres, en la que poco a poco fueron logrando beneficios teniendo como consecuencia la oportunidad de estudiar y trabajar, por ende, desarrollarse profesionalmente. Por otro lado, también parte por la cultura en la que vive la sociedad, que aún conserva el machismo (y es causante por ejm. de diferencias salariales) teniendo como consecuencia que las mujeres ocupen los pocos cargos ejecutivos que existen en una organización. El supuesto de la investigación consiste analizar el liderazgo femenino en los negocios creativos y tiene como objeto de estudio a los negocios corporativos y emprendedores del Diseño y Comunicación. Esto se debe a la lucha social de las mujeres por la igualdad y como consecuencia, en la actualidad pueden ocupar un puesto de trabajo, incluso ser la CEO de una gran empresa o ser la dueña de su propio negocio. Por este motivo, la pregunta problema es ¿Qué factores han influenciado en el liderazgo femenino en los negocios creativos en Buenos Aires?

Por lo tanto, el objetivo general es identificar factores que influyen en el liderazgo femenino en pymes y empresas de Diseño y Comunicación en Buenos Aires.

Asimismo, los objetivos específicos son describir los cambios sociales respecto a los derechos de la mujer, explicar los negocios creativos como factor clave, informar sobre el empleo femenino en los negocios de Diseño y Comunicación, describir el estudio de casos de liderazgo femenino en negocios creativos e identificar factores que impulsan el liderazgo femenino.

Se han tomado en cuenta los siguientes antecedentes para desarrollar el Proyecto de Investigación, todos familiarizados con el tema abordado:

Narváez, L. (2018). *El despertar de la Cosmética Peruana*. Proyecto de Graduación. Tiene como objetivo adentrarse en el entorno cosmético y entender el contexto en el que viven los peruanos y cómo se ven influenciados por la industria. Se vincula con este trabajo por la descripción brindada sobre la mujer peruana en el capítulo 3.2 *La evolución de la mujer*

peruana, en donde detalla cómo la mujer ha luchado por conseguir derechos desde el antiguo Perú hasta la actualidad y su rol como emprendedora.

Araujo, C. (2010). *La mujer del siglo XXI*. Proyecto de Graduación. Tiene como objetivo el analizar y evaluar la imagen de la mujer como objeto sexual de la publicidad en los medios de comunicación y se vincula con este trabajo ya que desarrolla un análisis de la mujer en el campo publicitario reluciendo los estereotipos que encasillan el desarrollo profesional de la mujer, también en su primer capítulo describe los roles de la mujer en la sociedad actual: Mujer, ama de casa y mujer, en el campo profesional.

Ferreryra, P. (2011). *Femenina debilidad, masculina tentación*. Proyecto de Graduación. Tiene como objetivo buscar comprender las características de mercado, desarrollando un marco teórico que incluya el rol que ocupa la mujer en la sociedad de hoy y se vincula con este trabajo ya que explica el movimiento feminista moderno, describe a la mujer argentina en la actualidad y trata la igualdad de género como objetivo en su primer capítulo.

Porchetto, A. (2011). *We can do it*. Proyecto de Graduación. Tiene como objetivo analizar la figura femenina desde los comienzos, la imagen que culturalmente se le adjudica, siempre bajo la mirada de una sociedad patriarcal, que hasta la actualidad continua y se vincula con este trabajo ya que trata el rol de la mujer a través de la historia, partiendo desde la biología, diferencias entre hombre y mujer, los comienzos del feminismo, y la nueva ola feminista.

Mazzocatto, A. (2017). *Nueva visión sobre la mujer argentina*. Proyecto de Graduación. Tiene como objetivo el análisis de la mujer expuesta por los medios de comunicación y tiene vínculo con el trabajo porque se plantea la influencia de la mujer expuesta en los medios de comunicación, un dato importante para tomar en cuenta las conclusiones y los estereotipos aplicado a la mujer.

Rodríguez, M. (2016). *Disney y la imagen femenina*. Proyecto de Graduación. Tiene como objetivo el tratar el rol femenino bajo la estética de Disney y se vincula con este trabajo ya que dedica todo un capítulo a detallar el rol femenino: características, visión filosófica,

historia, y sus diferentes roles en los diferentes siglos, así como también los estereotipos y sus funciones.

Jais, E. (2018). *Nuevas modalidades de empleo en las industrias Creativas*. Proyecto de Graduación. Tiene como objetivo el indagar de qué manera se podrían insertar las nuevas modalidades de empleo dentro de las organizaciones con estructuras particulares como las correspondientes a las industrias creativas y se vincula con este trabajo ya que desarrolla estas modalidades de trabajo como oportunidad de impacto de liderazgo en las mujeres en organizaciones creativas.

Baldrich, P. (2011). *Mujeres Pymes del Partido de Vicente López*. Proyecto de Graduación. Tiene como objetivo el análisis y creación de un Plan de corrección de la comunicación para la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), destinado a un grupo de mujeres empresarias que integran la Cámara Empresaria de Vicente López y se vincula con este trabajo porque aborda en un capítulo a las mujeres profesionales y su breve historia, su talento y liderazgo además de contar un caso específico.

Galván, C. (2018). *Las directoras como factor de innovación en el cine*. Proyecto de Graduación. Tiene como objetivo explorar los cambios introducidos desde la perspectiva femenina y su importancia dentro de un género dominado por hombre y se vincula con este proyecto porque analiza el impacto de los negocios de Diseño Y Comunicación, en este caso el audiovisual, en el liderazgo de la mujer emprendedora.

García, M. (2018). *El aumento del emprendedurismo femenino*. Proyecto de Graduación. Tiene como objetivo aumentar el número de mujeres que emprenden en el país, y de esta forma disminuir la desigualdad de género en el ámbito laboral y se vincula con este trabajo porque resalta la labor empresarial que realiza la mujer.

Con la misma finalidad se releva bibliografía de autores y se comprueba que no hay muchos textos escritos sobre esta temática específica que se aborda aquí, pero sí sobre el tema en general.

De la lectura de los textos se pueden apreciar algunos conceptos de gran importancia que

van a orientar el sentido general del trabajo y van a conformar el marco teórico. En el capítulo 1, se aborda el tema de los cambios sociales y políticos respecto a la lucha de derechos de la mujer y se plantea a partir de las ideas de Benavente (2014) que sirve para explicar el enfoque analítico de la igualdad de género, desarrollo de políticas públicas que son un aporte para el logro de la autonomía de mujeres, desafíos en el marco político y social. En este sentido se toman también las ideas del autor para el desarrollo del análisis y progreso social femenino.

En el capítulo 2, que trata sobre los negocios creativos como factor impulsador de liderazgo femenino se abordará a partir de las ideas de Donato y Barbero (2009) que sirve para explicar la evolución de las pequeñas y medianas empresas, así también poder analizar el crecimiento económico que hicieron las pymes y grandes empresas y a Poltorak (2018) para entender la situación actual de las mujeres en relación a la posibilidad de acceder a puestos de liderazgo, así como también cómo se vienen desarrollando mayores políticas con el fin de poder impulsar el liderazgo femenino.

En el capítulo 3, las ideas de Kozmetsky (1992) que trata a la mujer en la empresa y cómo se desarrolla dentro de ella y en el que aborda a que el tiempo de las mujeres ha llegado haciendo referencia a que pueden alcanzar desarrollo profesional y laboral. Por otro lado, también se trata los modelos de negocio, viendo el estilo corporativo y emprendedor, para que ayude al análisis en sus diferencias.

En el capítulo 4, con base en hipótesis teórica de diferentes casos de estudio para luego realizar los diversos casos de estudio como observación, entrevistas y seguimiento de recortes periodísticos con el fin de poder tener un amplio badaje de información de mujeres emprendedores y mujeres que trabajan en empresas y cuentan con larga experiencia profesional, luego se tendrá el desarrollo de cómo se desempeña la mujer en la empresa donde nuestro objeto parte de las ideas de Kozmetsky (1992) que desarrolla a la mujer como manager, profesional y emprendedora.

En el capítulo 4 para corroborar la teoría se recurre a una metodología de investigación

que consta de diferentes técnicas exploratorias y entrevistas. También se aplican técnicas descriptivas: registro, análisis e interpretación de datos obtenidos en la investigación. Esto permitirá describir el estudio de casos de liderazgo femenino en negocios creativos y por último, identificar factores que impulsan el liderazgo femenino para el último capítulo.

En este último tramo de la introducción al Proyecto de Graduación, y antes de profundizar en el trabajo, es necesario destacar que el autor considera que el texto realiza un destacado aporte a la disciplina en la actualidad, por los siguientes motivos: se realiza un análisis de la influencia de los cambios sociales en el liderazgo femenino en el rubro de los negocios de Diseño y Comunicación, por otra parte los negocios de Diseño y Comunicación siguen siendo expresión de creatividad y el analizar el progreso de las mujeres en este campo aún no se ha visto desarrollado desde la perspectiva social, económica y política. Por lo que el aporte se basa en el poder desarrollar un análisis humanístico – social del desarrollo profesional de las mujeres ejecutivas y líderes emprendedoras. Por otro lado, también se destaca por la creciente lucha femenina por la igualdad de género y los cambios que la mujer está proponiendo con el fin de tener más libertad de desarrollo profesional, por lo tanto, ocupar más cargos ejecutivos que le permitan ser líderes empresariales o emprendedores. El último punto es que el presente PG impulsa la autonomía del emprendedurismo femenino para las futuras generaciones.

Capítulo 1. Empoderamiento femenino a través de negocios creativos

Este capítulo analizará las consecuencias de los cambios sociales para las mujeres, explicará los roles que maneja y sus diferencias, también se describe la lucha por los derechos de la mujer que permiten en la actualidad poder marcar un antes y después de un suceso muy importante: el acceso a la educación y desarrollo profesional. Por último, se hace un panorama actual de la mujer y el empoderamiento.

Los cambios sociales son tal vez los aportes más grandes que nos han dejado las anteriores generaciones y por las que hemos ido evolucionando como sociedad.

También se debe tener a consideración que el empoderamiento femenino es un tema actual que no cuenta con mucha bibliografía relacionando a la mujer en el ámbito económico, por lo que se contará la evolución de la mujer antes de emprender para que se pueda obtener un análisis contando a este capítulo como antecedente y al finalizar, teniendo un panorama actual de la mujer.

Se toma en cuenta como autor de influencia a Benavente (2014) que explica el enfoque analítico de la igualdad de género, el desarrollo de políticas públicas como aporte para el logro de la autonomía de mujeres, desafíos en el marco político y social. En este sentido se toman también las ideas del autor para el desarrollo del análisis y progreso social femenino.

1.1. La mujer antes de emprender

El papel de la mujer ha ido cambiando a lo largo de la historia. El diario El Tiempo (2016) lo cuenta:

En las primeras sociedades que sustentaban su vida cultural y económica en la caza y la recolección, las mujeres eran las encargadas de recolectar mientras que los hombres eran los encargados de traer la carne. Esto hizo que las actividades que estuvieran relacionadas directamente con la fuerza se empezaran a identificar con los hombres debido esto a la diferencia física entre los dos géneros. (El Tiempo, 2016, s.p).

Como se indica, las mujeres desarrollaban tareas de recolección de frutas, semillas con el fin de aportar en la alimentación en casa y eran los hombres los que desempeñaban tareas

fueras del hogar, con el fin de traer la carne lo que demandaba un mayor esfuerzo físico.

De la misma manera sucedió en La Edad Media, las cosas se pusieron más estrictas y definitivas para la historia de la mujer dentro de la historia (...) El conocimiento se convirtió entonces en un arma poderosa en la que, combinada con la Iglesia, dejaron a la mujer relegada a ser esposa y madre. (El Tiempo, 2016, s.p)

Es ahí, donde la mujer queda en un segundo plano ocupando y desarrollándose para su casa siendo esposa para atender y cocinar a su familia y para educar a los niños. Era el hombre, el que empezó a educarse, mientras que la mujer se quedaba analfabeta.

Pero no fue sino hasta 1918, con la Primera Guerra Mundial, cuando este panorama empezó a tomar un camino distinto. La coyuntura de la guerra obligó a las mujeres a salir de sus casas con el consentimiento de sus esposos y padres. Los hombres debían ir a la guerra y alguien debía encargarse de las tareas que antes eran exclusivas para los hombres. (El Tiempo, 2016, s.p)

Siglos después con el inicio de la Primera Guerra Mundial, le daría la oportunidad a las mujeres de poder salir y defenderse sola, porque probablemente, muchos esposos, estaban en el campo de batalla. Es ahí donde la mujer sale a buscar alimentos, refugio y seguridad, papeles que antes el esposo hacía.

En esencia, el rol de la mujer a lo largo de la historia que indica que, al inicio, se evidencia la diferencia de papeles por las diferencias físicas entre varón y mujer, lo que hizo que el varón sea reconocido por realizar actividades más riesgosas como el ir de caza y al mismo tiempo velar por su seguridad, el explorar nuevas tierras y la de protección de los suyos. En la Edad Media, la ideología defendía al varón como el centro de todo esto debido a que la Iglesia impartía educación al clero, que estaba ocupado por varones, por lo que la mujer queda en un segundo plano. Durante la burguesía, la mujer seguía realizando labores domésticas a tiempo completo y solo algunas ejercían trabajo en casa con el fin de ayudar al marido. No es hasta la Primera Guerra Mundial en que las mujeres deciden ir al frente porque los varones iban a la Guerra y ellas empiezan a tomar más decisiones en lo familiar y a realizar más actividades fuera del hogar, esto se fue dando y progresando hasta pasada la Segunda Guerra Mundial, en donde ya había profesionales mujeres en Europa y Estados Unidos, en América del Sur la situación se tornó con mayor lentitud, una de las mayores

razones: el machismo y el retraso social – cultural.

El machismo, como construcción cultural, es un modo particular de concebir el rol masculino (...) para establecer y agudizar las diferencias de género entre sus miembros (...) conformando de este modo una concepción ideológica asentada en la superioridad del macho en relación con la hembra, superioridad que se ha pretendido fundamentar desde distintas perspectivas ideológicas a lo largo de la historia del pensamiento. (Rodríguez, 1993, p.125)

Como indica Rodríguez (1993), el machismo es la superioridad del varón ante la mujer, por el cual aún existen consecuencias como la desigualdad de género, diferencia de salarios, discriminación laboral y abuso psicológico o físico. Y es la mujer la principal afectada en cuanto a la falta de equidad de género, no obstante, se puede reconocer la evolución del rol de la mujer a lo largo de la historia.

1.1.1. Mujer, ama de casa

Ser ama de casa es uno de las principales actividades que la mujer ha desarrollado desde sus inicios, probablemente uno a lo que más tiempo ha dedicado pero que en la actualidad ha ido disminuyendo por su incorporación a la empresa.

La tradición nos cuenta que todos los hombres, desde los más ricos a los más humildes, deseaban tener, por lo menos, un hijo varón. La razón estaba clara: sería él quien daría continuidad al apellido y además se quedaría al frente de todas las propiedades. Y ¿las niñas? No, las niñas tenían que aprender buenas amas de casa: costura, cocina... tenían que ocuparse de la casa en general. (Vallejo e Izquierdo, 1994, p. 17)

Es así, como se justifica el por qué las mujeres se quedaban encargadas del hogar, indicando que eran ellas las que debían tener un hijo varón y a su vez, cuidarlo mientras que el varón salía a conseguir el dinero, ya sea obrero o comerciante. A su vez, la mujer también debía gozar de buenos modales. Como indican los autores, las amas de casa tenían que saber cocer, cocinar, lavar, planchar, etc. Esto con el fin de mantener el orden de la casa, de las que ellas estaban a cargo.

Es probable que una de las causas del retraso de la incorporación de la mujer en el ámbito laboral sea por la labor de ama de casa que desde la antigüedad hasta la actualidad desarrolla, se debe reconocer también que el ser la mujer y al dar a luz, tiene que

amamantar al bebé, cuidarlo y al pasar los meses, decide avocarse al trabajo del hogar. Como indican Vallejo e Izquierdo (1994) siempre se había pensado que las amas de casa eran amas de casa por vocación que su deseo era tener una casa y ver con atención el crecer de sus hijos, sin embargo, después de haber conversado con ellas se pudieron dar cuenta de que esa supuesta vocación era una obligación que no tenían más remedio que cumplir.

También se debe tomar en cuenta el machismo, otra causa más debido a que las mujeres en el hogar si bien estaban a cargo de la economía doméstica, había una dominación por el varón al ser el sustento económico.

1.1.2. Mujer profesional

En la actualidad, la mujer puede desarrollarse estudiando, trabajando y creciendo profesionalmente, puede ser emprendedora o puede escalar puestos en una empresa.

Desde el punto de vista social, si creemos posible citar un fenómeno característico del siglo XX. (...) Nos referimos a la incorporación de la mujer al mundo laboral, y en general, al campo de la producción económica, fenómeno en el que fuera de casos concretos no pueden señalarse interrupciones notables. (Vallejo e Izquierdo, 1994, p. 38)

Como se indica anteriormente, la mujer inició sus laborales pasando la 2da Guerra Mundial, antes de esto se dedicaba a realizar trabajos de tejido o de costura, que se realizaban en casa sin mucho cargo de peso.

La sociedad ha sabido impulsar el hecho de que la mujer empiece a laborar en empresa debido a que todo este inició en un contexto de guerra por lo que era necesario la mayor cantidad de recursos humanos en las empresas.

Considerado como fenómeno del siglo 20 se puede asegurar que la mujer profesional es aquella mujer independiente, que se esmera por conseguir sus objetivos y/o metas, como indican Vallejo e Izquierdo:

En la actualidad, es la mujer la que escoge su futuro y la forma de integrarse en la sociedad: no se ve extraño que una mujer con estudios superiores decida organizar su vida en torno a su casa, su esposo y sus hijos. (Vallejo e Izquierdo, 1994, p. 38)

Es sabido que la mujer en la actualidad, desarrolla tareas laborales como tareas domésticas, si bien es más complicado si los hijos son pequeños, ellas organizan el tiempo de acuerdo al horario laboral para realizar las actividades del hogar.

La mujer profesional es una nueva generación de mujeres, muchas de ellas son la primera generación de profesionales en el hogar por lo que buscan alcanzar el desarrollo profesional con el fin de sentirse realizadas.

Se debe recalcar que la mujer profesional es una mujer que ha tenido acceso a muchos derechos entre ellos, la de la educación.

1.2. Antes y después de derechos primordiales

La emancipación o liberación de la mujer es un proceso histórico y social. Todo indica que el punto de partida fue la Revolución Francesa, en donde se empezaron a reivindicar los derechos de la mujer o la igualdad de derechos de géneros.

Olympe de Gouges, autora de la Declaración de los Derechos de la Mujer y de la Ciudadana, en 1791 fue una de las voces de protesta más enérgicas indicando que la libertad e igualdad solo era gozada por los hombres y no las mujeres. Olympe reclamaba que las mujeres debían tener los mismos derechos políticos que los varones. Todo esto no tuvo éxito, ya que durante la revolución fue decapitada en una guillotina.

Mary Nash sobre la base de sus estudios *Identidades de género, mecanismos de subalternidad y procesos de emancipación femenina* destaca que las mujeres han desarrollado las formas de cuestionar las limitaciones de las normas de género ya establecidas. El proceso de liberación femenina cuestiona el discurso de género y las formas de representar la cultura hegemónica. Como lo indica en su estudio, el supuesto político de la igualdad entre hombres y mujeres ha sido la base más importante en la demanda de las mujeres a lo largo de los siglos 19 y 20.

Siguiendo los estudios de Mary Nash (2002) en su artículo *Las mujeres en el mundo contemporáneo* en el siglo 19 e inicios del siglo 20, el panorama para la mujer quedó

limitado por una fila de restricciones que impedimentos que no le permitían desarrollarse en el ámbito cultural, político, laboral, social y personal. Socialmente la mujer se caracterizó por la desigualdad política y educacional, en el ámbito laboral por la abierta discriminación. Los códigos culturales establecían pautas sociales que marcaban una situación subalterna femenina y de poder masculino.

Entonces, se puede cuestionar la difícil tarea que ha sido conseguir cada uno de los derechos con el fin de que la mujer pueda desarrollarse en todos los ámbitos. Se debe tomar en cuenta en cómo en la actualidad todavía se sigue debatiendo a lo que respecto la igualdad de género.

1.2.1. Derecho laboral

Debe ser el derecho que hizo que la mujer pueda independizarse y pueda salir de casa, más allá de los prejuicios que en sus inicios pudo ocasionar. El poder trabajar hizo que la mujer se mirase a sí mismo como factor humano que aportaba económicamente.

La idea de que toda persona, sea cual sea su condición, debe ser sujeto de derechos, unida a los importantes cambios demográficos del siglo 19 y principios del 20 (prolongación de la vida, disminución de la mortalidad infantil, descenso de la natalidad), hicieron posible, por primera vez en la historia, que las mujeres se organizaran para luchar por sus derechos. (Bustelo, 1983, s.p).

Uno de ellos, el derecho laboral. Si bien es cierto las empresas han ido creciendo y demandando mayor personal, es en la 2da Guerra Mundial cuando las mujeres empiezan a incursionar en el mundo laboral. Desde ahí el punto de partida en donde las mujeres han ido luchando por conseguir los mismos derechos que los varones.

Uno de las más difíciles en conseguir y llevarse a cabo por la misma complejidad del tema, fue el derecho y el permiso que otorgan las empresas, cuando una de las empleadas está embarazada.

Con el paso del tiempo, las normas que se refieren al trabajo femenino han evolucionado, pasando de ser normas destinadas a individuos, que, por su naturaleza más débil, necesitan de una protección suplementaria (..) a leyes que regulan simplemente aspectos biológicos para los que solo la mujer está dotada

como son la maternidad o la lactancia. (Vallejo e Izquierdo, 1994, p. 42)

Es decir, esto indica que las disposiciones hay que buscarla no en el sexo o en la condición femenina sino en la condición física de la madre con lo que se abandonan tesis paternalistas en favor de las igualitarias entre sexos, ya que lo que se busca lograr es que la mujer pueda seguir trabajando sin verse afectada por temas de embarazo o periodo de lactancia, esto con el fin de impulsar reformas igualitarias entre sexos.

La ley de permiso de maternidad varía de acuerdo a las políticas internas de cada país y su marco regulatorio.

Por otra parte, el Gobierno Argentino observa un fuerte proceso de expansión de la fuerza de trabajo femenina, la incorporación de las mujeres al mercado de trabajo ha aumentado considerablemente en las últimas décadas; y su presencia tiende a ser cada vez más permanente, ya sea decisión personal o como resultado de presiones económicas.

Esto debido a los cambios acelerados que han generado los cambios tecnológicos que ya permite a la mujer a desarrollarse de forma dependiente o independiente. Las empresas buscan recursos humanos calificados y polivalentes, es por eso importante el lugar que ocupa la mujer ya que, si bien es cierto, las empresas necesitan equipos diversificados con el fin de poder incentivar el progreso creativo y formal de la empresa.

Siguiendo lo dicho por el Gobierno argentino (2019) , indica que las mujeres se han incorporado al mercado laboral porque ellas están asumiendo roles claves tanto en el proceso de desarrollo económico como en la manutención de sus propios hogares, esto indica que las mujeres sustentan económicamente su hogar ya sea en forma parcial o total, también señala que presentan un mayor nivel de instrucción y de escolaridad que el alcanzado por los varones, entonces partiendo de la premisa se puede deducir que las mujeres actualmente ocupen cargos ejecutivos por su desarrollo en la educación permitiendo así que ellas puedan liderar una empresa o su propio negocio.

El Gobierno Argentina, en la página del Ministerio de Salud y Desarrollo Social (2019) señala que pesar de que el aumento de la participación femenina en el mercado laboral,

ha ido acompañado de un incremento en su nivel de escolaridad, la inserción en el mercado de trabajo no se produce en las mismas condiciones de igualdad con los varones, ya que las mujeres se insertan con ciertas desventajas que dificultan su acceso y permanencia. Es decir, las mujeres pueden gozar de un trabajo igual que el varón, pero existen brechas diferenciales que marcan desventajas para el lado femenino como el acoso laboral, el prejuicio femenino, la brecha salarial, los procesos de selección sesgados, la proliferación del trabajo informal, problemas para ascender y más.

El acoso laboral según el profesor sueco Heinz Leymann es aquella situación en la que una persona ejerce una violencia psicológica externa, de forma sistemática y recurrente y durante un tiempo prolongado sobre otra persona o personas en el lugar de trabajo con la finalidad de destruir las redes de comunicación de la víctima, perturbar el ejercicio de sus labores y lograr que finalmente esa persona acabe por abandonar el lugar de trabajo.

En la actualidad, las mujeres reciben mucho de este tipo de acoso pasando así a ser un acoso incluso sexual, en la que jefes o similares realizan este abuso que, por cierto, ya cuenta con normativa legal aplicable en Argentina, con el que poco a poco se va luchando en contra de este tipo de situaciones de violencia.

La brecha salarial, también es otro punto importante para recalcar, debido a que las empresas realizan diferencias de sueldo entre varones y mujeres. Según el diario Clarín (2019), las mujeres cobran un 25% menos que los varones también se indica que a la mujer le cuesta mucho más conseguir empleo, ya que la tasa de ocupación es del 44% contra el 64% de los varones.

Clarín (2019) también informa que a la mujer les sigue costando llegar a los puestos más altos y menos de una tercera parte de los directivos son mujeres pero que son las mujeres que tienen un nivel de educación más alto que los hombres.

El informe muestra también esta *penalización de la maternidad* en términos de liderazgo: del total de gerentes con hijos pequeños, sólo el 25 por ciento son mujeres. El porcentaje sube a 31 si las mujeres no tienen hijos.

Como resalta María Adelaida Perdomo, cofundadora de Aequales, consultora en inclusión y equidad de género para organizaciones:

El Estado tiene la legislación apropiada para que la mujer pueda acceder al mercado laboral; sin embargo, esto no es suficiente porque culturalmente no hemos hecho la transición, es decir, se mantienen los estereotipos de género y la mujer se siente responsable del cuidado del hogar. Estas medidas deben hacerse para ambos géneros, que ambos entiendan que la responsabilidad de la familia es compartida. (Fucsia, 2014, s.p)

Por lo que una de las mayores causas, que todo esto se siga manteniendo es la cultura machista que aún impera en las sociedades, desde el punto de vista social, esto se está llevando a cabo con marchas y manifestaciones de colectivos feministas que buscan la igualdad de género con el fin de ir aminorando la visión machista e incentivar políticas igualitarias para ambos sexos.

El Gobierno argentino indica que los problemas que enfrentan las mujeres en cuanto al mercado laboral están cada vez menos referidos a la educación formal; responden a la segmentación sexual del trabajo, a la falta de capacitación profesional acorde con los nuevos paradigmas de producción; y a la permanencia de patrones culturales que siguen considerando el trabajo femenino como complementario del masculino.

1.2.1. Derecho a la educación

La Declaración Universal de Derechos Humanos publicado en 1948, indica en el artículo 26:

Toda persona tiene derecho a la educación. La educación debe ser gratuita, al menos en lo concerniente a la instrucción elemental y fundamental. La instrucción elemental será obligatoria. La instrucción técnica y profesional habrá de ser generalizada; el acceso a los estudios superiores será igual para todos, en función de los méritos respectivos. (Declaración Universal de Derechos Humanos, 1948, p.1)

Esto indica que la educación es necesaria para el desarrollo, Mans Unides señala: “Para hacernos una idea de cómo está la situación, podríamos decir que cerca de 960 millones de personas no saben leer. Dos terceras partes de estas personas son mujeres.”

Es decir, si bien es cierto, la situación en América Latina ha mejorado mucho en otras

partes del mundo todavía no se están llevando a cabo políticas públicas a favor de la educación de la mujer o tal vez solo están siendo ignoradas por la cultura social que pueden vivir.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), 150 millones de niñas menores de 18 años sufrieron en 2002, relaciones sexuales forzadas y otras formas de violencia física y sexual.

Esto con el fin de analizar que no solo realizan delitos de violación, sino que este trae como consecuencias un embarazo no deseado y el no poder desarrollarse profesionalmente mediante la educación.

En la tradición católica, la preocupación por la educación femenina se ha expresado desde los días de la escuela catequística de Alejandría, que en el siglo III mantenía cursos tanto para hombres como para mujeres. (of Caesaria, 340 A.C, s.p)

Y se toma en cuenta la tradición católica, debido a que ésta es la que fue impuesta y hasta la actualidad, sigue presente. Entonces, se puede resaltar que la educación viene desde el lado eclesiástico, en donde se enseñaba a mujeres y varones.

Padres de la Iglesia como San Ambrosio, San Agustín y San Jerónimo dejaron cartas para la instrucción de las mujeres en los monasterios que fundaron o patrocinaron. En la época medieval se establecieron distintos institutos religiosos que implicaban algún modo de educación femenina. (Capel, 2007, p. 29)

Esto refleja de algún modo, el compromiso que tuvo la iglesia de educar a las mujeres, tal vez desde el punto eclesiástico haciendo hincapié en su labor funcional de ser madre y buena esposa.

Gloria Bonder, coordinadora técnica del Programa Nacional de Igualdad de Oportunidades para la Mujer en el Área Educativa (Ministerio de Cultura y Educación de la República Argentina, 2019), indica que las personas que menos recursos económicos poseen, tienen más difícil el poder de superación educativa, debido a que en las áreas rurales hay mayores deficiencias que en área urbana. También recalca que en América Latina hay dos extremos que conviven diariamente y se señala a las personas con alfabetismo y aquellos que han aumentado su nivel educativo en grandes avances.

Las consecuencias de este fenómeno en términos de aspiraciones y de

participación social no han sido aún exploradas sistemáticamente, aunque es obvio que constituyen un serio problema en relación al desarrollo económico y a la modernización cultural, a la vez que un signo de injusticia insostenible en las postrimerías de este siglo. (Bonder, 1994, s.p).

Se puede recalcar que parte de las responsabilidades las tiene el Estado y que son perjudiciales para la modernización cultural y el desarrollo económico.

1.2.2.1. La educación como potencial

Debe ser el punto de partida el impulso que le dió el Estado argentino ampliando horizontes y favoreciendo al movimiento femenino lo que permitió poder brindarle un lugar a la educación dentro de la vida de las mujeres buscando consolidación social, económica y ciudadana.

Según Bacalini (2017), un hito importante que sucedió a favor del desarrollo de la mujer fue la centralidad como figura pública y de poder que fue Eva Duarte, ya que a mediados del siglo 20, se produjo su notoria presencia, ella perteneciente al peronismo, impulsó la Ley de Sufraje Femenino, conocido como la Ley Evita, lo que haría que ella se vuelva una líder femenina para las siguientes generaciones, que se han visto beneficiadas con la lucha que tuvo que hacer por el progreso femenino.

Lo que permitiría sin duda, que la mujer puede acceder a muchos más derechos y como consecuente, el que sea tomada en cuenta su opinión para futuros proyectos de ley.

Señala Lorenzo (2016) que un momento clave de esa agitación femenina llegó con la píldora anticonceptiva hacia los años 60 (¿sexo distinto de género y sexualidad distinta de reproducción?). Resulta importante señalar esto porque la lógica familiar cambió: menos hijos y dinero excedente destinado a la compra de electrodomésticos favorecieron que la mujer tuviese más tiempo disponible, permitiéndole una mayor inserción en el mundo del trabajo y en los estudios superiores. Un dato no menor: la feminización de la matrícula universitaria hacia los años 70 era notoria, no así su participación en los espacios de docencia/conducción del sistema.

Otro punto importante es el crecimiento de la educación secundaria durante el primer peronismo, a partir de mejoras salariales e incentivos económicos a las familias.

Si bien aumentó la matrícula femenina en la universidad cabe detenerse en aquello que le da un matiz especial. Si tomamos como ejemplo las carreras de ciencias médicas, observamos que la inserción femenina se dio mayormente en la carrera de Obstetricia, identificada como de menor prestigio (Lorenzo, 2016, s.p).

Esto se puede entender debido a la división sexual del trabajo. Las mujeres tenían que desarrollar carreras humanísticas o de medicina, con el fin de atender a los pacientes o enseñar a los alumnos.

Bacalini indica que en el período de 1940 – 1965, ocurrió una transformación que si bien no se pudo analizar le permitió a la mujer una participación creciente dentro de la universidad como el aumento de matrículas y la titulación.

Durante la época de 1960 el fenómeno se sostuvo. Bacalini señala fue la gratuidad de la enseñanza la que impulsó masivamente a que las mujeres de clase media urbana se animaran a iniciar una carrera universitaria.

También se debe recalcar que había una diferencia de carrera dependiendo del género, es decir, las mujeres estudiaban Psicología, Humanidades y Ciencias Sociales, mientras que los varones estudiaban Ingeniería, Física y Administración. Porque se consideraba que esos puestos debían ser ocupados por varones. Estas elecciones de carrera reflejan los tipos de inteligencia que cada humano posee y contenga base biológica sobre la diferencia entre varones y mujeres a nivel biológico.

Desde los 80 —y en su continuidad con los 90— la mujer apareció asociada a las demandas económicas de sus hogares. En épocas de crisis (hiperinflación, industria devastada y desocupación) obtener credenciales educativas era clave para sostener a las familias (Bacalini, 2017, s.p)

Esto debido a que los estudios fueron el refugio para aspirar a una movilidad social ascendente en medio de los cambios sociales, económicos y políticos que marcaron la época.

Hacia 1994 alrededor del 52,2% de la matrícula universitaria correspondía a mujeres (Palermo, 1998). Cabe señalar que fueron las mujeres quienes se fueron abriendo paso a mejores condiciones educativas, laborales y sociales. (Bacalini, 2017, s.p)

Se debe resaltar este momento ya que es un hito histórico argentino el que las mujeres hayan equiparado la cantidad de alumnos en la universidad logrando igualdad de género.

Hacia inicios del siglo 21, eran las mujeres quienes más matrículas universitarias ocupaban y se profundizó al pasar los años.

En la actualidad, para tomar datos actuales en la composición de la matrícula en 2015 en la Universidad Nacional de Mar del Plata: 39% de varones y 61% mujeres, según la web de la Universidad Nacional de Mar del Plata (2015).

Lo que destaca que las mujeres entraron para quedarse en el ámbito educativo. Se debe resaltar que algunas facultades reciben menos mujeres como la de Ingeniería y la de Psicología, muchas más mujeres. Esto en base a las estadísticas de la Universidad Nacional de Mar del Plata.

1.3. La mujer en la actualidad

Los procesos de lucha por conseguir diferentes derechos han hecho que, en la actualidad, la mujer pueda desarrollarse en diferentes ámbitos como el profesional, laboral, político y social y actualmente la mujer también decide emprender para ser, tal vez, su propia jefa en el área de Diseño y Comunicación.

La mujer de este siglo elige qué estudiar, si vivimos solas o en pareja, si tendremos hijos o no, entre otros miles de decisiones que hace 51 años exactamente no era posible. Las mujeres de hoy en día, si vivimos mejor pero todavía no podemos hablar de una igualdad real hombre-mujer. (Romero, 2016, s.p)

Como narra Romero, la mujer del siglo 21 es una mujer libre en el sentido de que va a poder elegir qué quiere estudiar, va a poder cuidarse sexualmente para evitar un embarazo, va a poder salir a trabajar, decide si viaja o no, es una mujer con la posibilidad de ser independiente si así lo desea.

No obstante, también indica que si bien es cierto se puede acceder al mercado laboral en igualdad de condiciones es todavía más difícil. Como Romero indica en teoría todos tenemos los mismos derechos y responsabilidades, pero en la práctica no sucede así, especialmente si eres joven y mujer, un factor doble de discriminación, en donde las mujeres cobran menos que los hombres por el mismo trabajo y muy pocas acceden a

puestos de toma de decisión.

Las mujeres de hoy se desenvuelven y se desarrollan en un medio que estimula la persecución de nuevas metas, por lo cual, muchas veces se debaten entre la procreación y la administración del hogar y la necesidad de crecimiento personal. (Álvarez, 2013, s.p)

Las mujeres en la actualidad buscan nuevos desafíos, buscan retos cada vez más altos con el fin de desarrollarse profesionalmente, es por ello, que muchas se dedican a tiempo completo y deciden el no tener hijos o solo tener uno, con el fin de no parar en el ámbito profesional. Ahora esta cantidad de mujeres está en aumento considerando que sus prioridades se han volcado a alcanzar el éxito personal.

Hablamos de los roles de la mujer en la sociedad actual: madre, esposa o pareja, trabajadora, administradora y sostén emocional del hogar, pero no debemos olvidar que el primer rol de la mujer en la sociedad es justamente ser mujer, con su identidad y su femineidad, es no adoptar características masculinas para ser más aceptada en un mundo en el que todavía existen desigualdades de oportunidades. (Álvarez, 2013, s.p)

Como lo relata Álvarez, la mujer se ha vuelto multifacética debido a que ocupa su tiempo no solo a desarrollarse profesionalmente, sino también para todas aquellas que son madres y organizan su tiempo para el trabajo, la casa, la familia y los niños.

1.3.1. Empoderamiento femenino

Es lo último respecto a nuevos movimientos feministas, el empoderamiento es el dar fuerza, empuje, valor a una persona para que pueda realizar algo, esto puede ser una meta, objetivo o como en este caso con las mujeres a la hora de emprender un negocio.

La autonomía y el empoderamiento de las mujeres constituyen un requisito indispensable para el logro de la igualdad de género (Pautassi, 2007).

Pautassi indica que los primeros pasos a desarrollarse para la ansiada igualdad de género es que la autonomía y el empoderamiento deben implementarse, al menos en lo corporativo, que es donde se desarrolla el análisis del liderazgo femenino en esta ocasión. Por otro lado, se debe saber que hay muchas causas que hacen que no se pueda lograr la igualdad de género.

La CEPAL y otros organismos de la Organización de las Naciones Unidas elaboraron un

informe en el 2005 con el fin de establecer una visión desde la región a los Objetivos de Desarrollo de Milenio optaron por la necesidad hacer explícita entre mayor igualdad y empoderamiento de las mujeres y el logro de los restantes objetivos, analizando la información que estaba disponible en la región y separándola por áreas como la edad, raza, pobreza con el fin de identificar las diferencias de la región y los efectos negativos que tiene la articulación de las muchas formas de desigualdad para las mujeres sin recursos económicas, indígenas, niñas y adultas mayores (Naciones Unidas, 2005)

Son varias las organizaciones mundiales que en la actualidad le están dando mucho valor al tema del empoderamiento y autonomía femenina, analizando esta vez el por qué la mujer no puede desarrollarse, esto con el fin de poder establecer campañas con objetivos en los cuales ellas puedan desarrollarse como persona, profesional y emprendedora.

Se puede decir que el informe realizado por las Naciones Unidas indica que la pobreza es de las principales razones por el cual la mujer no puede desarrollar autonomía y mucho menos empoderamiento, también se debe indicar que la población más afectada con esto son indígenas, niñas y adultas mayores, que probablemente a lo largo de su vida, no han recibido educación o han tenido que dejarlo para dedicarse a las labores de casa.

Es por eso que se está viendo con prioridad el tema del empoderamiento femenino, ya que, si la mujer llega a educarse, probablemente tenga al menos un concepto pre formado de lo que es capaz de hacer con autonomía.

Por otro lado, la autonomía como concepto político, está siendo entendida como la capacidad de las personas para tomar decisiones libres e informadas sobre sus vidas, para poder ser y hacer en base a sus aspiraciones y deseos en el contexto histórico que las hace posibles. (CEPAL, 2011)

Entonces se puede indicar que la mujer puede decidir si estudiar es la mejor alternativa de desarrollo para su persona como profesional o tal vez, decidir emprender algo propio en el rubro en el que mayor conozca o asociarse con expertos, todo dependerá del grado de autonomía que desarrolle.

Como indica Fernández (1999) se debe valorar la autonomía como un factor fundamental para asegurar la práctica de los derechos humanos en un contexto de igualdad. En relación con el género, se puede indicar que hay una relación directa en el ejercer autonomía en las mujeres y los espacios de poder en donde los desarrolla, ya que va a depender mucho de la autonomía del grupo social al que pertenezca y cuan autónoma es la mujer. Se señala que la autonomía de un grupo social no depende exclusivamente de la voluntad personal de quiénes a él pertenecen.

Según lo dicho por Fernández, se puede entender que influye mucho el grupo al que pertenezcamos, ya que si este tiene conocimiento y ejerce la autonomía de la mujer con el total compromiso de que es ella la que debe decidir libremente sobre las decisiones que afectan o influyen en su vida, la mujer del grupo social también podrá desarrollar su autonomía con total libertad.

Según Benavente (2014) en el Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe se hace seguimiento a la situación que viven las mujeres de la región considerando que ellas sufren desigualdades y prácticas discriminatorias relacionadas con la redistribución social y económica, así como el reconocimiento político y simbólico.

Lo cual atenta contra su autonomía, de manera física, económica o en la toma de decisiones. Para Benavente avanzar hacia mejores condiciones de vida es una obligación de los Estados y este esfuerzo se incluyen políticas que ayuden a transitar hacia la superación de las diversas situaciones de discriminación que sufren las mujeres en su grupo social.

El empoderamiento está visto como una condición para la igual, ya que es un proceso que junto a la autonomía de las mujeres como estado configuran así.

Para esto la CEPAL viene trabajando en la última década con políticas públicas con el fin de alcanzar el logro de la igualdad en tanto a ejercicio pleno de derechos, responsabilidades y oportunidades por parte de todas las personas, sean hombre o mujeres, es un compromiso que poco a poco se va instaurando en los Estado y que con

relación a la igualdad de género se muestra en la manera en que las políticas resuelven las injusticias de género con el fin de garantizar la autonomía física, económico y política de las mujeres.(Benavente, 2014).

Las políticas públicas que actualmente se exponen en el contexto social son resultado de una justicia distributiva, en la que se busca fortalecer los logros de las mujeres en tres áreas de preocupación que se plantearon y en las que la que trabajan la Organización Internacional Gubernamental, por ejemplo, en países como Brasil y Uruguay las políticas establecidas tienen como objetivo enfrentar la violencia a las mujeres por su género, o sea por el hecho de ser mujeres. En países como Bolivia y Costa rica, responden a la desigualdad en la esfera política, en la que las mujeres no ocupan muchos cargos públicos y se propone la participación de las mismas, para lograr la igualdad de condiciones con los hombres y acceder a puestos de elección popular y de toma de decisiones con el fin de mejorar e incentivar más políticas. En Chile, con una política con mayor análisis se busca el que las mujeres puedan ganar lo mismo que los varones, que en el trabajo se busque mayor condiciones igualdad laboral en respecto a la paga. En Colombia, se busca instaurar la política de garantía de acceso a la interrupción voluntaria del embarazo, con el fin de que sea la mujer quien decida ser madre o no. En México, se aborda directamente con actividades dirigidas hacia las mujeres como programa y actividades en las que puedan seguir desarrollándose. Todas estas políticas son diversas y orientadas a resolver distintos problemas que viven las mujeres en cada país latinoamericano, con un hecho en común, la desigualdad de género y el entregar mayor autonomía a las mujeres. (Benavente, 2014)

1.3.2. El feminismo

Según las ideas de Barreto (2014) el feminismo se basa en la lucha social y política en las reivindicaciones sociales de una desigualdad en práctica de derechos humanos a lo largo de la historia, pero no solo se trata de un tema de género, se debe señalar que los últimos debates son por y para la defensa de minorías o grupos discriminados que se han

encontrado en contextos de reivindicación universal que busca transgredir los marcos de representación de inequidad y represión. Los escenarios de batallas feministas son el debate inacabado e inacabable de la filosofía política, autores como Young (2000) cuestionan la cotidianidad propia de las relaciones sociales, implicaciones y limitaciones de la teoría de la justicia en relación de poder, en la que se pide un nuevo concepto de justicia social que tenga como eje el reconocer y respetar las identidades.

Lucha social se puede entender por todas las acciones de rechazo social a la marginación / discriminación de la mujer, por su condición de género, en donde los(as) ciudadanos(as) realizan marchas, juicios, manifestaciones, debates, fotos para reivindicar a las mujeres y estudiar el tema de género.

Según Sharma (1991) el empoderamiento tiene como objetivo cambiar la naturaleza y la dirección de fuerzas sistémicas que margina a la mujeres y contextos.

Se debe entender naturaleza, no solo al aspecto física de la palabra en sí, sino también a la naturaleza del cómo están estipulados las leyes, trabajos y más respecto a lo que puede o no hacer la mujer, haciendo que ésta sea discriminada en algún momento de desarrollo profesional y/o laboral.

Siguiendo con las ideas de Barreto (2014) para que la sociedad cuente con relaciones más juntas, es necesario el cambio sustancial en la cultura y en todos los componentes que intervienen en ella. En la actualidad, la discusión sobre el rol que desempeña la mujer en el desarrollo ha estado en debate. El lugar que toman las estructuras sociales, desde la victimización han limitado las oportunidades y el fortalecimiento de capacidades, alimentando cadenas de opresión y dominación en relaciones de poder. En los años 50, la movilización feminista, conocida como la segunda ola del feminismo, logró poner en agenda pública a la mujer y su rol en el desarrollo, el concepto de Mujer en Desarrollo informó que la maternidad era el rol más importante, la crianza de los niños, la tarea más efectiva para el desarrollo y en tercer lugar, se definió a la mujer como receptora pasiva, consumidora y usuaria de recursos.

La participación de la mujer en los mercados laborales y la generación de ingresos fue el punto de atención del MED, que se materializó en la asistencia directa focalizada, factor que lo llevó a ser objeto de crítica por parte de muchas feministas considerándolo un enfoque “de arriba hacia abajo” (Barreto, 2014, p. 6)

Siguiendo las ideas de Barreto (2014) las discusiones giran en torno a un punto final que es la inclusión económica de la mujer, porque esta debe generar autonomía en todos sus aspectos e incluir el concepto de Género en el Desarrollo, en donde la mujer comienza a verse a sí misma como una persona activa, principal realizadora en los cambios que toma en su vida y su entorno y con la destreza de realizar cambios en instituciones sociales. Existen otros puntos para el análisis que pasan por encima de la mirada desde el lado económico que hasta el momento había desenvuelto la mujer en el desarrollo y va más allá de la discusión respecto a las demás esferas de la vida en la que se busca la autonomía de las mujeres y partiendo del anhelo de la equidad entre géneros como meta y como medio de desarrollo.

Otro punto igual de importante es la igualdad de género, según Moreno, Morales, De la Cruz (2018) es un tema de mucha relevancia respecto a los Derechos Humanos, ya que a lo largo de nuestra historia ha tenido mayor importancia el darle a cada persona lo que le corresponde en forma igualitaria y equitativa. Es por esto que la igualdad de género y el empoderamiento femenino coinciden en buscar un cambio y un bienestar.

Entonces, se puede prevalecer que más allá que la mujer sea incluida en la esfera económica es darle la libertad de decidir, es decir, autonomía en todos los aspectos en los que se desenvuelva incluyéndose a ella misma como un género en desarrollo, ya que esta se vuelve activa socialmente, ejecutora de las propias metas que se proponga como emprendedora o profesional y con la habilidad de que puede aportar positivamente y alcanzar cambios en el aspecto social y/o político de su región o país.

Capítulo 2. Los negocios como factor impulsador

Este capítulo analizará cómo los negocios, al formar parte del eje económico, son un factor importante por el que la mujer ha podido superarse profesionalmente.

Se lleva a cabo el desarrollo de la actividad, trabajos y empleos de la mujer en los negocios de Diseño y Comunicación tomando en cuenta a las pymes, como inicio del emprendedurismo femenino.

Se debe tener en cuenta que el tema a desarrollar es actual por lo que se toma con hincapié a los negocios en general y luego, especificando en los negocios de Diseño y Comunicación.

Los negocios de Diseño y Comunicación, no fueron creados propiamente con ese nombre, si se remonta a los inicios de la escritura, es probable que las primeras casas editoriales o los primeros periódicos, hayan hecho empresa después de haber conseguido la continuidad de las ventas, pero sin pensar mucho en el futuro y lo que desencadenaría el desarrollar la pasión como diseñar ropa, diseñar espacios, diseñar sonido o escribir, narrar, crear o investigar se vuelva una profesión y/o hacer empresa.

No son solo las mujeres las que se han dedicado a los negocios ligados a la creatividad, pero se hace el foco en ellas por la evolución laboral que han tenido a lo largo desde su inserción laboral, ya que ellas fueron discriminadas para desarrollar tareas laborales, hasta en la actualidad, donde son dueñas de sus propios negocios o gerentes, administradoras, jefas y líderes en empresas.

Se debe entender como negocio creativo todo aquel perteneciente al Diseño y Comunicación, pero, no solo se encuentran dentro de este rubro, también en la Tecnología, que ha sido un recurso demasiado importante para poder lograr avances creativos a favor de la humanidad como la creación del celular, computador y hasta de la inteligencia artificial utilizada mucho en todas las empresas innovadoras del mundo.

Negocios del diseño con todas sus derivadas como: diseño textil e indumentaria, calzado, joyas, gráfico, editorial, de imagen empresarial, de packaging, de publicidad, de espacios

y entre otros más. Negocios de publicidad, de comunicación empresarial, de cine, de televisión, de arte, de fotografía, de organización de eventos, de producción musical, de marketing digital y hasta de estética y belleza.

Pasando por un sinfín de abanico de oportunidades, las mujeres tienen la opción de desarrollarse en lo que más les guste y/o en lo que mejor se desempeñen.

En la actualidad, hay muchas universidades, institutos, tecnicaturas que permiten e impulsan el desarrollo profesional de la mujer, hay organizaciones e instituciones públicas, que también aportan para que la mujer pueda seguir creciendo como empresaria, ya sean charlas, conferencias y/o cursos. Una de ellas es Endeavor, organización que promueve emprendimientos y el pasado 16 de mayo ofreció un evento llamado *Espacio mujeres emprendedoras* en donde ofreció charlas inspiradoras, asesorías con expertos y talleres de capacitación, además de ser un espacio de networking.

Según Heller (2010) la habilidad emprendedora es la capacidad de una persona de identificar y aprovechar oportunidades que le permitan iniciar una empresa, haciendo uso de su conocimiento, experiencia, red de contactos, recursos económicos u otros activos necesarios, propios o ajenos.

Según afirma, Asociación de Emprendedores de Argentina (ASEA) en el 2019, el porcentaje de mujeres emprendedoras a final de 2018 es de 40% del total. Para el 2019, la organización propuso un empoderamiento femenino en el país, proponiendo un triple impacto sobre el valor económico, el efecto social y el ambiental.

Existen organizaciones que mejoran e impulsan el crecimiento profesional y de emprendimiento de la mujer. Entre las más destacadas podemos encontrar:

Asociación de Emprendedores de Argentina (ASEA), ONG que ayuda a desarrollar y fomentar a los emprendedores del país acompañándolos durante todo su proceso. Sus valores están definidos como inclusivo, partidario, cercano, positivo y descentralizado. ASEA presentó una Ley de Emprendedores, que tiene entre sus puntos principales la misión de establecer un día de la mujer trabajadora y además desarrolla junto con

Endeavor, los encuentros de #mujeresemprendedoras.

Emprendedoras en red, resaltan el trabajo guiado por la perspectiva de género, las inquietudes sociales y el interés por el desarrollo de las personas, así como también por un conocimiento del sector empresario. Ofrecen capacitación a quienes forman la red y trabajan siempre bajo el marco del comercio justo y la responsabilidad social.

Comunidad de Mujeres Emprendedoras (CRIAR), asociación sin fines de lucro que apoya a las mujeres emprendedoras y trabaja para aumentar la presencia femenina en el sector productivo y promover la independencia económica. Esta organización se autodetermina como una Red de Mujeres Activas.

JA Argentina, Programa mujeres emprendedoras, la ONG Junior Achievement tiene como objetivo preparar a jóvenes para los nuevos empleos que surgen y que van a desarrollarse en el futuro. Cuenta con el programa de mujeres emprendedoras, que brinda capacitación en negocios y en gestión a mujeres de bajos recursos, alentándolas a emprender e incluso ofreciendo una ayuda crediticia al momento de la ejecución.

Estos espacios son algunos de los que ayudan a impulsar el negocio emprendido por mujeres y que les permite mejorar e impulsar su liderazgo empresarial.

2.1. Inicio, auge y desarrollo

No hay una fecha exacta sobre cuándo iniciaron los negocios creativos, pero probablemente lo inició un hombre neolítico al hacer una rueda de piedra, quien tal vez nunca imaginó lo que podía pasar con el tiempo y esa piedra que había inventado, tiempo después fueron los fenicios los pioneros mercaderes, quienes recorrieron el Mediterráneo y comercializaron el tinte de color púrpura imperial, esta cultura fue la primera en realizar reuniones sobre estrategias comerciales. Luego, sería Roma, el lugar elegido para todos los emprendedores romanos quienes aprovechaban campañas militares para vender ropa y comida a los soldados, luego llegaría el Renacimiento y algunos se dedicaron al trueque, otro en el nuevo recurso: la imprenta. Después, con la dominación colonial y en tiempos de

Benjamín Franklin, sus múltiples patentes, periódicos y talleres de imprenta, le mantuvieron más que ocupado, pero nunca olvidó la más efectiva de las herramientas del emprendedor: la necesidad de establecer una red de trabajo, el tan conocido en la actualidad como networking. Por 1840, un hombre estaba volviéndose millonario fabricando jeans y evaluando el potencial del mercado, ese fue Levi Strauss. Décadas después, llegarían los negociantes de la tecnología sobretodo de la electricidad y Thomas Edison, realizó un imperio.

Allá por el sufragio femenino de los años 20', Coco Chanel, sería la primera emprendedora de la historia, ella se convirtió en un referente de la moda internacional. El siguiente, sería nada más y nada menos que Bill Gates cuando a las finales de la década de los 80' brindó al mundo la posibilidad de navegar en Internet. Ya, por último, las redes sociales a partir de Facebook en el 2004 donde en la actualidad los emprendedores buscan conectarse y expandir sus empresas.

Se debe saber que existen historias de cómo iniciaron las pymes hay, pero muy pocas, tal como lo indican Donato y Barbero (2009) los estudios sobre empresas pequeñas o medianas no son abundantes, porque a lo largo de la historia existe una especie de tradición que favorece al estudio de grandes empresas, luego, la historia de las PYMES es más difícil de rehacer, ya que al ser organizaciones menos burocráticas suelen producir menos patrimonio de documentación escrita que la grandes y, menos espacio para conservarla.

La historia de empresas en la Argentina, al igual que en otras naciones de América Latina, ha experimentado un intenso crecimiento desde fines de 1980. (Donato y Barbero, 2009, p.9)

Como indica Donato y Barbero (2009), los casi 80 años que han transcurrido desde 1928 hasta la actualidad han sido testigos de grandes cambios en el contexto de economía internacional e institucional de la Argentina, que por 1975 su tasa de crecimiento era inferior a la de los países más dinámicos de América Latina desencadenando un contexto complejo para el desempeño de las PyME, en que crecer o sobrevivir se vieron difícilmente de

realizar, se resalta que entre mediados de la década de 1940 y mediados de la de 1970 fueron fundadas importantes PyMEs que luego en los inicios de 1930, se volverían motor de la actividad económica debido a la sustitución de productos de importación, es entonces que el Estado asumió el papel de regular la actividad económica y el de repotenciar la industrialización. Las pequeñas y medianas empresas industriales también tuvieron que adaptarse a cambiantes condiciones del contexto, por los fines de los 40 hasta fines de 50 era muy difícil obtener permisos de cambio. Durante el gobierno de Frondizi se pudo importar maquinaria con arancel cero, pero años más tarde se daría la crisis de 1962-63 que dejó a muchas PyMEs afuera del mercado. A partir de 1975, todo se revirtió con el golpe de Estado vendría la liberación de mercados, apertura externa y la eliminación de subsidios y regulaciones estatales, para ese entonces la Argentina entró a a un régimen de alta inflación, por la década de 1980, asignada por la crisis de la deuda externa y sus repercusiones internas lograron que todo se agravase. Por 1990, empezó la época de cambios estructurales con reformas que lograron una economía abierta y desregulada, la estabilización de precios fue una de las grandes distinciones que se logró en ese período, la disminución de barreras de importaciones y la casi completa eliminación de e impuestos a las exportaciones, sumados a ser parte del MERCOSUR, modificaron e incentivaron la demanda de amplio conjunto de bienes. Se abrió el mercado comercial y la momentánea sobrevaloración del peso resultaron en un sostenido incremento de importaciones de maquinarias, insumos que instauró la competencia interna en la producción, gestión, distribución de las organizaciones lo que demandó capacitación de colaboradores. Desde principios de 2002 se abrió un nuevo escenario con el fin de una ley de convertibilidad de la moneda y el default de la deuda externa, este año fue crítico ya que la Argentina atravesó una de las crisis más profundas de su historia llegando a caer el PBI a 12% y los empresarios tomaron decisiones diferentes y condicionadas por los antecedentes históricos vividos y por los objetivos particulares.

De toda esta evolución empresarial, se debe resaltar al empresario que se arriesga, que

invierte, confía en sus capacidades, genera puestos de trabajo y resiste a las coyunturas negativas, adaptándose y mejorando su manera de competir.

2.2. Actividad, trabajo y empleos

La mujer se ha ido desarrollando en diversos campos, como se indica en el Capítulo 1, empezó a realizar sus primeras actividades laborales en la 1ra Guerra Mundial en la que el hombre tuvo que salir a batallar y fue ella, la que muchas veces tenía que salir a buscar el alimento para la familia.

Desde ese momento, la mujer empezó a darse valor económico, tal vez no con una retribución mensual pero lo que le solventaba para poder comprar y satisfacer necesidades básicas del hogar.

En la actualidad, la mujer puede con total libertad de autonomía desarrollarse en el ámbito que más guste, pero esto no libra de la discriminación laboral por género que se vive.

La mujer de Negocios de Diseño y Comunicación proviene de carreras novedosas y que han sido actualmente integradas en muchas universidades.

Basándonos en las carreras que ofrece la Universidad de Palermo, prevaleciendo que es la mejor por quinto año consecutivo brindando la carrera de Diseño y como una de las mejores universidades privadas de Argentina, se hace un listado de las profesiones y tecnicaturas que ofrece, con el fin de saber cuáles son las actividades que desempeñan las mujeres líderes en el campo de los negocios creativos.

En el área de Diseño visual se encuentran profesionales como Diseñador(a) gráfico, dedicado a ser el profesional creativo de la imagen visual que se renueva una y otra vez a través de sus obras, Diseñador(a) Editorial, dedicado a crear revistas con el mejor estilo de arte, el Diseñador(a) de imagen empresarial, dedicado a crear la identidad de una empresa y llevar a cabo el plan de marca, el Diseñador(a) de packaging, dedicado a crear el mejor empaque de acuerdo a los productos a lanzar, el Diseñador(a) de historietas, dedicado a crear historias con mezcla de dibujo para fines comerciales o audiovisuales, el Diseñador(a) de ilustración, dedicado a la creación exclusiva de creadores visuales.

En el área de Moda y Tendencias, se encuentran profesionales como Diseñador(a) textil y de indumentaria, dedicado a la creación de nuevos diseños en telas y de prendas, Fotógrafo(a) de moda, quien conoce de estilos con el fin de plasmar de forma particular la experiencia de un desfile, la obra de un diseño y/o la identidad de un producto, Marketing de la moda, encargados de elaborar productos y requiere de profesionales especializados en Comercialización para el correcto funcionamiento de procesos con el fin de establecer estrategias comunicacionales y competitivas para generar negocios y marcas, Moldería y Confección, es aquel que transforma los diseños en moldes para su producción y dirige la confección de los mismos hasta la gestión integral del proceso, Producción de moda, aquel que conoce el cómo funciona el mundo de la moda, quiénes son sus protagonistas, las tendencias y el objeto es relanzar marcas y diseñadores en este mundo cambiante, Diseño de Calzado, aquellos profesionales que desarrollan, crean y materializan colecciones de autor con identidad particular y estilo propio, su objeto es desarrollar estrategias de marketing y branding de marcas de calzado a nivel mundial, Dirección de Proyectos de Diseño, forma profesionales que sean líderes que piensan, crean e implementan soluciones a través de la coordinación de profesionales y equipos de diversos campos del Diseño, Negocios y Tecnología Digital.

En el rubro de Comunicación, se encuentran dos áreas, Comunicación Corporativa y Empresarial y Comunicación y creatividad publicitaria. La primera ofrece carreras como Relaciones Públicas, que forma profesionales que dominan medios tradicionales, redes sociales y nuevas formas de comunicación, Organización de eventos, formando a profesionales que logren vincular directamente a las empresas con sus públicos, realizando un plan para poder producir eventos de todo tipo desde empresariales hasta personales, Dirección de Comunicación, forma profesionales que son capaces de protagonizar conducción de negocios, emprendimiento y proyectos, cuentan con visión 360° para la ejecución de sus planes. Por su parte, en la segunda área ofrece carreras como Dirección de arte, con el fin de formar profesionales que sean creadores, directores y máximos

responsables de una agencia de publicidad llevando a cabo campañas, cortos comerciales, gráficas y todas las piezas publicitarias, Publicidad, forma profesionales que idean campañas con perspectiva creativa para la empresa, marca y productos, Comunicación publicitaria, en la que comunicadores, diseñadores y creativos tienen la posibilidad de ampliar su formación disciplinar en los negocios.

Hay otras muchas carreras que pertenecen al campo del Diseño y Comunicación como la Creación artística y musical, en la que se forma a artistas con alto nivel de profesionalización que crean, gestionan y producen música, el área Audiovisual en donde carreras como Dirección de arte de cine y tv, Guión de cine y tv, Comunicación audiovisual, Fotografía, Televisión, Dirección Cinematográfica forman a profesionales que desarrollan productos audiovisuales únicos e impactantes, el área de Teatro y Espectáculo, ofrece carreras como Actuación profesional, Escenografía, Dirección Teatral, Diseño de Espectáculos, Producción Musical y Vestuario, en las que se forma a un artistas dedicado a la interpretación, organización, puesta en escena, dirección de obras de teatro, televisión o cine. En el área de Multimedia Digital, ofrecen carreras como Diseño de Imagen y Sonido, Artes Multimediales, Comunicación web forma profesionales que diseñan, crean y producen imágenes visuales y auditivas para varios soportes.

Se debe reiterar que estas carreras son creativas por ser dedicadas al campo de la creación, también se debe tener en cuenta que hay muchas otras que no necesariamente se encuentran dentro de alguna de las áreas, ya que son carreras nuevas en la que las mujeres vienen trabajando.

2.3. Panorama en Argentina: presente y desafíos

Si hay algo notorio por donde se estudien a las pymes es que actualmente carecen de políticas de apoyo, sobretodo en América Latina. Como indican Ferraro y Stumpo (2010) la información en cuanto a cantidad sobre las pymes en América Latina es poca y constantemente de mala calidad, por lo que es más difícil analizar la evolución del

desempeño de estas empresas y a veces, existen inconvenientes como el estimar el peso en la producción y el empleo.

Como indican los autores, no existe mucha bibliografía específica que indique solo la evolución de las pymes, se debe destacar el libro *Contra viento y marea* de Vicente Donato y María Inés Barberi, donde abarcan casos específicos de temas exitosos y nos cuentan la historia de los inicios de la pyme y los problemas políticos y económicos que siempre han atentado a la Argentina como la inflación, el control de la moneda extranjera y políticas extranjeras.

Siguiendo con las ideas de Ferraro y Stumpo (2010) los países con mayor participación en el total de la economía formal son Argentina, Brasil y Chile, países en donde la relación de porcentaje de ocupación y las pymes supera el 40%, mientras que en Perú se puede indicar la importancia de las microempresas formales como muy elevada y por eso que el peso de las pymes es menos al 12%, se entiende de esta manera definiendo que el peso de las pymes es variable y depende, exclusivamente del peso de las microempresas formales. Otro punto a mostrar y que también es un desafío es la capacidad exportadora de las pymes, ya que es bastante limitada por estructura ya que los rubros como energía, minería, gas no tiene participación en pymes sino más bien, en grandes empresas. Se toma en cuenta que, del total exportado por el país, las pymes tienen un 10% de participación de exportación en países como Argentina y Brasil.

Como indica Peres y Stumpo (2002) las manos industriales se concentran en sectores como mano de obra. Se puede deducir tres modelos de especialización según su peso económico, los de mayor escala son Argentina, Brasil y México en donde hay un mayor peso relativo en ramas metalmeccánicas y electro electrónicas, en los de escala intermedia como Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela está orientado a sectores de alimentos, productos químicos y plásticos, en los de menor como Costa Rica, Nicaragua y Uruguay se presenta una fuerte cantidad de industria de alimentos.

Un punto que también es un reto – desafío para las pymes es el desarrollo de políticas ya

que como indica Ferraro y Stumpo (2010, p. 22) la debilidad de las instituciones delegadas de realizar políticas a las pymes en términos de tener personal de recursos humanos y financieros, inestabilidad laboral, el no brindar capacitación laboral, cambios frecuentes en la dirección y a veces en la orientación en las políticas explica, la mala calidad de la información que manejan los países latinoamericanos.

De acuerdo, a esta realidad se puede deducir que probablemente las políticas vigentes han sido realizadas de acuerdo a información parcial, repentina e incluso no se considera las propias definiciones de las instituciones públicas respecto al fomento a las pymes para guiar su accionar.

Hay un desafío muy fuerte, por no decir, de los principales, que perjudica el desarrollo profesional o emprendedor de la mujer, es la discriminación laboral por género.

Debemos de saber el por qué sucede esto, ¿podría ser por la diferencia salarial entre varón y mujer?

Oaxaca (1973) y Blinder (1973) contribuyeron de una manera fundamental a la medición de este tipo de eventos. Según ellos, puede pensarse que el salario percibido por cada trabajador depende de su dotación factorial (capital humano) y de la remuneración de mercado de esas dotaciones. Dado que, en un contexto de competencia laboral, los factores se remuneran según su productividad marginal, es decir, cuánto produce un trabajador, toda diferencia en salarios que no esté explicada por diferencias en productividad podría calificarse como un fenómeno de discriminación. En otras palabras, puede decirse que existe discriminación siempre que se remunere distinto a un grupo de trabajadores con características iguales, o que se pague de manera similar a un conjunto de personas con características diferentes.

Según Busso (2003) se podría explicar que la paga laboral no es la única variable a través de la cual se discrimina a las mujeres, se debe saber que una de las principales barreras de entradas para las mujeres en alguna actividad o cierto tipo de empresa es la discriminación que podrían pasar al postular o incorporarse a un rubro que no es el suyo.

Otras veces, la discriminación se podría demostrar en la diferenciación en los tipos de tareas que se asignan a varones y mujer, sin dudo estos fenómenos influyen para la caída del salario relativo de las mujeres, por lo tanto, será visto como una medida de discriminación salarial, se debe saber que analizar la discriminación a través de las diferencias de pago es una técnica general para medir la discriminación laboral.

Existen diferentes trabajos que explican la existencia de la discriminación laboral, según la recopilación de Busso (2003):

Cain (1986) presenta un extenso resumen de diferentes resultados en el tema de discriminación obtenidos para EEUU. Allí puede observarse, sin duda alguna, que cuando el ingreso se mide a partir del salario horario, la discriminación en contra de las mujeres varía en un rango que va del 15% al 40% dependiendo de la forma de medir la productividad y del año analizado. Estas medidas tienden a aumentar considerablemente a valores que van del 20% al 60% cuando en lugar del salario horario se analizan las diferencias en el ingreso anual (lo que refleja diferencias en las horas trabajadas).

En Latinoamérica existen casos de diferentes países, para esto Contreras y Galván (2001) descubrieron que en Bolivia durante los 90' ha seguido permaneciendo la discriminación por género, aunque para los jóvenes ocurre lo mismo, pero en menor escala variando en un rango que va del 30% al 40% aproximadamente, Montenegro (2001) muestra para el caso de Chile la diferencia sistemática en el retorno a la educación y experiencia de varones y mujeres que se amplía para personas con los ingresos más altos de la distribución condicional laboral. Para la Argentina, Paz (2000) se encontró que en el año 1997 se vivía con un porcentaje bajo de discriminación laboral.

Según Poltorak (2018) la brecha laboral se da por motivos de género, la violencia contra la mujer en donde relata cómo inició Ni una menos, campaña que moviliza a ciento de miles de mujeres en busca de. igualdad y justicia, una movilización multitudinaria en la cual se condenaba una sola realidad: a la mujer se le mataba por ser mujer.

Ni una Menos no fue sólo una alerta y un reclamo de medidas urgentes porque literalmente estaban asesinando a las mujeres, sino que fue (y es) una denuncia

contra todo el orden social que tiene como denominador común la violencia y degradación de la mujer que exige un cambio inmediato y sustancial en todos los niveles. (Poltorak, 2018, p. 506)

En la actualidad las noticias indican esta realidad de violencia que hace que las mujeres no puedan, incluso, hacer por ellas mismas sus necesidades básicas, porque para la sociedad es lamentable prender la televisión, leer una noticia o enterarse que una próxima a ellos ha recibido violencia física, verbal y/o psicológica.

Es por ello que se considera a la violencia de género como uno de los principales desafíos que se debe eliminar para que la mujer pueda desarrollarse profesionalmente, con mayor hincapié en América Latina donde mayores índices de violaciones, feminicidios y secuestros.

Siguiendo los lineamientos de Poltorak (2018), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) viene trabajando con agenda en donde establece en el preámbulo el reconocer desde el principio un salario igual por un trabajo de igual valor, con el pasar de los años el análisis se ha ido haciendo más complejo, explorando diferentes puntos de análisis que hacen la diferenciación entre varón y mujer en el plano laboral siendo la brecha salarial, una de las principales consecuencias de desigualdades. Se puede decir que los distintos salarios son solo la punta de iceberg. El año pasado, en octubre se celebró la decimonovena Reunión Regional Americana de la OIT donde uno de los temas que se debatieron fueron los avances y retos para reducir la brecha salarial y otras brechas de género, según el informe de la sesión informativa indicaba que para entender la desigualdad salarial se debía analizar la división horizontal que limita a las mujeres a una cantidad pequeñas de ocupaciones concentradas en sectores de menor productividad y la división vertical, que hace más difícil el ascenso de jerarquía a las mujeres en las empresas, relegándolas de esta manera a los trabajos peor remunerados. Otros factores que impactan en el sueldo de las mujeres comprenden la responsabilidad por cuidar por personas dependientes, formas de violencia que restringen su participación y desempeño y la discriminación ligada a su rol de reproducción.

Es a esta instancia en donde se puede señalar que no solo hay discriminación laboral por pagar diferentes tipos de sueldos a varones y mujeres, sino también en el rol que desempeña la mujer y el varón en la sociedad en la cual, la primera está destinada como se indica en el capítulo 1 a realizar las tareas domésticas, la maternidad y crianza de hijos mientras que el segundo, es el encargado de llevar el dinero a casa.

Según Poltorak (2018) se puede indicar que existe una brecha salarial explicable cuando la mala remuneración que reciben las mujeres es debido a características 100% observables como el nivel de educación, experiencia laboral, sector económico donde se desempeñan, la región, la intensidad laboral y la ocupación mientras que una brecha salarial no explicada sería donde tiene influencia determinante la discriminación directa.

2.4. Estadísticas a nivel mundial, región Latinoamérica y Argentina sobre discriminación laboral

Según estadísticas de la Organización de Naciones Unidas (ONU), las mujeres ganan en promedio 77 centavos por cada dólar que perciben los hombres. Sin embargo, la situación no es homogénea entre los distintos países: en Costa Rica o Luxemburgo la brecha es menor al 5% mientras que en Corea del Sur llega al 36%, por mencionar polos extremos. Se debe saber que al pasar los años la situación se va haciendo más complicada, en particular cuando la mujer decide ser madre. Se percibe que por cada nacimiento, la mujer pierde promedio un 4% de su salario. La asesora de ONU Mujer, Anuradha Seth, advirtió que buena parte del problema es el trabajo familiar no remunerado que las mujeres siguen llevando a cabo de forma desproporcionada.

Según el Informe Mundial sobre Salarios 2014 - 2015, otra tendencia llamativa es que a mayor nivel de salarios (que por lo general va acompañado de un nivel más elevado de instrucción), más amplia es la brecha salarial. Tomando como ejemplo a Europa en el 2010, el 10% de las trabajadoras en la parte más baja de la escala salarial ganaban 100 euros mensuales menos que el 10% de los hombres en la misma posición. Por el contrario, el

10% de las mujeres que percibían salarios más altos ganaban 700 euros menos al mes que el 10% de los hombres mejor remunerados.

Uno de los puntos principales de la brecha salarial explicada lo constituye el trabajo no remunerado.

Los datos internacionales al respecto son contundentes: el 75% del trabajo doméstico y de cuidados es realizado por mujeres. Ellas dedican 2,6 veces más tiempo al denominado trabajo no remunerado que los hombres. En promedio, las mujeres dedican un 18% de su jornada a esa labor mientras que los hombres un 7%. Esta diferenciación encuentra su sostén en estereotipos que se arraigan desde muy temprana edad. Un estudio de treinta y tres países realizado por la ONU Mujeres muestra que las niñas de entre siete y catorce años de edad realizan más tareas domésticas que los niños de la misma edad.

Poltorak (2018) indica que sí es cierto que la tasa de participación laboral de mujeres ha crecido en América Latina y el Caribe, sigue existiendo una diferencia del 25% respecto a los varones.

Según datos de la Oficina Regional de la OT para América Latina y el Caribe (2017) el desempleo también es un campo en el que las mujeres lleva el primer lugar ya que las tasas de mujeres son más elevadas que la de los hombres (10,4% frente a 7,6%), agravándose la situación en el caso de las mujeres jóvenes que en 2016 tenían una tasa de desempleo del 22,2% frente al 15,5% de los hombres. En la región, los datos confirman la intensidad de la segregación horizontal: el 63% de las mujeres se desempeña en los sectores de servicios sociales, comunales y personales, y de comercio, generalmente asociados a menores niveles educativos, bajos salarios, escasa cobertura de seguridad social, más inseguridad en el trabajo y ausencia de contrato.

En relación a la brecha salarial, según un relevamiento de 2015 en América Latina es del 15%. Si se la subdivide geográficamente, se advierte que en el Cono Sur es del 21,4%, en la Región Andina del 16%, mientras que en Centroamérica y México es del 9,9%.

Según Poltorak (2018) la situación de la Argentina sigue las tendencias mundiales y propias

de la región. En la publicación *Las mujeres ganan menos que los hombres en todo el planeta*, las economistas Mercedes D'Alessandro y Magalí Brosio señalan que en Argentina las mujeres ganan en promedio 27,2% menos que los varones. Detallan, utilizando fuentes de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), que el 46,3% de esta diferencia se explica en características observables como la educación, la experiencia laboral, el sector económico, la región, la intensidad laboral y ocupación. Es decir, la brecha explicable obedece a que los empleos peor remunerados son mayoritariamente ocupados por mujeres (por ejemplo, en Argentina, sólo el 7% de los cargos ejecutivos –CEOS- en empresas están ocupados por mujeres), a que las mujeres dedican más tiempo a tareas domésticas obligándolas a abocarse menos horas al trabajo, etc. Ahora bien, el 53,7% restante que constituye la brecha no explicada, no tiene una respuesta única pero sí existen datos e indicios que dan cuenta de que aún persiste una distinta remuneración por la realización de una misma tarea.

Poltorak (2018) indica dice que este primer análisis sirve para saber el grado de importancia que tiene este tema y que todavía resta mucho camino por recorrer y que no alcanza con lograr medidas efectivas que hagan eliminar la discriminación laboral sino más bien abordar el problema de los factores que constituyen la brecha salarial explicada. Detallado por ejemplo en un informe sobre las *Mujeres en el mercado de trabajo argentino* publicado por el extinto Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación sobre estadísticas del tercer trimestre de 2017, en donde se indicó que la tasa de la participación en actividades domésticas de las mujeres era del 88,9% mientras que la de los hombres, del 57,9%. En promedio, las mujeres dedican 6,4 horas diarias a las tareas domésticas mientras que los varones 3,4 (un 90% menos).

Se indica que el inicio del trabajo de la mujer en el campo de los Negocios de Diseño y Comunicación viene desarrollándose con mucha notoriedad a partir de la profesionalización de las carreras creativas, partiendo que estas son iniciadas como pyme para lograr una independencia económica en donde también se muestra el panorama

argentino respecto a la lucha contra diversos temas laborales que afectan al desarrollo profesional de la mujer y su autonomía y empoderamiento femenino.

Según lo señalado, se puede indicar que los negocios creativos fueron iniciados con mayor auge en el campo de la moda y que la mujer ha desarrollado emprendimiento por la necesidad de querer independizarse, ya que a diferencia de los varones que empiezan un emprendimiento por oportunidad o necesidad, a la mujer se le suma, una causa muy importante: la imposibilidad muchas veces de ascender a puestos laborales dentro de una organización.

Capítulo 3. Empleo femenino en Argentina

Este capítulo aborda el cómo se lleva a cabo el empleo femenino en Argentina, explica el surgimiento de cómo la mujer empezó a laborar en el país, así como también se trata los modelos de negocio, viendo el estilo corporativo y emprendedor, para que nos ayude al post análisis en sus diferencias, la estructura organizacional de una empresa basados en estudios de campo de otras organizaciones que serán tomados en cuenta para la posterior comprobación en el capítulo 4, ya que nos basaremos en hipótesis teórica de diferentes casos de estudio para luego realizar el propio estudio y ver las diferencias y comparar el mercado laboral actual femenino, luego se tendrá el desarrollo de cómo se desempeña la mujer en la empresa donde nuestro objeto de parte de las ideas de Kozmetsky (1992) que desarrolla a la mujer como manager, profesional y emprendedora, en el último subcapítulo se hablará de los nuevos paradigmas laborales para saber las nuevas propuestas con el fin de conseguir igualdad de género, autonomía y empoderamiento femenino en los negocios de la Argentina.

Se debe tener en cuenta que el tema a desarrollar es actual por lo que se toma con hincapié a los negocios en general.

3.1. Surgimiento

Según Sánchez (2017) la participación de las mujeres en la industria tiene una historia similar a la del acceso a la educación superior; por sus gustos y condiciones la mujer comenzó a desempeñarse en determinados trabajos de acuerdo con su vocación descrita desde el mundo masculino; las labores asistenciales han sido las más marcadas como profesión femenina y en tal sentido se observa la segregación de cargos que aún en la actualidad está marcada de manera profunda a partir del ingreso a las facultades en las universidades. Derivada de los roles de género y sus orígenes en ciertos tipos de discriminación, la segregación laboral asigna determinadas tareas a cada género, con lo que se limita la igualdad de oportunidades. Godoy y Mladinic (2009) postulan de dos tipos

de segregación laboral, la horizontal y la vertical; se refiere la primera a los escasos sectores de la economía en los que la mano de obra femenina puede desempeñarse mientras que la segunda habla acerca de que existe concentración de los empleos femeninos en las escalas más bajas de la jerarquía organizacional. Con esta descripción podría afirmarse que otra de las razones por las que la participación de las mujeres en la alta dirección es escasa tiene que ver con el largo recorrido que deben emprender para su ascenso si se tiene en cuenta la mencionada segregación vertical. Muestra de ello se tiene en la participación de las mujeres en la más alta línea jerárquica de las organizaciones, en varios estudios se encuentra que las mujeres tienen gran representación en puestos directivos medios, como directoras de área, pero la representación en vicepresidencias es muy escasa y al revisar las presidencias de compañías los porcentajes son aún más bajos.

3.2. Modelos de negocio

Según Peter Drucker (1984) indica que un modelo de negocio se refiere a la forma en la que la empresa lleva a cabo su negocio. Es decir, quiere decir que sabe que establece sus propias características empresariales, lo que a su vez lo diferenciará del resto.

En el presente PG se debe indicar que se estudia el modelo corporativo y emprendedor, teniendo a estos como punto de partida para empezar a hacer la investigación de campo, lo que a su vez también ayudará a poder analizar diferencias y similitudes.

3.2.1. Corporativo

El modelo de negocio corporativo hace referencia al desarrollo de la mujer en grandes corporaciones y/o empresas.

Como indica Hatum, A. (2019) para La Nación, los hombres llegan a mayores posiciones de dirección que las mujeres, se señala que solo el 20% de los puestos principales de una organización son ocupados por mujeres, por otro lado la brecha salarial es un tema vergonzoso, ya que puede haber una diferencia del 24% en salarios. Se puede asignar estas diferencias a tres causas diferentes, entre ellas la maternidad, educación y

corporación. Porque cuando una mujer decide ser mamá, la compatibilidad con la vida profesional se hace más dificultosa porque a diferencia de los varones, ellos relegan la tarea en sus mujeres; la educación, porque según diversos estudios, aún se puede detectar una diferencia a la hora de elegir qué se quiere estudiar, las mujeres no se atreven a estudiar Ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas, están más relacionadas a carreras de Humanidades, Letras y Ciencias Sociales. El porcentaje de investigadores mundiales están en un 30% según la UNESCO y la corporación; muchas empresas están empezando a influenciar sobre la igualdad de género. En las grandes corporaciones un problema es la brecha salarial. En Argentina según datos de la Superintendencia de Riesgos del Trabajo (SRT) la diferencia asciende al 19%.

3.2.2. Emprendedor

Según Mejía (2003) sería conveniente indicar que una empresa es una organización económica en la cual se combinan los factores productivos para generar bienes y servicios y así satisfacer las necesidades de la sociedad.

Por otra parte Jiménez (2006) señala que los criterios utilizados para definir a las PYMES incluyen cierto grado de arbitrariedad, porque varía de acuerdo con la cantidad de colaboradores con que se cuente o el monto de la facturación, todo esto aunado a que no existe una estadística confiable y real de las PYMES que posibilite adoptar algún criterio de las medidas especiales que se deban considerar. No obstante, se puede decir es que son empresas que nacen y evolucionan utilizando recursos de todo tipo, incluyendo el humano, materiales y de información, cuya eficiencia se va logrando por el método de prueba y error.

Como indica Burns (2006) el papel de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) es de suma importancia, ya que se ha convertido en un motor que genera empleo, es por esto que indica que es razón suficiente para contar con el recurso humano óptimo, que contribuya al desarrollo productivo de la empresa, la cual debe ser liderada por personas que reconozcan sus fortalezas y los motive a desarrollarse como individuos capaces y

también a sentirse parte de la organización. En este aspecto el líder juega un papel importante por ser quien dirige a un equipo; así, si se parte del principio de que el liderazgo se produce cada vez que se trata de influir en el comportamiento de un individuo o grupo, entonces se cuenta con los elementos básicos: el líder y su equipo. En los últimos años, una nueva cara se ha venido integrando a las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), no solamente como un miembro más del equipo de trabajo, sino como un instrumento fundamental que contribuye al desarrollo de la empresa, guiando y motivando a un equipo a alcanzar la excelencia, por medio de innovaciones y estrategias que dan paso al desarrollo personal y a una participación activa. La mujer ha venido desempeñando cargos de autoridad en diferentes empresas y los logros en esta gestión son dignos de lucir en el tapete. El propósito es el de traer a la luz el impacto que el papel de la mujer como líder ha tenido en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) así como algunos de los instrumentos utilizados para alcanzar los logros obtenidos. Los esfuerzos que las mujeres han venido realizando a través de los años, en cuyos casos la capacidad y preparación estaban cimentados en la voluntad de servir, en la intuición y en la manera innata de dirigir e identificar las fortalezas de cada persona, reflejan logros que inspiran a seguir explorando terrenos que solo permiten ver hacia delante. Por tanto, es justo y necesario documentar y resaltar el impacto del liderazgo femenino en las PYMES, de manera que pueda servir como una guía para las empresas a la hora de reclutar personal para los puestos de dirigencia; sobre todo si se toma en cuenta el apoyo recibido por diferentes organismos. Igualmente, servirá como un instrumento con efecto multiplicador orientado a fomentar el desarrollo de las capacidades de liderazgo en las mujeres que contribuyan al bienestar de las organizaciones y las economías de los países.

3.3. PYMES, sinónimo de independencia

De las pequeñas y medianas empresas, se puede escribir, hablar y comentar por doquier, pero en este subcapítulo se pretende ver cómo a pesar de las dificultades que atraviesa el

país (alta tasa de inflación y suba del dólar), la mayoría de pymes se mantienen en pie de batalla, porque son ellas, las que mueven al país, son ellas las mayores recaudantes de impuestos y son ellas, liderazgo e independencia de muchas familias, mujeres y varones que saben bien que ser tu propio jefe no es fácil pero lo terminan haciendo de la mejor manera.

De acuerdo con Global Entrepreneurship Monitor, conocido como GEM (2012), existen solo dos razones por las que una persona puede convertirse en emprendedor: oportunidad o necesidad.

Otra de las razones radica en que las mujeres deciden emprender un negocio por el deseo de poner en práctica una idea innovadora, aunque los hallazgos de la OCDE (2013) muestran que este motivo es más importante para los hombres que para las mujeres en Europa, y también en América Latina de acuerdo con SELA (2010) y BIRF (2010), en donde 13,36% de los hombres que inician un negocio lo hacen por el deseo de desarrollar una idea o aprovechar una oportunidad de negocio, mientras que en el caso de las mujeres solo 8,79% de las mujeres lo hacen por esta razón. Muchas lo hacen ante la imposibilidad de ascender en sus carreras laborales dentro de una organización, es decir, el encuentro con el llamado techo de cristal o por la necesidad de encontrar un trabajo que las satisfaga y contar además con un horario flexible que permita compatibilizar el trabajo y la familia, respecto los estudios de la OCDE (2013) encontraron que 40% de las mujeres en Estados Unidos emprenden por conciliar sus actividades laborales y familiares.

Entonces, se podría atribuir que una de las principales motivaciones para emprender un negocio para la mujer, es el poder disponer de tiempo para desarrollar otras tareas o el formar una familia y ser su propia jefa.

A nivel de las investigaciones de corte empírico, en la línea de los factores personales, Kantis (2004), sobre la base de un estudio efectuado para un grupo de países de América Latina, concluye que entre las principales motivaciones para emprender un negocio están: lograr la realización personal, poner en práctica sus conocimientos, mejorar su nivel de

ingresos, contribuir a la sociedad, ser su propio jefe, ser adinerado, ser como un empresario que admiraba, obtener status social, seguir la tradición familiar de estar en los negocios, estar desempleado, no poder estudiar.

Todas motivaciones que poco a poco van aumentando a medida que el emprendimiento vaya evolucionando. Un gran logro para emprendedoras es poder administrar su propio tiempo, solventar las necesidades básicas, de seguridad, para luego ir por la autorrealización personal como lo indicaría Maslow.

Donato y Barbero (2009) resaltan el papel importante que tuvieron los inmigrantes, ya que muchos de ellos trajeron consigo el *entrepreneurship*, de un total de 19 casos expuestos, 10 eran de familias inmigrantes y otros 5 de hijos de inmigrantes con una abrumadora influencia italiana. Este dato es de suma importancia, ya que la relaciones entre migración y emprendimiento se ha estudiado desde distintas posturas, se podría tomar a la inmigración como un emprendimiento en sí, ya que implica mucho sacrificio y estimula las capacidades del emprendedor con el desafío de proveer de recursos monetarios. Ejemplo de ellos es Isaac Naiberger, tejedor polaco, fundador de la empresa que lleva su nombre, Ugo Pilati, enólogo italiano graduado en Conegliano y cofundador de Bodegas y Viñedos Bianchi, José Nucete y sus hijos, nacidos en Jaén y arribados en Argentina con la cultura del olivo, fundadores de Agroaceitunera. Otro punto a destacar es el papel que jugaron las familias, y ahí entra a tallar el papel que desempeñaban las cónyuges, esposas, familias y redes sociales. Por otro lado, en diversas oportunidades las mujeres de la familia contribuyeron con su *know how*, su sensibilidad y sus contactos.

Por otro lado, Kantis, Angelelli y Gatto (2000) indican cuáles son los factores para que un emprendimiento se cree y superviva, uno de los primeros aspectos, es el foco de interés en donde se define quién es empresario y ahí coinciden con las ideas de Gilder (1984) quien señala que empresario es todo aquel de aprender, perseguidor de objetivos a pesar de fracaso, pero que finalmente obtienen el éxito al romper con antiguos modelos y crean uno propio. Hay factores que influyen en el nacimiento de empresas, según los autores hay

enfoque no económicos y ahí se encuentra el enfoque basado en las características de personalidad y otros factores no económicos identificados en la literatura como la legitimación de la empresarialidad, debido a la relevancia de normas en el proceso de aparición de nuevas empresas, la movilidad social, favorablemente visualizada por el entorno como deseable y factible, la marginalidad, sobre su grupo religioso, cultural, migrantes y su posición frente a temas sociales y la integración social, esto con el fin de contrarrestar protagonismo a la marginalidad y hacer que los individuos se relacionen dentro del sistema social. Otro factor, es el enfoque orientado hacia el proceso en el que se ve desde el enfoque psicológico y enfoque del proceso, aspectos claves de la empresarialidad como: la formación de motivación básica que puede ser innata y determinada desde la niñez o asumido como el resultado de un rango general de influencias a través de la vida y las influencias sobre el deseo de transformarse en un empresario en el enfoque psicológico sería el deseo de una consecuencia de la personalidad y desde el enfoque de proceso sería el resultado de la interacción y relación con otros individuos y la adquisición de nuevas ideas de negocios desde el enfoque psicológico sería explicada por la suerte, fortuna y destino y por el enfoque de proceso explicado como un proceso continuo con cierto grado de exactitud y predictibilidad.

El enfoque conductista de Gartner resume que no se debería buscar la respuesta a saber quién es emprendedor, sino, a saber, cómo son las organizaciones y hacer foco en dimensiones como: individuos involucrados con la creación, actividades a desempeñar durante el proceso, estructura organizacional, estrategia resultante y el ambiente laboral.

Por otro lado, el enfoque de Shapero se basa en que la formación de empresas es la etapa final, o sea de culminación de un proceso único en el que depende del sector industrial, lugar y período. Para el autor, es un evento resultado de la influencia de diversos factores externos como económico, social, psicológico y cultural y se basa en un modelo con cuatro condiciones necesarias como el desplazamiento, disposición a actuar, credibilidad y disponibilidad de recursos. Otro enfoque es el de Gibb y Ritchie en el que su planteamiento

se basa en el surgimiento y desarrollo exitoso es el resultado de la idea en sí misma, disponibilidad y obtención de recursos, habilidad del empresario y asociados y el nivel de motivación y compromiso, cuatro factores fundamentales para el éxito del emprendimiento. Se debe destacar que mientras más innovador sea la idea, harán más complejo el ingreso al mercado potencial.

Otro, el enfoque de redes y centrados en el contexto en que los empresarios resaltan las relaciones con las redes informales, es decir, amigos, familiares, otros empresarios, que les permite ampliar su acceso a las oportunidades y acceder a una masa de recursos mucho a mayor a los propios para lanzar su negocio, se debe resaltar que mientras más ricas redes sociales posea el emprendedor serán más competente para desarrollar negocios.

Otro enfoque económico sobre la empresarialidad, basados en Schumpeter (1931) es quién consideró a la innovación y la empresarialidad, fuerzas conducentes al desarrollo económico en la sociedad capitalista.

Lo que se quiso lograr como indica Kantis, Angelelli y Gatto (2000, p. 14) es ir hacia un enfoque ecléctico ya que, a estas alturas al tener conocimiento sobre los enfoques, se sabe que el surgimiento y desarrollo de empresas es complejo y multidimensional por lo cual es una necesidad para las empresas que integren aportes desde diferentes puntos de vista y niveles de análisis. Se coincide con el trabajo de Baume (1992) quien asume que el desarrollo del emprendimiento es un proceso en el cual interactúan características propias del emprendedor y del ambiente en que opera y las particularidades del ambiente influyente sobre las características propias del emprendedor. Estos factores han sido agrupados en cinco grandes categorías: Condiciones macroeconómicas y de los mercados de factores, estos factores son iniciadores para el proceso de creación de empresas e influyen para ponerla en marcha, estructura y dinámica de la industria, con el fin de saber las barreras de entrada y salida, aplicar un análisis de Fuerzas de Porter y Canva, Capital Social, incluye la valoración social del empresario, el desarrollo de redes entre empresarios e instituciones,

estos elementos son destacados principalmente por los enfoques que se centran en el estudio de las redes e influyen en la formación y motivación de emprendedores, Aspectos personales, esto agrupa la experiencia profesional del emprendedor y todo respecto a su educación, formación y trabajos, así como también las habilidades blandas que puedan buscar en su entorno y Marco regulatorio, aquí se agrupa las regulaciones que toda empresa debe proceder a realizar para que sea una organización formal.

Según Basile (1998), las pymes son las que menos beneficio de apoyo de crédito han obtenido y quizá las que se encuentran con menos asistencia para desarrollar proyectos de bajo costo, tanto por su tecnología como en el asesoramiento externo recibido o en la capacitación adecuada de su personal.

Hasta la actualidad, la capacitación al personal es un tema a considerar sin tomar en cuenta, los grandes aportes que puede traer a la empresa y sobre todo a los colaboradores, tema aparte es que se debe resaltar a las pymes como un emprendimiento de liderazgo que ha permitido crecer a las mujeres en materia económica y de desarrollo como líder laboral.

Así también, Heller (2010) señala que los beneficios en menor cantidad de procedimientos y tiempo en días para iniciar un emprendimiento son significativamente importantes para las mujeres. Pues la gran cantidad de trámites burocráticos y los costos que implica la apertura o constitución de un negocio hacen que las emprendedoras tiendan a crear sus empresas en el sector informal, sin posibilidad de acceso a créditos, temiendo inspecciones y, en general, este tipo de emprendimientos tendrán dificultades para crecer.

3.4. La mujer en la empresa

Según Kozmetsky (1992) se está produciendo un fenómeno que a la sociedad le gusta llamar como el tiempo de las mujeres y se refiere a la época en donde las mujeres ejecutivas y de negocios empiezan a alcanzar un éxito correspondido y disfruta de sus habilidades como líder, es así que siendo el tiempo de la mujer, se busca reunirse con el

fin de poner a prueba el liderazgo para poder conocer y llevar a cabo nuevas alternativas de comunicación tomando en cuenta que son muchas las mujeres las que desarrollan sus vínculos con el trabajo, que al inicio de todo, era más vinculado a los varones, en el que ellas descubrieron la importancia de mantenerse conectadas ya que no fue fácil de iniciar y de llevarse a cabo, es decir ejecutar el plan de acción, en donde la meta era la formación de una red que les permitiese implementar el concepto de formación de una red, pero lo llegaron a ser realizable y apreciar su valor, valor que les aporta significativamente porque es mantener la comunicación y la oportunidad de ser parte de una gran red, que les ayudará para mantenerse en contacto con mujeres de otras empresas que trabajan al mismo nivel, en compartir conocimientos de una interacción informal en la que cada uno demuestra y enseña aquello que conoce y sabe mejor para poder resolver con mayor eficiencia temas o situaciones similares que una o más pueda estar pasando en las empresas en donde trabajan o en la misma y lo que más valoran aún es el sentirse seguras al saber que no están solas, es importante indicar que para ellas es gratificante y estimulante el poder darse cuenta que las ideas que comparten son admiradas y tomadas en cuenta para ser implementadas por otras mujeres, que el conocimiento que se comparte no solo es sumamente importante y valioso sino que es llevado a otro nivel, donde puedan sentirse sensacionales de haber podido aprender temas nuevas, consejos y demás para su posterior desarrollo laboral. Por otro lado, los varones no tienen redes formales de relacionarse, dialogan de clubes deportivos, charlas con colegas, almuerzos de trabajo y son pocas las que logran un *feedback* del trato con ellos. Se señala que para que la mujer llegue a ser una mujer ejecutiva más humana necesita de una red donde puedan proyectar sus ideas y compartir sus problemas, red donde se pueda comentar éxitos, fracasos e inseguridades, se puede aprender de las colegas y compartir experiencias y a partir de los puntos de vista, todas pueden mejorar llegando así una líder para su área de trabajo. Las mujeres que se encuentran en pleno desarrollo laboral con carrera ascendente con el fin de conseguir un mejor puesto en la organización no cuenta con tiempo o recursos para

seguir estudiando por las vías tradicionales como realizar una maestría o doctorado en la universidad o asistir a programas de actualización, sin embargo, muchas de ellas han considerado, que la red ha sido y es una herramienta de riqueza en la que se recolecta experiencia y talento de la organización de las mujeres ejecutivas que poseen ambición e innovación, lo que es una alternativa de aprendizaje ya que al no contar con el tiempo suficiente para estudiar o capacitarse, el grupo es ideal para mejorar profesionalmente. Se señala que a través de las redes las mujeres pueden escalar en pos de objetivos del trabajo, ampliar sus horizontes, es decir ver más allá de sus percepciones, perfeccionar sus ideas y reforzar su autoestima.

Según Sanchez (2018) se debe destacar a las cualidades de la mujer para su ingreso al mundo laboral sea reconocido y se olvide la idea de que se dedica a realizar operaciones poco calificadas para pasar a ser reconocida como una herramienta de tipo estratégico que positivamente a la industria desde altos cargos administrativos, que van más allá de las labores de asistencia. Se reconoce que la mujer ha podido llegar hasta altas esferas de la dirección empresarial porque también posee un alto nivel educativo, lo que le permite asumir con total capacidad altos cargos, producto de un historial reconocido que sabe de la lucha que hizo por salir de casa y aportar al desarrollo de una región o país desde el frente, el industrial o sea la empresa. El ingreso a la educación secundaria y por ende a la universidad ha logrado dar un grado de libertad profesional, aunque en sus inicios estuvo restringida por las leyes y los prejuicios masculinos que opinaban sobre la participación de la mujer en el ámbito laboral y académico, la mujer ha tenido que superar dejando atrás la historia de sumisión y la baja calificación para romper barreras y obstáculos.

Según Kozmetsky (1992) las mujeres constituían el 45% de la fuerza laboral y la cifra se elevaría hasta alrededor de 50% a fines de la década, actualmente según el Banco Mundial, la mujer ocupa el 53, 13%. Siguiendo con el aporte de Kozmetsky las mujeres contamos con poca representación en puestos administrativos, sobretodo, en puestos a nivel mediano y superior, según Sánchez (2017) existen diferentes factores, más en contra que

a favor para que la mujer pueda llegar a tener un ascenso laboral en su carrera profesional, las barreras que impiden que la mujer llegue a la cumbre la dirección de una empresa en el inicio son factores culturales como por ejemplo el compromiso familiar frente al laboral, que hace que la mujer muchas veces tenga que decidir en dejar el trabajo por ocuparse de su familia, otros factores como los internos indican que la mujer posee un autoconcepto deficiente y su deseo laboral no se orienta hacia llegar a tener cargos de poder.

Entonces se puede señalar que la mujer está obligada si desea formar una familia a decidir en seguir desarrollándose profesionalmente o dedicarse a su familia, asumiendo que el tiempo que probablemente se tome para su familia, no pueda compartirlo con tareas laborales a menos que la empresa le permita trabajar desde casa y ella asuma ese reto con total responsabilidad y autoconfianza que caracteriza a las líderes.

3.4.1 Liderazgo femenino

Según Fernández (2005) indica que al hablar de liderazgo femenino se puede afirmar que este se ha dado en todos los tiempos y varias mujeres líderes han roto esquemas. Entre esas mujeres se puede mencionar a la Madre de Jesús, Juana de Arco, La Madre Teresa de Calcuta, Eva Perón, Margaret Thatcher, Lady Diana y Rigoberta Menchú, entre otras.

Mujeres que a lo largo de la historia han impactado no solo en el ámbito económico, que tal vez, eso actualmente sea lo más novedoso, sino con la capacidad de servir, influenciar y ser modelo para países y continentes.

Para que instruya acerca de cómo la mujer ha empezado a ser una líder en el ámbito económico, se tendrá en cuenta los escritos de Kozmetsky (1992), quien indica que la mujer no se reconoce como líder, pero tiene el pensamiento, ideas y forma de lo que es una mujer líder, conoce las características que posee y sin duda, la más importante es la autoconfianza, ya que muchas saben que para llegar a ser líder se tiene que poseer esta cualidad pero que la mayoría no la posee. Se toma en cuenta a la autoconfianza por el estudio que realizó Christina Banks y colegas en el estudio de la participación de la mujer

en el estudio Leadership Texas, en la que 77% de mujeres entrevistadas identificó a la autoconfianza como la cualidad más importante para ser una líder y el 100% la mencionó como una característica del liderazgo.

Esto quiere decir que las mujeres son conscientes que una característica principal para llegar a ser una mujer que influya en otras tiene que ser la confianza que se tiene en sí mismo, esto claro, tiene que estar relacionado con el autoestima y un ego en equilibrio que le permita ser capaz de reconocer sus habilidades y de lo que es capaz de hacer con ellas, que sabe lo que hace bien y mal, que sabe que puede mejorar, que sobretodo posee el don de servir e influenciar a que otras puedan alcanzar sus objetivos.

Otro rasgo que Kozmetsky (1992) atribuye a los líderes es la responsabilidad por hacerse responsable de la consecuencia de sus actos y de los actos de sus subordinados, se puede pensar que las líderes son agentes de cambios, es decir, que motivan al otro a lograr sus metas, se cree que si bien es cierto las líderes está completamente concentradas en sus metas también están más dispuestos a tener más riesgos con tal de lograrlos. Se debe tener en cuenta que estas características no deben ser llevadas a puntos extremos, ya que se puede confundir el consejo con manipulación, ya que al estar concentrado para conseguir tus objetivos pueden hacer que el líder se vuelva insensible. Y la sensibilidad es un punto central, ya que una líder debe estar dispuesta a ayudar a los demás con constante atención.

Entonces, se puede valorar dos atribuciones más que tiene que poseer una líder, una es el ser responsable de las decisiones que puede tomar para su ejercicio y las decisiones para el equipo que maneja, para esto será importante contar un buen manejo de las tomas de decisiones, ya que una decisión mal tomada, hará que en su lógica, la líder ante todo se responsabilice y sea consciente que, esa decisión no fue la mejor o la acertada, también se puede recalcar que para que este llegue a suceder, la líder tiene que poseer grado de reconocimiento de sus acciones, lo positivo de esto es que si el grupo de trabajo ve a una líder que se hace cargo de lo que ha hecho o dicho, será un ejemplo a seguir para quien la

suceda y el grupo en general, ya que ellos también podrán aceptar con mayor responsabilidad las acciones que hicieron ya que el equipo, en muchas ocasiones, puede ser responsable y esto, sin duda hará que el equipo de trabajo se fortalezca y aprenda de los errores cometidos. Por otro lado, la sensibilidad también es sumamente importante, ya que esto va a permitir que la líder pueda exponer su punto de vista desde la empatía de que el grupo de trabajo también se siente responsable y en un grado culpable por una decisión mal tomada. También se destaca a la sensibilidad en el líder ya que esto hará que no materialice con extrema ambición la meta a lograr, ni manipule a otros sino más bien sea más parcial y logre paso por paso acercarse a su objetivo, disfrutando de ello y no dándole abarcación a la insensibilidad que puede llegar a tener por la extrema necesidad de cumplir con sus metas.

Otro ingrediente clave para Kozmetsky (1992) es la capacidad de supervivencia, el poder sobrevivir a lo que sea, que se logra a través de poseer la resistencia, la capacidad de aguantar, cualidad innata en las mujeres y que se refleja como potencial en aquellas que triunfan, la líder debe poseer una aptitud de ambición, pero no extremista, ligada a la supervivencia, sobre todo las mujeres empresarias poseen esta cualidad, ya que están formadas para conseguir y alcanzar objetivos a corto, mediano y largo plazo para la empresa que las contrate y las identifique como líderes.

Para Sánchez (2017) el liderazgo se ubica como un estilo que se identifica con la administración moderna, participativa y humanista en el que las mujeres imponen su estilo en la dirección de las empresas y en sus aportes en juntas son reconocidas por tener una visión diferente a la de los varones en el sentido de que imprimen sus condiciones femeninas para dar una mayor orientación al detalle, más atención a las personas y más intención de participar en las tareas. En un inicio el estilo para dirigir de las mujeres debió ser “impostado” con los comportamientos masculinos de los dirigentes a los que la industria estaba acostumbrada, las mujeres directivas en una primera etapa actuaban como los hombres porque veían que su estilo de mandar y controlar les había dado resultado.

Entonces, se puede demostrar que las mujeres en la actualidad pueden demostrar e imponer el estilo que llevan para comandar una empresas y a su vez, ser reconocidas por tener diferentes percepciones a la de los varones en la que valoran y desarrollaron mejor habilidades que ellos, como por ejemplo a la hora de orientar o asesorar al detalle, brindar mayor atención a la personas y la capacidad de mayor intención de realizar nuevas tareas, se puede señalar la influencia masculina que tuvieron las mujeres por parte de dirigentes varones a lo que la mayoría de empresas estaba acostumbrada y es por eso, que en un inicio las mujeres se comportaban en el estilo de mandar y gestionar porque habían visto que a ellos les había funcionado.

Cárdenas de Santamaría (2005) hace una clara definición de las características del liderazgo femenino: Abierto y directo, orientado al desarrollo de equipos de trabajo, Dirigido a lograr el consenso, dispuesto a compartir el poder con colegas y subalternos, comunicativo y dispuesto a compartir la información, atento al equilibrio entre las dimensiones personales y laborales, orientado a la inclusión, orientado al cumplimiento eficiente de la tarea, confiable y organizado

Comparadas con los hombres, son más abiertas y están dispuestas a compartir la información relacionada con su trabajo; pueden ser interrumpidas en cualquier momento; llevan a cabo reuniones periódicas y promueven la participación; son directas y les gusta decir la verdad; son organizadas, metódicas, responsables, estructuradas y consagradas. Mencionan como condición femenina la responsabilidad en todo lo que hacen y la consagración a sacar las cosas adelante. Son exigentes y estrictas, piden calidad y lo que exigen a los demás se lo exigen a sí mismas (Cárdenas de Santa María, 2005, p. 26)

Entonces se puede decir que las mujeres han desarrollado con mayor énfasis sus habilidades blandas, características humanísticas lo que le permiten estar en constante comunicación con sus públicos, equipo de trabajo, superiores y demás.

3.5. Nuevos paradigmas laborales

Según Poltorak (2018) siendo el marco normativo legal de Argentina, la ley de contrato de trabajo y de antidiscriminación tiene reglas muy claras, se prohíbe cualquier discriminación

en el ámbito laboral por motivos de sexo y se afirma la retribución igualitaria en el trabajo de igual valor para convenciones colectivas, también se indica que si uno hiciese un acto discriminatorio debe dejar, a pedido del damnificado si es pasado por alto o se acabase con el ejercicio de sus actividades.

La Constitución Nacional en el artículo 14 bis indica que debe haber igual remuneración por igual tarea y el artículo 15 indica que todos los habitantes son iguales ante la ley y admitidos en el empleo por la única condición de idoneidad.

Poltorak (2018) menciona dos convenios fundamentales de la OIT a los que Argentina adhirió y que tienen jerarquía supralegal. el convenio 100 sobre igualdad de remuneración y el 111 sobre discriminación. El primero indica que todo Estado Miembro debe promover métodos para garantizar el principio de igualdad de remuneración entre la mano de obra masculina y la mano de obra femenina por un trabajo de igual valor entendiendo que esta expresión refiere a tasas de remuneración fijadas sin discriminación en cuanto al sexo (esta aclaración medular que el propio convenio hace será abordada más adelante). El convenio 111 obliga a los Estados Miembros a implementar políticas activas para eliminar todo tipo de discriminación que altere o anule la igualdad de oportunidades o de trato en el empleo u ocupación, incluyendo en esta definición tanto el acceso a los medios de formación profesional, la admisión en el empleo y las condiciones de trabajo.

Hasta aquí, se puede señalar que existe la respectiva legislación que protege los derechos salariales de la mujer para que no sea discriminada por condición de género, ya que la ley indica que el sueldo fijado es en base al trabajo de igual valor que pueden desempeñar varón y mujer en respectiva área.

Siguiendo con los aportes de Poltorak (2018) las mujeres aún tienen mayor dificultad para alcanzar puestos de trabajos mejores remunerados, en cambio, hay dominio femenino en sectores de peores salarios, esto basado en el Estudio General sobre los Convenios Fundamentales realizado en 2012, la OIT reiteró que debido a actitudes históricas y los estereotipos relativos a las aspiraciones, preferencias y capacidades de las mujeres,

ciertos trabajos son realizados fundamental o exclusivamente por mujeres y otros por hombres. Con frecuencia, los trabajos considerados como femeninos están infravalorados en comparación con los trabajos de igual valor desempeñados por los hombres, cuando se determinan las tasas salariales (...) La segregación laboral por motivos de sexo en el mercado de trabajo un problema que afecta a casi todos los países.

Entonces, a pesar de existir leyes que sancionen la discriminación, aún se puede ver la brecha salarial que hay por ser mujer y desempeñar cierta tarea y ser hombre y desempeñar la misma tarea y tener mejor remuneración. Argentina no está ajena a esto, en lo que respecta a la diferencia de salarios y tomando en cuenta el Convenio 10 indica que la expresión igualdad de remuneración entre la mano de obra masculina y la mano de obra femenina por un trabajo de igual valor, se reitera que a pesar que hay una ley que exige igualdad de remuneración, en la realidad se refleja otra práctica.

Capítulo 4. Estudio de casos de liderazgo femenino

Este capítulo tiene como objetivo describir el estudio de casos de liderazgo femenino en negocios creativos, que implica primero, conocer a las mujeres involucradas y reconocidas como líderes, saber el por qué decidieron emprender, cómo se ven a ellas mismas, si han tenido alguna barrera para poder adentrarse en el mundo empresarial, si han tenido que sacrificar algo para poder seguir avanzando, de qué es lo que se sienten más orgullosas como líderes. Esto quiere decir que pueden ser emprendedoras que han decidido crear y apostar por iniciar un negocio o mujeres que nacieron o aprendieron a ser líderes dentro de las organizaciones donde se les descubrió y reconoció su talento brindándole una línea de carrera donde alcanzaron puestos de influencia.

Asimismo, también se ha realizado otras técnicas de investigación como la observación y el seguimiento de recortes periodísticos, que permitirán conocer la situación actual de la mujer profesional no solo en un área en específico dentro de una empresa sino también para ver qué, cómo y cuánto los medios informan sobre el avance del liderazgo femenino para que la sociedad se informe, tomando en cuenta que es un tema social y económico.

Además, este capítulo parte de las ideas de Kozmetsky (1992) que desarrolla a la mujer como manager, profesional y emprendedora, con el fin de poder informar de los cargos que una mujer puede desarrollar en la actualidad.

Este capítulo permitirá observar el cómo las mujeres han ido evolucionando respecto a la independencia que actualmente manejan, las motivaciones que poseen, si emprendieron uno o más negocios, también permitirá hacer una visión general de cómo está expuesto el tema del liderazgo femenino a nivel social y se podrá evidenciar cómo se lleva a cabo el liderazgo femenino en los negocios creativos, con el fin de poder analizar en el siguiente y último capítulo los aportes que se hace a este campo de negocio, así como también los factores que actualmente impulsan al liderazgo femenino, tomando en cuenta los modelos de negocio como el emprendedor y el empresarial.

4.1. Situación actual del mercado laboral en Argentina

A partir de datos provenientes de la Encuesta Permanente de Hogares (INDEC- tercer trimestre 2017) y del Boletín de estadísticas de género y mercado de trabajo del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial, que elabora el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (2017), se destacó una serie de puntos importantes para poder entender la investigación llevada a cabo con el fin de poder saber primero, cómo se encuentra dividido el mercado laboral femenino, en qué sectores se desempeñan y otros puntos que pueden entrar a tallar si el tema que se está investigando refiere a la mujer como eje central.

De acuerdo a la Figura N°1 (véase Cuerpo C, p.4) indica que los varones en el año 2016 tuvieron una tasa de actividad del 69,8% y las mujeres de un 47,9% con una diferencia de 20 puntos porcentuales, que se volvió a repetir en el año siguiente. La tasa de empleo en el 2016 fue del 64,7% por parte de los varones y de las mujeres el 43,4% con una diferencia del 21%. Al año siguiente, el porcentaje de las mujeres bajó al 42,9% haciendo la brecha un poco más grande y la tasa de desocupación por parte de los varones se mantuvo estable con un 7,3% y por parte de las mujeres de un 9,5% en el 2016 a un 9,2% en el 2017.

De acuerdo a la Figura N.2 (véase Cuerpo C, p.4) indica la ocupación por edad y género se puede ver quiénes son con mayor índice de ocupación que son los de 36 a 45 años con un 91,1% de participación laboral masculina, mientras que las mujeres del mismo rango de edad cuentan con un 69,6% de participación laboral, una diferencia de 21,5 puntos porcentuales y con el rango de edad de 26 a 35 años, los varones ocupan un 87% de participación laboral mientras que las mujeres un 62,1%, es decir hay una diferencia de 24,9 puntos porcentuales, vemos que hay una brecha más amplia mientras más jóvenes son, otra medición es del rango de edad de 46 a 55 años donde los varones ocupan un 89,3% de participación laboral y las mujeres un 64,9% de participación laboral haciendo una brecha de 24,4 puntos porcentuales, haciendo casi igual la diferencia de participación laboral que el rango de los 26 a 35 años, también se podría añadir que del rango de edad

de 56 a 65 años, los varones cuentan con una participación laboral del 75% mientras que las mujeres de un 43,% donde se puede notar una gran diferencia de participación femenina con una diferencia de 31,2%.

Otro punto importante a señalar a partir de la Tabla N.2 es que a partir del rango de edad de los 19 a 25 años se puede ver una diferencia constante del 20% hasta el rango de edad de los 56 a 65 años, donde se deduce que son los varones los que cuentan con mayor participación laboral desde que empiezan a trabajar hasta que se jubilan y las mujeres alcanzan mayor participación laboral de los 36 a 45 años.

La Figura N.3 (Véase Cuerpo C, p.5) indica el nivel educativo de la población ocupada por género, en el nivel primario el 21,9% de varones asistieron mientras que las mujeres con un 14,2%, en el nivel secundario los varones con un 47,8% mientras que las mujeres con un 39,8% y en el nivel universitario, los varones con un 29,8% y las mujeres con un 45,6%, se deduce que a medida que la mujer va creciendo se le va dando mayor participación educativa en su vida por lo que se ve que en el nivel universitario son ellas las que mayor porcentaje ocupan.

La Tabla N°1 (Veáse Cuerpo C, p.9) indica el ingreso de asalariados registrados por género. Mes de octubre – Evolución 2000 – 2016, se tomará en cuenta el año 2014, 2015 y 2016 en donde las mujeres ganaban en promedio \$9586 mientras que los varones \$12743, con una diferencia salarial de \$3157, en el 2015 las mujeres ganaban \$12304 y los varones \$16288, con una diferencia de casi \$4000 pesos y en el año 2016 las mujeres ganaban 16774 y los varones \$21875, con una diferencia de \$5101 pesos.

Partiendo de los datos demostrados en la tabla N°1, se puede apreciar las diferencias salariales entre varón y mujer desde el año 2000 en donde el varón viene ganando más que la mujer haciendo evidente una brecha salarial por distinción de género. El tema de brecha salarial ha sido nombrado desde el capítulo 1 ya que es uno de los puntos en el que mejor se debe trabajar por parte Gubernamental y empresarial.

En la Figura N.4 (Véase Cuerpo C, p.5) se señala la participación en el mercado laboral

según rama y sector de actividad, las mujeres se dedican en su mayoría al sector de Servicios con un 68% de participación, luego se encuentran en el Comercio con un 21% de participación y en la Industria con un 12% de participación, mientras que los varones también tienen a su mayoría en el área de Servicios con un 49%, luego se encuentran en el Comercio con un 22% y en la Industria con un 29%.

De la tabla anterior, se puede deducir en primer lugar que son las mujeres las que con mayor participación laboral se encuentran en el rubro de Servicios, en el Comercio son los varones los que ocupan mayor participación laboral con una diferencia muy ligera de un punto porcentual y en el rubro de la industria también son los varones los que mayor activo están con un 29% frente a 12% por parte de las mujeres.

En la Figura N°5 (Véase cuerpo C, p.6) se indica la participación en puestos de decisión, con indicativo a la jerarquía de la ocupación principal por género, en donde los asalariados varones ocupan un 54,5% mientras que las mujeres un 45,5%, jefes hay un 69,9% varones y 30,1% de jefas mujeres, que trabajen por cuenta propia un 62,6% son varones y un 37,4% son mujeres y que son directores un 68,8% mientras que directoras un 31,2%, en todas las divisiones se pueden indicar que son los varones los que mayor puestos de decisión ocupan, la diferencia de los asalariados es de un 10 puntos porcentuales, de jefes hay un 39,8% de diferencia, que trabajen por cuenta propia hay un 25,2% de diferencia y de directores/as una diferencia de 37,6%.

De la Figura N°5 se puede ver una mayor diferencia en el cargo de jefes y directores mientras que en los asalariados se ve la menor diferencia y en escala intermedia a los que trabajan por cuenta propia. Se puede indicar que las mujeres ocupan menos cargos de decisión a pesar de tener mayor grado de instrucción como la indica la Tabla N. 3.

En la Figura N.6 (Véase Cuerpo C, p.6) se indica el nivel educativo y jerarquía de la ocupación principal, se puede deducir que muy a parte del nivel educativo al que acceden las mujeres, los puestos jerárquicos cuentan con menos participación femenina, mientras que los varones cuentan con mayor índice de puesto como jefes a diferencia de las mujeres

con una brecha de 9 puntos porcentuales en el nivel primario, en el nivel secundario de 2 puntos porcentuales a favor de los varones y con nivel universitario, con 3,6 puntos porcentuales de diferencia a favor de los varones, en la escala de dirección los varones cuentan con mayor participación laboral en todas las escalas de instrucción (nivel primario, secundario y universitario) mostrando una brecha de elección de puestos según el género. Se ha tomado en cuenta el Informe Mujeres en el mercado de trabajo argentino (2018) realizado por Equipo de Mercado de Trabajo. Dirección General de Estudios Macroeconómicos y Estadísticas Laborales – MTEySS, donde se realiza un análisis respecto a la participación laboral femenina.

En la Figura N°7 (Véase Cuerpo C, p.7) señala la Distribución de las mujeres ocupadas y tasa de presencia de mujeres por rama de actividad, se puede observar que hay un empate entre el rubro de Trabajadores en casas particulares con un 17,3% y el Comercio con el mismo porcentaje, siendo estos los sectores donde la mujer se ve mayor involucrada, luego le sigue el sector de otros servicios comunitarios, sociales y comunales y la enseñanza, esto respecta a la distribución de dónde se encuentran trabajando las mujeres. Por otro lado, tenemos la Presencia de mujeres, es decir cuánto de presentismo contamos en el rubro, el mayor con 94,7% en el sector de Trabajadores en casa particulares, indicando por ende que este es el rubro en donde menos varones se ven desempeñándose, luego le sigue el rubro de la Enseñanza, en donde las mujeres ocupan un 73,3% de presentismo, por consiguiente también indica que son menos los varones los que deciden elegir a estar carrera como profesión, luego se encuentra los Servicios sociales y de salud con un 68,4% de presentismo femenino.

En la Figura N°8 (Véase Cuerpo C, pg.7) se indica la Distribución de las mujeres ocupadas y tasa de presencia de mujeres por rama de actividad, en donde la parte Operativa ocupa un 41,0% siendo el sector con mayor participación femenina, luego le sigue la Técnica con 19,7% hay un gran porcentaje que es el 29,3% que está Sin calificación y un 9,4% que es Profesional. Esto indica que son muy pocas las profesionales en el país, también indica

que la mayor parte se encuentra en el sector Operativa. Por el lado de la Presencia en los sectores, las mujeres ocupan mayor presentismo en el área Sin Calificación con un 58,8%, luego le sigue la Técnica con un 49,5%, en Profesional un 45%, Operativa un 33,8% y Sin especificar un 38.4%. Entonces, a partir de estos datos, se deduce que la mujer obtiene mayor presentismo en el rubro Sin calificación, se podría indicar que son mujeres que dejaron de estudiar o no ejercen la profesión o tecnicatura y se dedican a otro sector que no es el suyo, sin embargo, también se ve gran presencia técnica y profesional.

En la Tabla N°2 (Véase Cuerpo C, p.9) se indica la Distribución de la población ocupada por sexo según características de la tarea. Esta tabla demuestra que las mujeres se encuentran en gran porcentaje en el rubro de Servicios varios con un 20,5%, luego en Servicios sociales con un 20,5%, en Comercialización con un 17,6% y en Gestión administrativa con un 15,4% mientras que el varón se encuentra en gran porcentaje en el rubro de Comercialización con un 25,1%, seguido del rubro de Extractivas y de construcción con un 16,1%, en donde, por cierto, la mujer no llega ni al 1% de participación. Por otro lado, se puede notar que la presencia de mujeres en el rubro de Servicios varios es el que ocupa el primer lugar, con un 69,6%, seguido por un 57,7% de Servicios Sociales, luego un 56,1% de Jurídico – legal en donde hay mayor presencia femenina y la Gestión administrativa en donde un 52,3% de los puestos laborales es ocupado por mujeres, También se puede señalar que en tareas de Dirección las mujeres ocupan un 31,2% , casi la tercera parte, es decir más del 50% de cargos de Dirección está ocupado por varones, en las tareas Industriales también se ve que la presencia femenina solo ocupa un 22,5%, o sea casi la quinta parte, es decir más del 80% de cargos de Industria está ocupado por varones.

Según la tabla reciente, la presencia femenina laboral es de 42,9%, es decir menos de la mitad de mujeres se desarrollan en alguna área, rubro o sector.

La Figura N.9 (Véase cuerpo C, p.8) indica la Presencia de mujeres en cargos de jefatura y dirección. Se puede observar que solo un 30,1% obtiene el puesto de Jefatura y un 31,2%

de Dirección, esta tabla al igual que al anterior también sustenta que la tercera parte de puestos de delegación está ocupada por mujeres.

Ya que ahora se puede tener un panorama más amplio de cómo se encuentra el país respecto a la participación laboral femenina y se pueden sacar muchas conclusiones, se seguirá con el estudio de casos a base de entrevistas que se le hizo a mujeres emprendedoras y a mujeres de cargo en grandes empresas.

4.2. Observación, entrevistas y reportes periodísticos

Se realizó una observación a la charla de liderazgo y ventas al equipo de Mary Kay, empresa del rubro de Ventas que nació en el año 1963 por su fundadora Mary Kay, ofrece productos de belleza de venta directa.

La charla fue brindada por la Directora Nacional de Mary Kay a un grupo de líderes también que ocupan diferentes puestos dentro de la organización.

Se eligió a esta compañía, ya que si bien es cierto no nace del rubro del Diseño y la Comunicación, sí hay algo que la hace fundamental para motivo de investigación. El mundo de la belleza está ligado al mundo del Diseño y los Negocios, ya que también es un rubro que produce mucho, es un negocio que ha ido creciendo a lo largo de sus más de 50 años alcanzando la venta en más de 40 países en el mundo.

El objetivo de la charla fue identificar el grado de liderazgo empresarial en las consultoras, basado en el marco teórico de Kozmetsky (1992) de su libro *La mujer en los negocios* en donde señala sobre el *tiempo de la mujer* es decir, de mujeres ejecutivas y de negocios que empiezan a ganar el éxito y disfruta de sus roles de líder formando una red para luego ser una mujer management y de una carrera en ascenso, en donde son vistas como mujeres empresarias que asume nuevos retos y cómo su rol va cambiando a lo largo de su crecimiento profesional.

De la lista de guía sobre aspectos a observar según la Tabla N°3 (Véase Cuerpo C, p. 16) se tiene puntos como: *Autonomía*, ya que al ser una charla de liderazgo se quiere ver si es

una persona con iniciativa personal para hacer, *Trabajo en equipo*, ya que se desarrolla un trabajo de maquillaje en la charla, en donde algunas pueden necesitar de algún consejo de una consultora de mayor nivel, *Participación activa*, para poder darse cuenta si realmente están interesadas en lo que escuchan, *Escucha activa*, ya que les permitirá conocer mejor a su red de trabajo, y sobre todo el poder entender los casos que se cuentan como parte del aprendizaje de crecimiento personal, *Manejo del tema*, manejo básico de conceptos y de la práctica que en este caso viene a hacer el maquillaje, *Motivación*, saber si cuentan con algo o alguien que las motiva, *Experiencia profesional*, si estudiaron o ejercieron una profesión antes de ingresar a Mary Kay y si *Enseña a otros*, es un punto muy importante para identificar si alguien es líder, ya que va a querer influenciar positivamente en la vida del otro.

De la Tabla N°3 se puede resaltar la *Participación activa* de las consultoras, principalmente por las que están iniciando en Mary Kay con consultas sobre los productos o el cómo usarlos, mientras que la Consultora senior, Líder de grupo, Futura directora y Directora de ventas independiente cumplen correctamente escuchando lo que indica la Directora nacional sobre su experiencia a lo largo de su carrera dentro de la organización.

Otro punto resaltante y que llamó la atención realizando la observación es que fue hecha por el papel del observador participante artificial, es decir aquel que se integra al grupo. fue la *Motivación* de cada mujer Mary Kay, sin duda la que más llamó la atención fue la de Futura Directora, y es entendible el por qué, está a punto de ser nombrada a un mayor nivel oficial como Directora y lleva 16 meses en la compañía, a diferencia de la Directora de ventas independiente o la Directora ejecutiva de ventas que llevan más de tres años en la compañía y la Directora Nacional que ya lleva más de 10 años en Mary Kay.

La *experiencia profesional* también fue un punto de evaluación, ya que es importante saber si tienen algún tipo de vínculo directo o indirecto profesionalmente, por ejemplo la Consultora independiente era maquilladora por lo manejaba el tema del cómo enseñar a las clientes muy bien, en cambio la Consultora Senior era ex profesora de jardín, la Líder

de grupo era contador y había iniciado en Mary Kay porque siempre le ha gustado el tema de la belleza y cuidado femenino, la Futura directora es estilista, así que el tema de la belleza femenina la tiene muy presente y le fue fácil desenvolverse en su círculo que también desarrollan los mismos parámetros, la Directora de ventas independientes es fotógrafa y realiza videos empresariales, además cuenta con un gran manejo de sus redes sociales, lo que le ayuda a ofrecer contenido de calidad respecto a las fotos que hace con sus clientes y sus asesorías de maquillaje o respecto a los videos que cuelga en Facebook, la Directora ejecutiva de venta estudió Administración y lo ejerce en el negocio familiar con su esposo, pero se adentró en el mundo de Mary Kay por lo mucho que le gusta y maneja el tema del cuidado estético de la mujer y el cómo esta empresa de capital extranjero viene empoderando a muchas mujeres del mundo. La Directora Nacional es un caso particular, porque ella es abogada, pero encontró en Mary Kay un hobby que le daba dinero y en lo que que era muy buena, ya que asesoraba a quien pudiese en el tema de belleza y cuidado femenino y es ahí cuando vió una carrera en ascenso que no imaginó.

El *enseñar a otros*, es como el último escalón del liderazgo ya que para enseñar en este rubro de la belleza y los negocios te tiene que nacer, ya que para que uno crezca y pueda ir convocando a más mujeres que se sumen a tu red, se necesita de esta vocación indispensable, se pudo observar que la Consultora independiente no enseñó a nadie en la charla pero trataba de ayudar ya que contaba con conocimiento de maquillar, la Consultora Senior cumplió enseñando a la Consultora que a su vez, también recibió aprendizaje de parte de Líder de grupo. La Futura directora y Directora de ventas independiente contaron casos de cómo pudieron expandir su red de consultoras desde que entraron a Mary Kay y cómo tuvieron que aprender a maquillar sin ser maquilladoras profesionales, mientras que la Directora ejecutiva de venta y Directora nacional contaron qué puntos clave y cómo debe ser una Consultora de Mary Kay, a su vez, ellas también brindaron clase magistral sobre el cuidado del piel con una rutina desde el lavado del rostro hasta un maquillaje completo. Para poder describir mejor el liderazgo femenino y el cómo las mujeres han ido

involucrándose con el tema se entrevistó a mujeres emprendedoras y mujeres de gran empresa.

Se entrevistó a Andrea Islas (41) (Véase Cuerpo C, p.10), emprendedora dedicada al social marketing mediante el b2b y b2c, donde capacita a socios o clientes o empresarios a plataformas digitales donde productores de bienes y servicios se conectan con el consumidor final, crea canales de distribución a esos fabricantes mediante las plataformas y compensando en bonos de publicidad.

Contador Pública recibida en 2005, técnica en Cooperativa por la Universidad de la Plata y especialista en Gestión de Calidad, estudió Diseño de Modas en la Escuela Argentina de Moda en Capital Federal.

Andrea, indica que las características que una mujer emprendedora debe tener es la perseverancia, resiliencia y humildad todo el tiempo para aprender cosas nuevas y dejarse ayudar. Ella cree que ante tiempos tan cambiantes y ante un mundo y una sociedad tan cambiante hay que estar todo el tiempo aprendiendo para poder adaptarse.

También considera que las barreras a la hora de emprender para la mujer son casi nulas. Indica que jamás vió barreras, jamás se sintió que por ser mujer había algo que no podía hacer. Ahora que emprende con hijos, está todo el tiempo negociando qué deja o no como mamá para hacer una actividad, ella señala que ha emprendido en muchos negocios y jamás sintió una barrera por ser mujer, al contrario, se sintió en igualdad con un hombre, por ahí cambia un poco cuando es madre, ella priorizo a sus hijos.

Andrea ha emprendido en diversas oportunidades, empezó en el 2008 con locales de moda luego tuvo Transporte a corta y larga distancia de cereales, en su ciudad fue la única mujer emprendiendo en ese rubro. Ella cuenta que no sintió discriminación, actualmente se dedica a los locales de moda con su esposo y ahora emprende negocios de marketing y comunicación digital y según ella, hay muchos más hombres que mujeres emprendiendo, indica que probablemente son las mismas mujeres, quienes se ponen las barreras, o que al esposo no le gusta que se reúna a tal horario, o que vaya a un evento o que se reúna

con un hombre, que vendrían a ser cuestiones de machismo y que ella ha presenciado que han sacado de su propio negocio a las dueñas o de su propio entorno y no porque en el mercado haya barreras.

Como emprendedora, cuenta que su mayor orgullo es el ser emprendedora y como dueña de su propio negocio, siempre haberse animado a emprender, a seguir su corazón, su instinto, sin miedo a perder, siempre pensando que para ganar todo, hay que apostar todo. Andrea dice que siempre arriesgó y apostó, a veces le salió bien, a veces mal.

Al ser emprendedora también renuncia y/o sacrifica parte de su vida personal, ella indica que la etapa de ser madre es la más complicada, debe pensar y organizarse para ver qué resigna y que no, por ejemplo ahora ella se encuentra de viaje para ayudar a un socio nuevo, ya que es parte su negocio (ayuda a otras personas a generar su negocio en internet y así expande su negocio también) y tiene la necesidad de estar con sus hijos en su casa, pero sabe que es un esfuerzo que tiene que hacer durante un año de resignar tiempo con ellos.

Ella señala que ha sufrido de bullying laboral, en su entorno está bien visto ser empleado y no emprendedor y le dijeron muchas veces: “A vos solo te importa la plata” “Por qué no te conformas con tu trabajo” Que es una forma de bullying que tuvo que aprender a sobrellevar, pero no siente que ha tenido que resignar nada por completo porque para ella realmente emprender y hacer que otros emprendan es su vocación.

Se realizó otra entrevista a Silvina Rodríguez (47) (Véase Cuerpo C, p.12) ex administrativa del Banco Patagonia, enfermera y voluntaria para TECHO – Argentina. Actualmente es emprendedora de negocio digital enfocado a la industria de los viajes en cruceros.

Para Silvina, una mujer emprendedora es aquella que posee energía, inteligencia emocional para afrontar los obstáculos, sabe resolver problemas, escucha activa, hambre de aprendizaje, es buena persona, se preocupa por los demás, es una persona ética y con buenos valores, se rodea de personas positivas y sobre todo tener una mentalidad ganadora.

Silvina también considera que no hay barreras a la hora de emprender, según ella la única barrera que ve en algunas mujeres es su propia barrera mental. El pensar que no van a poder. No creerse que pueden comerse el mundo. Ya lo decía Henry Ford: "Tanto si piensas que puedes como si piensas que no puedes, estás en lo cierto".

Por el lado empresarial, se entrevistó a Silvia Zotto (Véase Cuerpo C, p. 12) quien tiene una basta experiencia profesional con Diplomatura en Marketing Digital y Community Management (UCES, 2018). Master en Administración de Empresas (UP, 2014). Licenciada en Publicidad (USAL, 1991). Profesora de la Universidad de Palermo en el Área de Comunicación Corporativa y Empresaria. Trabajó en Toyota Argentina S.A, primero como Supervisora de Publicidad, Promoción y Eventos, luego como Supervisora de Comunicaciones Externas. También trabajó en BASF Argentina como Responsable de Publicidad, Promoción y Eventos del negocio Pinturas, comenzando su carrera profesional en Publicidad, en The Image Bank (Banco de Imágenes) y en agencias de publicidad. Hace 3 años abrió su propia Consultora SZ|DirCom, Dirección en Comunicación.

Para Silvia una mujer líder es aquella mujer que posee liderazgo dentro de una empresa, suele poseer lo que se denomina un liderazgo democrático/participativo, tiene una tendencia a comportarse de una manera empática, y suele tener un excelente perfil como negociadora, sin dejar de lado las relaciones interpersonales. Se podría decir que es una gran formadora de equipos.

Para ella sí existen diferentes barreras que no permiten el ascenso a cargos ejecutivos dentro de las organizaciones, aunque en los últimos 4 años esto está cambiando paulatinamente. Estas barreras pueden ser: Actitudinales, Organizacionales y Culturales y todas se relacionan unas con otras.

Las actitudinales: Son las que tienen que ver con una actitud propia de la mujer, con un miedo interno y alta exigencia consigo misma: piensa que no da con el nivel y se retrae antes de ser segregada. Muchas veces tiene que ver con la falta de visibilidad, falta de confianza y autoestima.

Las organizacionales: A la mujer le costó mucho ingresar al mercado laboral y una vez que lo hizo se le exige el doble, ya que el sistema y los puestos gerenciales están pensados por los hombres y para los hombres, el famoso techo de cristal. La organización no está preparada del todo para el desarrollo orgánico de las mujeres, con lo cual impide que sean tenidas en cuenta para este tipo de puestos: flexibilidad laboral, home office, reloj biológico, maternidad, life balance, capacitación, actualización, entre otras.

Las culturales: Todavía falta madurar mucho socialmente no solo desde el pensamiento y la educación sino también desde lo gubernamental, apoyando los cambios que se vienen con leyes que promuevan la igualdad de oportunidades tanto para el hombre como para la mujer.

Silvia indica que hoy en día algunas organizaciones ya empiezan a ver algunos cambios que facilitan la vida laboral de la mujer sin tener que posponer ninguna etapa de la vida en detrimento de otra, como por ejemplo: Flexibilidad horario, home office, life balance, capacitación y actualización paga por la empresa, extensión de la licencia por maternidad, vitrificación de óvulos, concursos internos, en otros. Sin embargo, como ejecutiva de alto cargo tuvo que vivir otra época dentro del ámbito corporativo, donde fue muy difícil abrir el paso a las mujeres para acceder a cargos ejecutivos. Ella señala que siempre hay algo que se pierde en el camino, pero que se encuentra feliz de que esto esté cambiando para que las mujeres no sigan perdiendo y tengan igualdad de oportunidades dentro del ámbito laboral. También indica que lo más difícil de ocupar un alto cargo es lograr el balance entre la vida laboral y la personal. Y la alta exigencia desde lo laboral con una misma para que el trabajo sea visible.

Silvia también es emprendedora, tiene una Consultora en Dirección de Comunicación y desde ese punto de vista, también indicó algunos aspectos importantes a detallar como que las características que una mujer emprendedora debe tener son las mismas que las de un hombre, es decir: pasión por lo que hace, proactividad, creatividad, innovación, planificación y servicio al cliente. Ser formadora de equipos externos para llevar adelante

el negocio. Considera que las barreras a la hora de emprender son el equilibrio entre la vida laboral y la personal, el mismo equilibrio que si una trabajara en una organización, pero siendo emprendedora se corre el riesgo de trabajar de más, ya que en este caso el proyecto es propio. Por eso hay que saber planificar. Como emprendedora indica que el logro que la hace sentirse orgullosa es cumplir con las expectativas y los objetivos del cliente y compartirlos con todas aquellas personas que colaboran con el emprendimiento desde lo laboral como desde lo personal, o sea la familia.

Po último otra entrevista realizada por Mariana Arias para ICBC a Ísela Constantini, la primera mujer en ocupar la presidencia de General Motors Argentina y lo hizo sin atajos, pasó por todas las posiciones que le dieron un conocimiento profundo de cada área, fundamental, según ella, para ocupar luego un lugar jerárquico con conocimiento y a conciencia. Luego vendría el paso de la actividad privada a la pública, cuando se puso al frente de Aerolíneas Argentinas.

Para Isela, el trabajo fue una obsesión y el foco durante mucho tiempo de su vida, es una persona intuitiva, reflexiva, calidad y dispuesta a seguir creciendo como líder. Para ella, una líder puede nacer o construir, destaca que es fantástico poder nacer con características propias de un líder nato pero cree que muchas personas quieren y pueden desarrollarse como líder, muchas veces ella ve a chicos con talento pero que no se esfuerzan, ni son disciplinados y ese talento queda en bruto porque no lo llegaron a expandir y potenciar. Ella indica que si alguien quiere tener algo y no tiene características naturales le va a costar un poco, pero si lo trabaja, es probable que lo alcance, ya que será la constancia, el factor que lo lleve a convertirse en un líder. Ella se reconoce en parte como una líder natural pero que trabajó mucho en ella misma para ser consciente de sus imperfecciones y para eso entendió que la humildad es un punto importante, habla de lo importante que fue para ella ir escalando posición tras posición en General Motors, ella siempre pensó que si pasaba por todas las áreas mayor ideas ibas a aportar y cuando llegó a ser presidenta para Argentina, Paraguay y Uruguay se encontraba sumamente preparada para dirigir a es

orquestra de talento como ella misma señala. Isela también cuenta que somos nosotras mismas las que nos creamos barreras mentales pero como la visión de líder ella sintió y vió desde muy temprano que algunas personas se ponen en un papel de víctima como si estuvieran en condiciones de inferioridad o como si fuesen incapaces de crecer. Isela no cree en los *techos de cristal* porque ella cree que al ser de cristal con un golpe de martillo o piedra, se van a romper y cree que es que a veces las mujeres se victimizan entonces es más fácil creer que el otro pone un techo en vez de pensar que sí somos capaces de seguir avanzando para seguir escalando. Asimismo también indica que para la mujeres es difícil el crecer, ella destaca la etapa de los 25-35 en donde la mujer pasa por dos momentos difíciles: el primer embarazo y la primera promoción, la promoción dependerá de factores como el contexto, los competidores, la situación de la empresa y el país, en cambio el embarazo dependerá de una misma como mujer, ya que es un tiempo personal y de elección propia, se puede indicar que ese el momento en donde se produce un doble contexto de trabajo y esfuerzo para romper el techo de cristal o dedicarse a formar una familia, ella cree que este tema es un desafío para las empresas: el entender que las mujeres no deberían ponerse a elegir entre la maternidad y el crecimiento profesional. Isela también habla sobre el equilibrio para poder saber que lo que se ha escogido o se está haciendo es lo correcto, porque eso es fundamental para la realización personal de cualquier persona. Isela también señala que es sumamente importante el poder darse cuenta de lo que se quiere realmente y saber a qué se va enfrentar cuando uno llegue ahí, saber si estás lista, si de verdad quieres ser una líder y saber que esto traerá consigo responsabilidades a medida que crezcas como ejecutiva.

Capítulo 5. Identificación de factores impulsores del liderazgo femenino en el ámbito de los negocios

A partir del análisis del marco teórico y de los resultados de los trabajos de campo desarrollados, resulta posible afirmar que las mujeres en el campo de los negocios creativos han nacido y/o tenido que desarrollar su liderazgo para poder ocupar el lugar que tienen ahora, refiriéndose al sector de negocios creativos, se debe señalar que al igual que otros en particular, la mujer no ocupa un porcentaje equitativo en participación laboral. Consecuentemente, en atención a los objetivos planteados en el presente proyecto de graduación a continuación se señalarán las principales nociones identificadas a lo largo de la investigación.

5.1. Nociones generales

En primer lugar, resulta fundamental considerar las consecuencias de los cambios sociales para las mujeres exploradas a lo largo de la presente investigación, a partir de la cual se han identificado como principales cambios el derecho a la educación, en la que hubo diferenciación ya que la mujer fue mucho después a la escuela a diferencia del varón y a la inserción laboral, en donde también persisten hasta ahora diferenciaciones o barreras llamadas *techos de cristal*, otros puntos importantes que ayudaran a entender el objetivo del presente capítulo es la diferenciación de actividades de una mujer ama de casa con una mujer profesional, se debe dejar en claro que actualmente que las mujeres pueden desarrollar esos dos roles, promoviendo el trabajo desde casa como se verá en el presente capítulo.

A rasgos generales, se puede indicar que el empoderamiento femenino parte de una evolución social, económica y política. En donde un factor clave fue la inserción de la mujer en la educación. Sin duda alguna, partiendo de las ideas expresadas en el primer capítulo, en donde se diferencia a la mujer en dos etapas: antes de emprender y como ama de casa. Lo que permite obtener diferencias laborales entre varones y mujeres, porque si bien es

cierto, la mujer antes de emprender no contaba con las mismas oportunidades de trabajo que el varón, por lo que fue más difícil el querer insertarse en el mundo laboral.

Según los derechos laborales, la mujer puede obtener permiso de maternidad y eso va a verse de acuerdo a cómo sean las políticas internas de la empresa. Se debe reconocer en este punto, también las diferencias entre los modelos de negocios, ya que si una mujer trabaja en una gran empresa es probable que estas políticas estén mejor establecidas que una pequeña y/o mediana empresa, en donde muchas veces, se releva a la mujer en período de maternidad, haciendo que muchas veces, tenga que renunciar, porque la cadena de suministro es más ajustada en tiempo.

En el marco empresarial, se debe reconocer el aumento de la participación laboral femenina acompañado de su nivel de preparación académica, en donde en base a los estudios realizados, las mujeres tienen mayor preparación universitaria que los varones, pero aun así cuenta con desventajas salariales que ha dificultado su ascenso laboral.

Existen otras causas que dificultan el desarrollo laboral como el prejuicio femenino, la brecha salarial, los procesos de selección y el aumento del trabajo informal. Entre ellos, la causa más fuerte que actualmente se lleva a cabo en materia económica, es la de la brecha salarial, todos los estudios mencionados en el presente Proyecto indican que las mujeres ganan en promedio 20% menos que los varones, se puede indicar que esto trae como consecuencia el que las mujeres deseen independizarse y emprender.

Respecto a penalización de la maternidad, se indica que aquellas mujeres que no deseen tener hijos podrán tener mayor probabilidad de alcanzar un puesto de liderazgo y esto, es consecuente, ya que si la mujer no desea salir embarazada tendrá mayor tiempo para su vida profesional y académica.

Respecto a causas sociales, el machismo, es de las principales razones por la que no dejaron que la mujer pueda desarrollarse en todos los ámbitos existentes, ya sea económicos o políticos. En la actualidad sigue presente pero que con la controversia del auge y crecimiento feminista sumado a la legislación que el Estado debe brindar a favor de

una mayor igualdad de género, poco a poco se está logrando una transición más justa para las mujeres en la sociedad.

Un punto que marcaría un antes y después es el derecho a la educación para las mujeres, hasta la actualidad se viene trabajando contra el analfabetismo, ya que de casi 100 millones de personas que no saben leer, las dos terceras partes son mujeres, lo que da para una crítica permitiendo que se pueda concluir que aún en el mundo, las mujeres no cuentan con las mismas oportunidades de estudiar.

En el lado occidental tomando en cuenta a Buenos Aires, como territorio de estudio para llevar a cabo el Proyecto se puede indicar que un hito importante fue la introducción de métodos anticonceptivos, específicamente, la píldora anticonceptiva, que trajo como consecuencia el tener menos hijos, mayor tiempo para la inserción laboral y por ende, mayores ganancias y la posibilidad de seguir con estudios superiores. A lo largo de la historia argentina se puede reconocer que el peronismo ayudó al crecimiento de la educación, haciendo que la matrícula de mujeres en la universidad aumentara en la carrera de Obstetricia, mientras que los varones se iban para ramas ligadas a la Ingeniería, Física y Administración, lo que hacía que haya una división sexual del trabajo, porque las mujeres desarrollaban carreras humanísticas o de Medicina, lo que hacía una diferencia de elección de carrera si eras varón o mujer.

Fueron las mujeres de clase media urbana las que aprovecharon la educación gratuita, lo que con el tiempo trajera como hito histórico que haya la misma cantidad de varones y mujeres en un campo universitario. En los inicios del 2000 fue la mujer quien más matrículas ocupaba y actualmente, según los estudios, la mujer llegó para quedarse en el ámbito educativo y de desarrollo profesional, sin embargo, aún es poca la participación en carreras como la de Ingeniería o Tecnología.

Otro punto que está asociado al no poder seguir estudiando con continuidad son los abusos sexuales que por ende, traen un embarazo, así como también, el no establecer Planificación familiar.

Actualmente, la mujer puede decidir qué estudiar, si vivir con pareja o sola, si tendrá hijos o no, muchas decisiones que hace más de cinco décadas no podía tomar. La mujer de este siglo tiene la posibilidad de ser independiente si así lo quiere.

En los últimos años, se puede acceder al mercado laboral pero aún no con las mismas condiciones laborales que el varón. Porque en teoría, contamos con los mismos derechos y deberes, pero en la realidad del día a día y la práctica, no sucede así. Se puede recalcar que la mujer de estos tiempos busca mayores desafíos y retos cada vez más altos por lo que muchas veces decide no tener hijos con el fin de seguir en el ámbito profesional a tiempo completo, ya que sus necesidades se han ido volcando al éxito personal que, en su mayoría de veces está asociado a un ascenso laboral por el que se trabaja en constancia o el emprender una idea de negocio.

Se debe reconocer entonces, al empoderamiento femenino como un factor de crecimiento en el liderazgo. La autonomía y el empoderamiento, se han vuelto requisitos indispensables a la hora de alcanzar la igualdad de género, ya que estos deben ser implementados, al menos en las grandes corporaciones e impulsados por el Estado.

Actualmente son organizaciones gubernamentales, los encargados de impulsar temas de empoderamiento femenino ofreciendo charlas, cursos, impulsadoras de negocios, con el fin de que la mujer puede volverse activa social, ya que si la mujer llega a formarse tendrá al menos el concepto pre formado de lo que la autonomía.

Estados de varios países latinoamericanos vienen impulsando reformas de políticas con el fin de alcanzar logros respecto a la igualdad en el plano de ejercer los derechos, deberes y oportunidades por parte de la población. El estado junto a las grandes empresas son los principales en empezar a realizar cambios y reformas con el fin de que pueda llevarse a cabo una igualdad de género en la estructura de sus compañías, un claro ejemplo que se vió en Argentina fue la elección de Isela Constantini como Presidenta de Aerolíneas Argentinas, compañía nacional de Argentina que siempre estuvo liderado por varones y ella durante el mandato de Mauricio Macri fue designada para ocupar el cargo más alto de

una organización pública.

Es el feminismo, sin duda alguna un factor muy importante, que ha revolucionado los últimos cinco años Argentina y al mundo en general. Este movimiento basado en la lucha social y política con el fin de que la mujer y el varón tengan la misma igualdad de derechos y oportunidades, haciendo que nazca un nuevo concepto de justicia en el que se tiene como objetivo reconocer y respetar los géneros sin ninguna condición de por medio. Es imprescindible indicar que la sociedad viene haciendo un cambio sustancial cultural necesario y que actualmente se vive un concepto de género en desarrollo, que es la mujer empezando a desarrollar su autonomía con el fin de hacer cambios en su vida y en su entorno logrando así una equidad entre géneros.

Se debe sostener que la igualdad de género y el empoderamiento son dos causas que buscan un cambio y bienestar en la sociedad.

En la actualidad, la mujer está en la esfera económica, pero desarrollar su autonomía hará que puede tener libertad para decidir, en todos los aspectos en los que se encuentre desarrollando ideas, incluyéndose a ella misma como un género en desarrollo, ya que así podrá volverse activa socialmente, iniciadora de sus propias metas que se proponga como profesional o emprendedora con el fin de que pueda aportar positivamente y alcanzar cambios sociales y políticos dentro su entorno.

Partiendo de las aristas de modelo de negocio, especificando el modelo emprendedor, se debe indicar que en Buenos Aires hay un incremento de la participación femenina emprendiendo con un porcentaje muy alto pero que aún no llega a la mitad, se espera que esto pueda emparejarse haciendo un triple impacto en la economía, efecto social y el ambiente.

Se debe resaltar a las organizaciones de la Ciudad de Buenos Aires que ayudan a desarrollar y fomentar a las emprendedoras del país durante su proceso de formación, ayudan organizando encuentros, charlas de conocimiento empresario, perspectiva de género, inquietudes sociales, capacitaciones, programas de mujeres emprendedoras con

el fin de seguir alentándolas a que sigan ejecutando su proyecto personal, es importante la existencia de estas organizaciones, ya que muchas mujeres tienen la idea de emprender pero no saben cómo, ni dónde ir, entonces estas organizaciones sirven como motor de impulso que a su vez, también les ayudará a expandir su negocio.

Son las pymes, el inicio de muchas mujeres líderes que decidieron iniciar un camino con autonomía e independencia, porque a diferencia de los varones no inician, necesariamente, un emprendimiento por oportunidad o necesidad, hay otras razones como el no poder ascender laboralmente, el estar en un techo de cristal que les impide crecer más allá de lo esperado o la necesidad de contar con horarios flexibles que permitan armonizar las actividades laborales y familiares, es ahí donde se basa las principales causas del por qué la mujer decide emprender.

Las mujeres desde antes de emprender se han visto ligadas a las empresas, ya que eran ellas las que se sabían el *know how* al igual que su esposo, la sensibilidad para el trato con los clientes y los contactos que podía hacer.

Una emprendedora sabe que una pyme es un emprendimiento de liderazgo que le permite crecer en economía y de desarrollo como líder laboral, así también sabe los costos que implica la apertura o constitución de un negocio, sin la posibilidad de acceso a créditos, trámites burocráticos y todo aquellos que dificulta que la empresa sea formal al 100%.

Es importante indicar que Argentina es parte de uno de los países con mayor participación el total de la economía formal junto a Brasil y Chile, en donde las pymes ocupan un 40% haciendo que este modelo de negocio se establezca como parte del crecimiento económico que vive el país.

Se debe señalar que la discriminación por género en el trabajo está muy presente y las principales causas son la brecha salarial, la competencia laboral rígida por la productividad marginal, estas no son las únicas variables, está la que se da en el momento en que una mujer postula a un puesto y existen barreras para alguna actividad que no es la suya.

La brecha laboral se da por motivos de género, campañas como Ni una menos han

demostrado un sinnúmero de reclamos para realizar medidas urgentes no solo respecto a la violencia contra la mujer en el día a día sino también en el plano laboral.

Es un desafío que se debe eliminar para que la mujer pueda desarrollarse profesionalmente, se sabe que la Organización Mundial del Trabajo viene trabajando con una agenda que marca el reconocer un salario igual por un trabajo del mismo valor pero que el análisis desemboca en la diferenciación entre el varón y mujer en el plano laboral generando una brecha salarial, una de las principales consecuencias de desigualdades. Así también se puede reconocer que no solo hay discriminación laboral sino también por el rol que desempeña el varón y la mujer en la sociedad, haciendo que ella esté destinada a realizar las tareas domésticas, maternidad y crianza de hijos mientras que sea el segundo el que lleve dinero en la casa.

Si se habla de desempleo, las mujeres ocupan el primer lugar, agravándose peor aún en las jóvenes. Se debe saber que las mujeres se desempeñan en rubros relacionados a los servicios sociales, comunales y de comercio, haciendo que muchas veces trabajen en negro, es decir, sin beneficios laborales, es importante resaltarlo, ya que esto impulsa con mayor razón a que la mujer quiera independizarse y lograr autonomía.

Se puede indicar el grado de importancia que es el querer disminuir la brecha salarial pero que no alcanza con eliminar la discriminación laboral sino más bien de abordar el problema en sí de los factores que genera la brecha salarial, uno de ellos es la cantidad de horas asignadas a las actividades domésticas, donde la mujer es la principal participante.

Se debe señalar que los negocios creativos ayudaron a la mujer desde la época en la que Coco Chanel decidió empezar a diseñar, tomando en cuenta que los negocios de Diseño y Comunicación son un impulso para las mujeres, ya que pueden desarrollarse haciendo lo que más les gusta hacer, ya que como se indica, las mujeres han estado ligadas a las carreras de índole humanística, social y actualmente, a lo creativo.

La segregación laboral es un tema que ha hecho que se pueda ver cómo la mujer se encuentra concentrada en las empresas, si se habla de la segregación horizontal, se debe

saber que son pocos los sectores económicos donde la mano de obra femenina puede desempeñarse mientras que la segregación vertical se refiere a la concentración de empleo en puestos bajos de la jerarquía organizacional, con esto se puede afirmar que las mujeres sí ocupan cargos pero que les cuesta alcanzar la participación en cargos de gerencia o dirección.

La pyme es como un hijo para la emprendedora, se debe reconocer que las pequeñas y medianas empresas son un motor que genera empleo en el país y que ayuda a mucho más mujeres y varones a desarrollar sus habilidades, es por esto importante que los recursos humanos sean liderados por una persona que conozca sus fortalezas y motive a sus colaboradores a desarrollarse como individuos capaces de alcanzar metas y que se sientan parte de la empresa, en este aspecto, la líder juega un rol sumamente importante tomando en cuenta que no es solo un miembro que da órdenes sino que hace de su cargo, un puesto de guía y motivación para alcanzar la excelencia. Es por eso que la emprendedora líder será aquella que cuenta con capacidad y preparación con base a la voluntad de servir, en la manera de dirigir con un aspecto innato y que identifique las fortalezas de cada trabajador con el fin de reflejar sus logros e inspirar a otros.

Se señala al tiempo de la mujer como el tiempo dedicado a que la mujer ejecutiva o profesional empiece a alcanzar éxito y disfruta de sus capacidades como líder, en el que mucho de ellas desarrollan vínculos con el trabajo de una manera que se puede notar que a diferencia de antes, eran los varones los más vinculados, es así que las mujeres le dan importancia a la conexión empresarial como una red de apoyo que a su vez le permita crecer, creando una red de mujeres que trabajan en otras empresas, que hará que puedan compartir conocimientos de manera informal pero que, les ayudará a conocer y evitar errores que tal vez ya una de ellas ya pasó. El mismo círculo de mujeres emprendedoras, ejecutivas o profesionales ayuda a sentir a la mujer más segura, al hacerle saber que no está sola, sino al saber que existen muchas más mujeres con el deseo de superarse día a día, compartiendo sus conocimientos haciendo de esto una comunidad con el fin de

compartir, enseñar y aprender.

Se debe reconocer las cualidades de la mujer para ingresar al mundo laboral, haciendo énfasis a que no solo se dedica a hacer operaciones poco calificadas sino más bien como una herramienta de tipo estratégico para la administración.

Se debe saber que la mujer posee mayor nivel educativo que el varón en Buenos Aires por lo que esto le ha dado cierto grado de libertad profesional dejando atrás prejuicios masculinos sobre la participación femenina en ámbitos laborales donde se le discriminaba y creía que no podía desarrollarse, dejando atrás la historia de sumisión para romper barreras y obstrucciones.

Es importante anunciar que para finales de la década la mujer ocupará la misma cantidad de fuerza laboral que el varón, sin embargo, aún tendremos poca participación en puesto de nivel medio y alto.

Es necesario indicar que la mujer no se reconoce como líder pero que sí sabe cómo es una mujer líder, se sabe que la autoconfianza es de las principales características para una mujer líder, esto quiere decir que la autoestima alta y el ego en equilibrio, permiten ser una líder.

La líder posee un estilo en el que la administración viene a ser moderna, participativa y humanista, en el que las mujeres les dan mayor valor a los detalles, a la atención al cliente y a la intención de participar en tareas por lo que será importante aclarar que la mujer en la actualidad puede demostrar e imponer su estilo definido como abierto y directo, orientado al desarrollo de equipos de trabajo.

5.2. Nociones específicas

En base, a lo estudiado en los anteriores capítulos, se puede señalar que los varones ocupan constantemente, la mayor parte de la tasa de actividad laboral con una diferencia de casi la quinta parte respecto a las mujeres, esto sirve para entender cómo se encuentra compartido la tasa activa de empleados en Argentina.

Otro punto importante es la diferencia de ocupación por edad y género que ocupa el varón

frente a la mujer, que demuestran que sigue habiendo brechas de participación laboral, los varones desde los 26 años son activos laboralmente hasta los 75 años.

Se puede indicar diferencias de participación educativa en los niveles primario y secundario, en donde el varón ocupa mucho más lugar que la mujer, pero cambia en el nivel universitario en donde la mujer cuenta con una participación de casi la mitad frente a una tercera parte ocupada por los varones que coincide con lo presentado en el capítulo 1 en el que se habla de la educación como potencial para las mujeres donde se observa un gran asiduo de las mujeres por querer obtener un título o ejercer una profesión, que les ayudase a abrirse paso a mejores condiciones laborales y sociales que también refuerza que hubo una transformación que no se pudo analizar pero que le permitió a la mujer una activa participación dentro de la universidad.

Uno de los puntos clave dentro del presente Proyecto de Graduación es la brecha salarial entre varones y mujeres, existe una diferencia consecuenta a lo largo de los 16 años en la que el varón siempre ha ganado más que la mujer siendo el último año el de mayor diferencia con \$4000 pesos a favor del varón y como se sabe, según la ley debe haber una igualdad de remuneración, punto que hasta ahora se ve no se ejerce de manera correcta, estableciendo una brecha salarial que perjudica a las mujeres laboralmente, ya que cuentan con las mismas necesidades que un varón, por lo que el ganar menos las hace que puedan satisfacer menos necesidades e incluso no velar, ni satisfacer algunas. Otro punto a resaltar partiendo de la ley, es que no existe un ente regulador con respecto a temas de diferencias salariales por distinción de género, haciendo que se realice con mucha normalidad.

Se puede señalar que las mujeres poseen mayor participación laboral en algunos rubros como el de los Servicios, incluso más que los hombres, pero en la Industria se puede ver que se encuentra ocupado, la mayoría, por los varones, ya que al parecer la mujer no se encuentra capacitada / especializada para la Industria o no ha intentado adentrarse a ese rubro por posibles limitaciones.

Se puede notar y comprobar que hay muchas mujeres líderes que no cuentan con muy buena participación en puestos de decisión. Entonces se puede indicar que las mujeres jefes ocupan la tercera parte de los puestos, esto si bien es cierto no es un porcentaje pequeño, hace notar que en la actualidad que las mujeres han ido obteniendo mayor protagonismo para roles de dirección y decisión, por otra parte las emprendedoras vienen a hacer la mitad de los varones que se han animado a trabajar por cuenta propia, mientras que los directores, una escala de mayor jerarquía a nivel empresa y profesión indica que más de la mitad son varones, es decir la mujer aún no ocupa la misma cantidad de participación en puestos de decisión de cargos ejecutivos en grandes empresas u organizaciones.

Se debe recalcar que las mujeres poseen mayor grado de instrucción que los varones como pero que a pesar de eso aún no ha podido alcanzar la igualdad de participación en cargos de gerencia o dirección.

Se señala que son los varones que a pesar que muchos de ellos solo estudiaron el nivel primario cuentan con puestos de jefe, los varones que estudiaron hasta nivel de secundario ocupan mayores puestos que las mujeres y los varones que estudiaron hasta el nivel universitario también repiten el mismo resultado de obtener mayores puestos de jefe a comparación que la mujer. En el caso de dirección, en todas las escalas de instrucción, es decir nivel primario, secundario y terciario el varón sigue ocupando una mayor participación a comparación que la mujer.

Es importante saber a qué rubros la mujer ha decidido dedicarse tomando en cuenta que los negocios creativos no es una rama tan antigua como lo puedo ser el trabajo en casas particulares en donde las mujeres ocupan una participación importante porque, aún el porcentaje de mujeres profesionales y que ejerzan su carrera sin dejarlo por algún motivo, han hecho que la mujer se desarrolle como una ama de casa.

La mujer ocupa una participación importante en el rubro del Comercio, donde se puede resaltar la labor empresarial que ha podido desarrollar la mujer sin o con profesión de por

medio. Luego se encuentran sectores como la enseñanza, que está ligado en que hubo una época de creciente población de mujeres que estudiaban para ser profesoras, pedagogas o inclinándose a las ramas Sociales, que resalta la participación de las mujeres en facultades con carreras de Humanidades, Psicología, Sociales o Medicina.

Se puede partir desde la distribución de las mujeres ocupadas y la tasa de presencia femenina por ramas de actividad. Las mujeres ocupan mucha participación en la parte Operativa, es decir se desarrollan en Procedimiento, Fabricación, Funcionamiento, Producción, este sector es el que mayor presencia de mujeres tiene a diferencia de la actividad Profesional en donde la mujer tiene poca participación, esto indica que hay muy pocas profesionales en el país. En presencia en los sectores, las mujeres ocupan alta participación en áreas donde no ha sido necesario una carrera profesional o tecnicatura, por lo tanto, no es mano de obra calificada y esto indica y refuerza la poca cantidad de profesionales femeninas que tiene el país.

Es importante saber que la mujer se dedica a tareas como el rubro de Servicios, Servicios Sociales y Comercialización son los que mayor porcentaje de mujeres ocupan mientras que los varones ocupan un gran porcentaje en el rubro de Comercialización, de Extractivas y de Construcción en donde, la mujer no ocupa ni un 1% de participación. Por otro lado se debe destacar la presencia femenina siendo el rubro de los Servicios el que mayor trabajo da a mujeres, seguido por el de Servicios Sociales y para el Jurídico – Legal, entonces se puede deducir la vocación y profesión que las mujeres han desarrollado están más orientados al rubro de los Servicios y de la Abogacía, también ocupan una alta participación en la Gestión administrativa pero que aún ocupa el cuarto lugar, entonces se puede esclarecer que la mujer está empezando a desarrollar su conocimiento profesional en campo empresarial.

Otro punto a resaltar es que, dentro de tareas de Dirección, las mujeres ocupan la tercera parte de cargos de dirección, más de la mitad de puestos están siendo ocupado por varones lo que nos indica que hasta el momento se viene dando una distinción de igualdad,

tal vez porque aún son pocas las mujeres profesionales, que está alcanzando un puesto en dirección.

Se puede señalar que las mujeres ocupan menos de la mitad de participación laboral femenina, un número importante pero que nos indica que aún no ocupamos ni la misma cantidad de puestos laborales que los varones.

La presencia de mujeres en cargo de jefatura es de tan solo la tercera parte respecto a los varones haciendo que se demuestre que solo la tercera parte de cargos de jefatura y Dirección están ocupado por mujeres, eso quiere decir que las mujeres aún no han llegado a ocupar la misma cantidad de participación laboral en niveles de Gerencia y Administración en las empresas.

En este Proyecto de Investigación se ha desarrollado el marco teórico en base a la evolución del cómo la mujer ha ido creciendo profesional, laboral y socialmente. Es por esto que es de suma importancia el saber cómo se encuentra la mujer dentro de la participación laboral en el país para poder esclarecer en primer lugar, que como se ha podido señalar en base a todas las tablas anteriormente analizadas, las mujeres no ocupan ni la cuarta parte de cargos de alta dirección, sin embargo, el porcentaje que ocupan cargos de Jefe o Dirección, resaltan de ellas el liderazgo innato o desarrollado, lo que les ha permitido el poder avanzar y hacer que que actualmente se encuentren en puestos de gerencia o a las que han decidido emprender y crear su propio trabajo, haciendo énfasis a los que trabajan por cuenta propia.

5.3. Identificación de factores de liderazgo femenino

Es por esto que el presente trabajo busca identificar en ese grupo de mujeres líderes que han alcanzado puestos claves o emprendido uno o varios negocios, los factores que han impulsado su liderazgo.

En base a lo presentado en Mary Kay, a cargo de la Directora Nacional en donde el objetivo fue identificar el grado de liderazgo empresarial en las consultoras, que por cierto, son de diferentes niveles ejecutivos.

Se puede reconocer a la autonomía como uno de los factores que impulsan a la mujer emprendedora ya que son personas que les nace el querer emprender por cuenta propia y el prepararse para luego capacitar a más personas.

Otro factor que se puede destacar es la escucha activa, ya que muchas de ellas escuchan la experiencia de la otra con el fin de enriquecerse y tal vez, para no cometer el error que ya otra compañera cometió.

Otro factor fue la motivación de cada consultora, se debe resaltar que cada una de ellas cuentan con una red de mujeres a su cargo, ya que, si bien es cierto, todas estaban interesadas en lo que aprendían, gozaban del querer seguir creciendo como emprendedora ya que su motivación es el ser libre económicamente, es decir, el trabajar en lo que le gusta y obtener ingresos a partir de esto, es una motivación para ellas.

Entonces se puede concluir que un punto clave es que para que una mujer sea líder tiene que descubrir en primer lugar su vocación, todas estas mujeres gozaban de estar en esa charla en donde no solo era teórico sino también práctico ya que tenían que maquillar al final y a todas les gustaba el tema del cuidado y la belleza femenina.

Otro factor que es importante para impulsar el liderazgo es la participación activa, las consultoras demostraron mucho interés por el preguntar, cuestionar y aclarar sus dudas, entonces una mujer líder es aquella que no tiene miedo al qué podrán decir de ella si pregunta o cuestiona algo porque sabe que le es importante para su crecimiento personal y profesional.

Otro punto clave fue la experiencia profesional, ya que si bien es cierto no todas ejercían la carrera que habían estudiado, la complementaban, en su mayoría, de algún modo. Entonces podemos indicar que por más que una líder estudie una carrera y termine enfocándose en otra especialidad, ella podrá adaptar lo aprendido para su beneficio profesional.

Otro punto clave es el enseñar a otros, el liderazgo femenino demostrado en la charla de Mary Kay denota que sus consultoras no tienen dudas por compartir lo que sabe así sea

poco, entonces este punto es fundamental para toda líder.

Las mujeres emprendedoras pudieron indicar que para ellas existen factores como el cambio constante, la inteligencia emocional, la escucha activa, el crecimiento constante, el ser ético y poseer buenos valores.

Además ambas coincidieron que ellas no han visto barreras a la hora de emprender, creen que muchas veces es la propia mujer la que se pone las trabas, es ahí en donde se puede indicar que las mujeres necesitan desarrollar su liderazgo para no estancarse ni personal ni profesionalmente.

Las mujeres ejecutivas indican que los factores que deben poseer es un liderazgo democrático - participativo, ser una buena negociadora y ser empática. Como mujer ejecutiva de una gran empresa sí han existido barreras que no le han permitido el ascenso y que estas pueden ser barreras actitudinales, organizacionales y culturales. Los primeros, tienen que ver con la actitud propia de la mujer y en esto coincide con la misma forma de barrera que ven las emprendedoras. Las organizacionales en donde se refleja lo mucho que le costó y lo mucho que se le exige para poder ascender y llegar a un puesto ejecutivo y las culturales, donde no se está acostumbrado al ver a mujeres en altos puestos ejecutivos y que para que esto pueda irse dado, lo gubernamental también debe empezar a promover la igualdad de oportunidades.

Conclusiones

Retomando los objetivos establecidos al comienzo de este PG, se realizará un análisis integral de cómo el liderazgo femenino ha ido evolucionando partiendo de los cambios sociales y cuáles son los factores que influyen en el liderazgo femenino para que puedan hacer uso de su autonomía y decida crecer en el aspecto profesional, es decir, escalando puestos, demostrando ser una mujer líder y de influencia para los demás, así como también, el decidir emprender un negocio creativo del campo del Diseño y Comunicación. El motivo para investigar este tema fue el saber por qué las mujeres no ocupaban altos cargos ejecutivos y cómo a pesar de esto, decidían crear su propia oportunidad para convertirse en una mujer líder.

Para lograr llegar a los objetivos se tuvo que hacer una investigación histórica – social remontando a lo que sería explicar cambios sociales como el acceso a la educación, ya que la mujer fue mucho después a la escuela que el varón, al trabajo, en donde la mujer hasta la actualidad sufre de discriminación laboral, brecha salarial y muchas veces, debe elegir si desea tener hijos o no con el fin de no interrumpir su desarrollo laboral, y que esto podría hacer que deje de trabajar, por ende, escalar en la compañía a la que pertenezca. Se debe indicar que la mujer, antes de emprender, apenas y podía tomar decisiones por sí sola, ya que estaba destinada a que se dedique a la casa, es decir, el estudiar y el trabajar fueron factores clave para que la mujer pueda tener mayor libertad, autonomía y la capacidad de querer crecer profesionalmente, laboralmente y en lo personal. Se debe indicar a problemas como el machismo, que no permitieron que la mujer pueda desarrollarse, ya que como lo mencioné, la mujer estaba vista para estar en la casa. Se debe marcar un antes y después de que la mujer obtuviera derechos primordiales, ya que estos ayudaron poco a poco a que esta se involucre e incentive para que estudie una profesión.

En la actualidad, se debe indicar al feminismo y empoderamiento femenino como cambios claves para que la mujer pueda atreverse con menos miedo que antes a aspirar a hacer

cosas más difíciles y sumarse a hacer más retos para su crecimiento laboral y profesional. Así como también, se debe recalcar que estos movimientos son altamente influyentes ya que las mujeres se han aliado en comunidad, en la que muchas de ellas enseñan a otras sobre lo que no saben y con su experiencia ayudan a que una no cometa los mismos errores que otras, además, ahora las emprendedoras suelen estar mejor informadas de temas políticos y económicos que hacen que puedan manejar a cabo su emprendimiento. Se debe indicar que la inserción de la mujer al trabajo ha aumentado considerablemente, es por eso que sumado a los cambios sociales, la mujer está accediendo a roles claves dentro de una compañía. Antes era muy difícil ver que una mujer era la CEO de una transnacional, en cambio, en la actualidad, ya existen más mujeres, que han ido persistiendo en cuánto al querer ser una líder empresarial.

Por otro lado, se concluye que, en la actualidad, que por más que el varón y la mujer tengan los mismos derechos laborales, a la hora de la práctica es la más perjudicada, teniendo que decidir muchas veces, por ejemplo, si dejar su trabajo cuando decida dar a luz. Por otra parte, se tiene al prejuicio femenino, de indicar que una mujer no puede dedicarse a un oficio por el simple hecho de ser mujer como campos de la Ingeniería o Física, otro problema es los procesos de selección sesgados, que vendría a hacer una consecuencia del prejuicio hacia la mujer, los problemas para ascender y ahí, se hace enfoque a lo que es el techo de cristal, es decir cuando una mujer difícilmente puede acceder a un mayor puesto de dirección o gerencia.

Respecto a los modelos de negocio, se puede indicar que la mujer puede acceder a una corporación, siempre y cuando tenga una profesión o tecnicatura, de por medio, es cierto que tendrá todos los derechos laborales obligatorios pero que a su vez, es probable que sea vea involucrada a uno de los problemas anteriormente mencionados, por otro lado, el modelo emprendedor, indica que una mujer pone en práctica su idea innovadora, a diferencia de los hombre no por el deseo de desarrollar una idea o aprovechar una unidad de negocio, sino más bien por la imposibilidad de ascender en sus carreras laborales dentro

de su compañía, o por el no poder encontrar un trabajo que las satisfaga y cuente con un horario flexible para poder pasar mayor tiempo con su familia o algún interés. Es decir, que deciden emprender por disponer de tiempo para desarrollar otras tareas, el compartir tiempo con su familia ser su propia jefa.

Haciendo referencia al campo del Diseño y Comunicación, las mujeres de este campo destacan porque históricamente, las mujeres han estado ligadas a carreras de índole social, creativo y humanístico, es por eso que la investigación concluye en que las mujeres líderes de este campo cuentan principalmente con una autonomía muy bien desarrollada, la escucha activa, la motivación, vocación, participación activa, experiencia profesional, así como también poseer un liderazgo democrático y participativo, ser una buena negociadora y contar con empatía. Las emprendedoras creen que no han contado con barreras para empezar a iniciar su proyecto mientras que las mujeres de gran empresa indicaron que sí y que estas barreras han sido de índole actitudinal, organizacional y cultural.

Por último, se debe concluir indicando que en la actualidad hay muchas organizaciones no gubernamentales, que apoyan de forma muy activa el desarrollo de mujeres líderes y emprendedoras, fomentando charlas, capacitaciones, programas y constante asesoría con el fin de que las mujeres tampoco se sientan solas en el transcurso de crear y decidir emprender su propia idea de negocio. Pero, los principales impulsores deberían ser el Estado y las grandes empresas, que si bien es cierto el primero impulsa con reformas públicas, el segundo debería impulsar la igualdad de género, con el fin de que ambos, mujer y varón, puedan alcanzar el mismo puesto laboral, sin ningún prejuicio de por medio.

Lista de Referencias Bibliográficas

- Bacalini, F. (2017). Mujeres y universidad: cronología de una inclusión (matizada). *Sociales y Virtuales*, 4(4). Disponible en: <http://socialesyvirtuales.web.unq.edu.ar/mujeres-y-universidad-cronologia-de-una-inclusion-matizada/>
- Benavente, A. y Valdés, M. (2014). *Políticas públicas para la igualdad de género*. Santiago: Cooperación Española.
- Bonder, M. (1994). *Mujer y Educación en América Latina: hacia la igualdad de oportunidades*. Disponible en: <https://rieoei.org/historico/oeivirt/rie06a01.htm>
- Buendía-Martínez, I., & Carrasco, I. (1). Mujer, actividad emprendedora y desarrollo rural en América Latina y el Caribe. *Cuadernos De Desarrollo Rural*, 10(72). Recuperado a partir de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/desarrolloRural/article/view/7006>
- Bustelo, L. (1983). *El derecho al trabajo de la mujer*. Disponible en: https://elpais.com/diario/1983/03/09/economia/416012402_850215.html
- Cain, S. (1986). *The Economic Analysis of Labor Market*. Handbook of Labor Economics. Elsevier Ed.
- Capel (2007). *Mujer y educación en el Antiguo Régimen. Historia de la educación: Revista interuniversitaria*.
- Clarín (2013) *¿Qué significa ser mujer en nuestra sociedad?* Disponible en: https://www.clarin.com/genero/trabajo-genero-columnista-mujer-ser_mujer_0_HyKcuaFPXe.html
- Dirección General de Estudios Macroeconómicos y Estadísticas Laborales – MTEySS (2018). *Mujeres en el mercado de trabajo argentino*. Disponible en: http://www.trabajo.gob.ar/downloads/estadisticas/mujeres_mercado_de_trabajo_argentino-3trim2017.pdf
- Entreculturas (2007). *8 de Marzo: Por el derecho de la mujer a la Educación*. Disponible en: <https://www.entreculturas.org/noticias/8-de-marzo-por-el-derecho-de-la-mujer-la-educacion>
- El Tiempo (2016). *La mujer a través de la historia*. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16530392>
- Enter Literally, L. N. (1999). *El panorama actual de las pymes: ventajas y desventajas competitivas*. Esic market.
- Eusebius of Caesaria. *Ecclesiastical History*. Disponible en: http://www.documentacatholicaomnia.eu/03d/0265-0339,_Eusebius_Caesariensis,_Church_History,_EN.pdf
- Ferraro, C., & Stumpo, G. (2010). *Políticas de apoyo a las pymes en América Latina*. Santiago de Chile: CEPAL & Cooperazione Italiana.
- Ferraro, C., Peres, P. y Stumpo, G. (2007). *El papel de las pequeñas y medianas empresas en América Latina*. Economía marche, Review of Regional Studies, año XXVI, N° 1, Ancona.

- Fucsia (2019). *Las 6 desventajas laborales de ser mujer*. Disponible en: <https://www.fucsia.co/belleza-y-salud/articulo/dificultades-los-que-se-enfrenta-la-mujer-trabajadora/57641>
- Gobierno de Argentina. *Mujer, Trabajo y Empleo*. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/inam/areas-de-intervencion/mujer-trabajo-y-empleo>
- Kantis, H. (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia Internacional*. Nomos, Bogotá
- La Nación (2019). *Mujeres corporativas: el reto para las empresas de terminar con la brecha de género*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/economia/mujeres-corporativas-el-reto-para-las-empresas-de-terminar-con-la-brecha-de-genero-nid2236705>
- Legal (2014). *Mobbing o acoso moral al trabajador: lo que dice la normativa legal argentina*. Disponible en: <https://www.legal.com.ar/notas/mobbing-o-acoso-moral-al-trabajador-lo-que-dice-la-normativa-legal-argentina>
- Lorenzo, M.F. (2016). *Que sepa coser, que sepa bordar, que sepa abrir la puerta para ir a la universidad. las académicas de la Universidad de Buenos Aires en la primera mitad del siglo XX*. Buenos Aires: Eudeba.
- Mans Unides. *La formación, uno de los pilares para la igualdad de derechos*. Disponible en: <https://mansunides.org/es/observatorio/derecho-mujer-educacion>
- Moreno, C., Morales, J. & De la Cruz, J. (2018). *Empoderamiento de la mujer en el área laboral en México*.
- OIT (2019) *La brecha salarial de género lleva dos décadas estancada: es del 25%*. Disponible en: https://www.ilo.org/americas/publicaciones/WCMS_697670/lang-es/index.htm
- Observatorio de la Violencia contra las Mujeres. (2017). *Informe: Mujeres y mercado de trabajo*. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/informe-mujeres-mercado-trabajo.pdf>
- Poltorak, M. (2018). *Brecha laboral por motivos de género: diagnóstico y desafíos*. Revista Derechos en Acción.
- Rodríguez, E. (1993). *El machismo en el imaginario social*. Revista Latinoamericana de Psicología 2, Vol. 25.
- Sánchez Echeverri, K. A. (2017). *La mujer en la alta dirección*. Recuperado de: https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13204/KarenAndrea_S%c3%a1nchezEcheverri_2017.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- The Evolution of the Entrepreneur. Disponible en: <https://grasshopper.com/resources/infographics/evolution-of-the-entrepreneur/#>
- Universia (2019). *Mujeres emprendedoras en Argentina. Espacios y sectores de desarrollo*. Buenos Aires. Disponible en: <https://noticias.universia.com.ar/practicas->

empleo/noticia/2019/08/27/1166142/mujeres-emprendedoras-argentina-espacios-sectores-desarrollo.html

Vallejo, N. y Luis, W. (1994). *Mujer: trabajo, familia y finanzas*. España: Temas de hoy

Bibliografía

- Araujo, C. (2010). *La mujer del siglo XXI*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires. Universidad de Palermo. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/787.pdf. Recuperado el 18/05/19.
- Bacalini, F. (2017). Mujeres y universidad: cronología de una inclusión (matizada). *Sociales y Virtuales*, 4(4). Disponible en: <http://socialesyvirtuales.web.unq.edu.ar/mujeres-y-universidad-cronologia-de-una-inclusion-matizada/>
- Baldrich, P. (2011). *Mujeres Pymes del Partido de Vicente López*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires. Universidad de Palermo. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/28.pdf. Recuperado el 18/05/19.
- Benavente, A. y Valdés, M. (2014). *Políticas públicas para la igualdad de género*. Santiago: Cooperación Española.
- Bonder, M. (1994). *Mujer y Educación en América Latina: hacia la igualdad de oportunidades*. Disponible en: <https://rieoei.org/historico/oeivirt/rie06a01.htm>
- Buendía-Martínez, I., & Carrasco, I. (1). Mujer, actividad emprendedora y desarrollo rural en América Latina y el Caribe. *Cuadernos De Desarrollo Rural*, 10(72). Recuperado a partir de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/desarrolloRural/article/view/7006>
- Bustelo, L. (1983). *El derecho al trabajo de la mujer*. Disponible en: https://elpais.com/diario/1983/03/09/economia/416012402_850215.html
- Cain, S. (1986). *The Economic Analysis of Labor Market*. Handbook of Labor Economics. Elsevier Ed.
- Capel (2007). *Mujer y educación en el Antiguo Régimen. Historia de la educación: Revista interuniversitaria*.
- Clarín (2013) *¿Qué significa ser mujer en nuestra sociedad?* Disponible en: https://www.clarin.com/genero/trabajo-genero-columnista-mujer-ser_mujer_0_HyKcuaFPXe.html
- Dirección General de Estudios Macroeconómicos y Estadísticas Laborales – MTEySS (2018). *Mujeres en el mercado de trabajo argentino*. Disponible en: http://www.trabajo.gob.ar/downloads/estadisticas/mujeres_mercado_de_trabajo_argentino-3trim2017.pdf
- Entreculturas (2007). *8 de Marzo: Por el derecho de la mujer a la Educación*. Disponible en: <https://www.entreculturas.org/noticias/8-de-marzo-por-el-derecho-de-la-mujer-la-educacion>
- El Tiempo (2016). *La mujer a través de la historia*. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16530392>
- Enter Literally, L. N. (1999). *El panorama actual de las pymes: ventajas y desventajas competitivas*. Esic market.

- Eusebius of Caesaria. *Ecclesiastical History*. Disponible en: http://www.documentacatholicaomnia.eu/03d/0265-0339,_Eusebius_Caesariensis,_Church_History,_EN.pdf
- Ferraro, C., & Stumpo, G. (2010). *Políticas de apoyo a las pymes en América Latina*. Santiago de Chile: CEPAL & Cooperazione Italiana.
- Ferraro, C., Peres, P. y Stumpo, G. (2007). *El papel de las pequeñas y medianas empresas en América Latina*. Economía marche, Review of Regional Studies, año XXVI, N° 1, Ancona.
- Ferreryra, P. (2011). *Femenina debilidad, masculina tentación*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires. Universidad de Palermo. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/374_libro.pdf. Recuperado el 18/05/19.
- Fucsia (2019). *Las 6 desventajas laborales de ser mujer*. Disponible en: <https://www.fucsia.co/belleza-y-salud/articulo/dificultades-los-que-se-enfrenta-la-mujer-trabajadora/57641>
- Galván, C. (2018). *Las directoras como factor de innovación en el cine*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires. Universidad de Palermo. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/4760.pdf. Recuperado el 18/05/19
- García, M. (2018). *El aumento del emprendedurismo femenino*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires. Universidad de Palermo. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/4780.pdf. Recuperado el 18/05/19
- Gobierno de Argentina. *Mujer, Trabajo y Empleo*. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/inam/areas-de-intervencion/mujer-trabajo-y-empleo>
- Jais, E. (2018). *Nuevas modalidades de empleo en las industrias Creativas*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires. Universidad de Palermo. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/4734.pdf. Recuperado el 18/05/19.
- Kantis, H. (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia Internacional*. Nomos, Bogotá
- La Nación (2019). *Mujeres corporativas: el reto para las empresas de terminar con la brecha de género*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/economia/mujeres-corporativas-el-reto-para-las-empresas-de-terminar-con-la-brecha-de-genero-nid2236705>
- Legal (2014). *Mobbing o acoso moral al trabajador: lo que dice la normativa legal argentina*. Disponible en: <https://www.legal.com.ar/notas/mobbing-o-acoso-moral-al-trabajador-lo-que-dice-la-normativa-legal-argentina>
- Lorenzo, M.F. (2016). *Que sepa coser, que sepa bordar, que sepa abrir la puerta para ir a la universidad. las académicas de la Universidad de Buenos Aires en la primera mitad del siglo XX*. Buenos Aires: Eudeba.

- Mans Unides. *La formación, uno de los pilares para la igualdad de derechos*. Disponible en: <https://mansunides.org/es/observatorio/derecho-mujer-educacion>
- Mazzocatto, A. (2017). *Nueva visión sobre la mujer argentina*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires. Universidad de Palermo. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/4279.pdf. Recuperado el 18/05/19.
- Moreno, C., Morales, J. & De la Cruz, J. (2018). Empoderamiento de la mujer en el área laboral en México.
- Narváez, L. (2018). *El despertar de la Cosmética Peruana*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires. Universidad de Palermo. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/4814.pdf. Recuperado el 18/05/19.
- OIT (2019) *La brecha salarial de género lleva dos décadas estancada: es del 25%*. Disponible en: https://www.ilo.org/americas/publicaciones/WCMS_697670/lang-es/index.htm
- Observatorio de la Violencia contra las Mujeres. (2017). *Informe: Mujeres y mercado de trabajo*. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/informe-mujeres-mercado-trabajo.pdf>
- Poltorak, M. (2018). *Brecha laboral por motivos de género: diagnóstico y desafíos*. Revista Derechos en Acción.
- Porchetto, A. (2011). *We can do it*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires. Universidad de Palermo. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/267.pdf. Recuperado el 18/05/19.
- Rodríguez, E. (1993). El machismo en el imaginario social. *Revista Latinoamericana de Psicología* 2, Vol. 25.
- Rodríguez, M. (2016). *Disney y la imagen femenina*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires. Universidad de Palermo. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/4091.pdf. Recuperado el 18/05/19.
- Sánchez Echeverri, K. A. (2017). La mujer en la alta dirección. Recuperado de: https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13204/KarenAndrea_S%c3%a1nchezEcheverri_2017.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- The Evolution of the Entrepreneur. Disponible en: <https://grasshopper.com/resources/infographics/evolution-of-the-entrepreneur/#>
- Universia (2019). *Mujeres emprendedoras en Argentina. Espacios y sectores de desarrollo*. Buenos Aires. Disponible en: <https://noticias.universia.com.ar/practicas-empleo/noticia/2019/08/27/1166142/mujeres-emprendedoras-argentina-espacios-sectores-desarrollo.html>
- Vallejo, N. y Luis, W. (1994). *Mujer: trabajo, familia y finanzas*. España: Temas de hoy