

# Brecha de género y oportunidades empresariales. El caso de la región Campania en Italia

---

MADDALENA DELLA VOLPE

*Universidad de Salerno*

ALEXANDRA JARAMILLO-GUTIÉRREZ

*Universidad de Salerno*

RITA SCARPA

*Universidad de Salerno*

## **Resumen**

Construir economías más inclusivas a nivel mundial y nacional es un objetivo alcanzable siempre que se proteja la igualdad de género en los campos de la educación, la salud, la política y todas las formas de participación económica. Ningún país ha resuelto el desafío de la igualdad de género, aún si la participación de las mujeres en las redes empresariales representa un motor de crecimiento económico. En este artículo exploramos el tema de la brecha de género desde una perspectiva de ecosistemas emprendedores, dentro de los cuales cobra especial importancia la intersección entre los sectores disciplinarios STEM y el emprendimiento. La desigualdad educativa, que ve a las mujeres subrepresentadas en los sectores más propulsores de la innovación, tiene un impacto negativo en productividad, economía y bienestar, así como en la creación de *startups*. Para realizar un análisis de las nuevas empresas femeninas en la región Campania, en Italia, creamos una base de datos utilizando el procedimiento de *web scraping*. La originalidad de la investigación radica en su

enfoque territorial y en la comparación de la región Campania con la situación nacional y global. El trabajo representa una invitación a repensar las medidas institucionales y de formación para cerrar la brecha en el ámbito económico.

### **Palabras clave**

Emprendimiento femenino, Género, *Startups*, Ecosistemas Emprendedores, STEM, Italia.

## Introducción

Construir economías más inclusivas a nivel mundial y nacional es un objetivo alcanzable siempre que se proteja la igualdad de género en los campos de la educación, la salud, la política y todas las formas de participación económica. El emprendimiento es reconocido por muchos como un motor de crecimiento económico y esto explica el apoyo de las instituciones para fomentar el emprendimiento femenino (Brush y Greene, 2016; Hechavarría et al., 2019). La igualdad de género, que implica el despliegue de la mitad de los talentos que existen en el mundo, tiene un impacto fundamental en la prosperidad, el desarrollo, la competitividad de las economías y la sociedad. Para apoyar el crecimiento en esta dirección, existen muchos programas y políticas de soporte que proporcionan financiación, apoyo comercial, subvenciones, cuidado infantil, así como el impulso hacia las disciplinas STEM (ciencia, tecnología, ingeniería, matemáticas), en el esfuerzo para reducir la discriminación y eliminar barreras (Henry et al., 2017; OCDE, 2016).

Bullough et al. (2019) identifican tres variables clave que representan un apalancamiento para el emprendimiento femenino: la construcción de redes, programas y entornos de apoyo, políticas y normativas. A pesar de la propensión femenina a la creación de redes, surge que esta actitud conduce sólo a contactos deficientes (Klyver y Grant, 2010). Con respecto a la segunda variable, hay que decir que un ecosistema emprendedor

incluye nuevas oportunidades de mercado, una variedad de apoyos institucionales y de infraestructura. Dentro de un ecosistema, todos los elementos están interconectados, se refuerzan mutuamente, e impactan de manera positiva la cultura empresarial y la innovación, que representan un alto potencial de crecimiento. Pero las mujeres encuentran muchas barreras en los ecosistemas en los que se ubican, obstáculos en términos de participación y apoyo que se traducen en un acceso desigual a los recursos y menos oportunidades de éxito (Brush et al., 2019). Finalmente, con respecto a la tercera variable, relativa a políticas y normativas, se encuentra que, en comparación con los hombres, las mujeres enfrentan desafíos más exigentes para proteger el capital involucrado en sus actividades empresariales. También los comportamientos femeninos estereotipados conducen a una reducción de la financiación de capital de riesgo (Balachandra et al., 2017).

A la fecha, estamos a 99,5 años lejos de la igualdad de género, como revela el Informe Global de Brecha de Género (WEF, 2019), que analiza 153 países tomando en consideración cuatro dimensiones: participación y oportunidades económicas, desempeño académico, salud y supervivencia, empoderamiento político. A nivel mundial, ningún país ha resuelto el desafío de la igualdad de género. Los índices desarrollados para medir la brecha son una herramienta para evaluar la magnitud del desafío, reconociendo los avances y las oportunidades extraordinarias que se crean cuando se toman medidas para reducirlos. A pesar de las mejoras en los índices respecto a los años anteriores, la representación política femenina sigue siendo la peor dimensión, mientras avanzamos rápidamente hacia la igualdad de género en materia de educación: se ha alcanzado en 40 de los países considerados. Si la educación, la salud y la supervivencia avanzan hacia un equilibrio, estamos asistiendo, en cambio, a un deterioro en términos de participación y oportunidades económicas. Entre las razones, la dificultad de acceso de las mujeres a profesiones con salarios crecientes, los obstáculos para la captación de capital y la falta de infraestructura asistencial. La presencia de mujeres en los roles emergentes que ofrece la Cuarta Revolución Industrial es urgente: computación en la nube, data e inteligencia artificial (IA). Un objetivo que sólo se puede alcanzar en presencia de culturas de trabajo inclusivas. A nivel mundial,

la paridad de género alcanza el 68,6%, pero los 10 últimos países se sitúan en el 40%. Sólo el 55% de las mujeres entre 15 y 64 años se insertan en el mercado laboral, donde los hombres representan el 78%. En 72 países las mujeres no pueden abrir cuentas bancarias ni acceder a créditos. Además, realizan trabajos no remunerados durante un tiempo impensable para los hombres de cualquier país. Antes de que la brecha se agrave aún más, se necesitan políticas adecuadas y una renovada perspectiva cultural que garantice a las mujeres el tiempo considerable que dedican al trabajo doméstico no remunerado y la asistencia.

La primera parte de este trabajo examina la literatura sobre la brecha de género, en términos de oportunidades de emprendimiento, ubicándola en una perspectiva de ecosistema y profundizando la presencia de las mujeres en el campo de las disciplinas STEM. Después, analiza los datos sobre la actividad empresarial de las mujeres a nivel mundial, particularmente en Italia, donde examina los aspectos legislativos de la igualdad de género. Luego, procede a presentar algunos incentivos por parte de varios órganos institucionales de protección de la igualdad. Posteriormente, describe la metodología utilizada en la investigación y considera los resultados: la brecha en la Región Campania es más pronunciada que a nivel nacional. Finalmente, las conclusiones subrayan la importancia de desarrollar redes de colaboración en términos de programas educativos, ya que la educación representa una variable clave en los procesos de desarrollo.

## Marco conceptual: las mujeres en los ecosistemas emprendedores y las disciplinas STEM

Dentro de la brecha de género, en esta investigación pretendemos explorar el emprendimiento femenino a través del concepto de ecosistema emprendedor, que representa un marco fundamental. Como sostienen Stam y Bosma (2015), los ecosistemas emprendedores tienen elementos interconectados que refuerzan y facilitan la innovación y el desarrollo del emprendimiento. Se trata de ecosistemas dinámicos, donde los sujetos son interdependientes y se influyen mutuamente (Acs et al., 2017).

GEM (2019), que recopila datos descriptivos de 59 economías en el mundo, destaca que los ecosistemas deben fundarse en un terreno cultural propicio, contexto económico, recursos financieros, capital humano adecuado, nuevos mercados, apoyos institucionales e infraestructuras porque inciden de manera diferente sobre percepciones, intenciones, motivaciones y aspiraciones de las mujeres. Pero, sobre todo, se destaca que los ecosistemas «influyen y son influenciados por las mujeres emprendedoras» (p. 7). Para GEM (2020), el contexto empresarial está definido por las condiciones nacionales específicas del marco empresarial: acceso a la financiación; apoyo y relevancia de las políticas gubernamentales, incluidos los impuestos y la burocracia; programas gubernamentales sobre emprendimiento; educación empresarial a nivel de escuela básica y de educación superior; transferencia de resultados de investigación y desarrollo, que se traducen en iniciativas empresariales; infraestructura comercial y profesional; dinámicas de mercado, como facilidad de entrada, tarifas, regulaciones; infraestructura física, como vías, acceso y velocidad de internet, costos del espacio físico adecuado; normas sociales y culturales, que apoyan o desalientan el espíritu empresarial y presentan modelos a seguir —o a abandonar— apoyando la toma de riesgos (p. 69).

Los estereotipos de género restringen o limitan el acceso de las mujeres a posiciones de poder, como subrayan Yang y Aldrich (2014), y las posibilidades se reducen aún más si ellas inician nuevos negocios con sus esposos. Yang y Triana (2017) encuentran que la propensión al fracaso de las emprendedoras es mayor que la de los hombres, especialmente si las habilidades y méritos reconocidos son inferiores a los de sus cofundadoras. Sin embargo, en las mismas condiciones, los empresarios masculinos pueden liderar con éxito sus negocios. Las desventajas de las mujeres que dirigen negocios se amplían luego en contextos que parecían apoyarlas.

Brush et al. (2019) estudian los efectos de la igualdad de género a través de factores como la educación y las habilidades percibidas junto con factores contextuales, como la participación económica y la emancipación política, y demuestran la influencia de factores contextuales tanto en la fase de puesta en marcha del emprendimiento como en la actividad empresarial consolidada. Una mayor confianza en la propia capacidad para emprender un negocio influye en su lanzamiento, e implica que la

igualdad de género a nivel educativo está asociada a la del emprendimiento (Cetindamar et al., 2012). Por lo tanto, parece que la formación hacia actividades emprendedoras desarrolla la autoestima y una autoimagen o identidad social adecuada para el emprendimiento o, por lo contrario, la falta de confianza en las propias habilidades que difícilmente conducirá a la fundación de *startups* femeninas.

Desde una perspectiva de ecosistema, la participación de las mujeres en las redes empresariales puede incrementar su contribución. Para Stangler y Bell-Masterson (2015), un ecosistema emprendedor inclusivo requiere que se cumplan cuatro condiciones: densidad, es decir, número y proporciones de los sujetos involucrados en la red; fluidez, relacionada con el flujo de los actores, cambios en el mercado laboral y crecimiento empresarial; conectividad, entendida como la capacidad de establecer contactos y participar en otras redes; diversidad; y oportunidad. Sin embargo, parece que las mujeres están subrepresentadas en comparación con las cuatro variables mencionadas, que se encuentran con entornos laborales hostiles en empresas basadas en disciplinas STEM y que las redes existentes no son inclusivas (Boyde, 2017; Hewlett, 2014; Motoyama et al., 2014).

En la literatura, el concepto de ecosistema resulta caótico, a veces tautológico, porque se define por casos de emprendimiento exitoso, otras veces caracterizado por variables sin relaciones de causa y efecto, y a menudo se confunde con respecto al nivel adecuado de análisis, por ejemplo, de ciudad, región o nación o, incluso, de una empresa, sector o sistema productivo (Stam, 2015). Sin embargo, las aclaraciones al respecto provienen de varios autores. Como se argumentó (Spigel, 2017; Spigel y Harrison, 2017; Welter, 2011), un ecosistema emprendedor tiene tres especificidades: el rol del contexto en el fomento o desistimiento del emprendimiento; la influencia del entorno externo sobre el emprendedor; el rol de los emprendedores en la creación y desarrollo de ecosistemas, sin simplemente responder a presiones u oportunidades. También de acuerdo con la teoría de Bourdieu (2005), el concepto de ecosistema se define por tres características interconectadas: *campo*, entendido como un espacio en el que los sujetos actúan y luchan para obtener los recursos que desean; *habitus*, es decir, disposiciones, como esquemas de percepciones

adquiridas, pensamientos y acciones; *capital*, recursos adquiridos o no en el desarrollo del *habitus*. Los *campos* son escenarios reales para los procesos de toma de decisiones, donde tienen lugar interacciones o eventos, y donde los sujetos que participan aprenden las reglas del juego a partir de la posición que ocupan en este espacio. Las mujeres difícilmente provocan transformaciones significativas en los ecosistemas emprendedores (Skeggs, 1997), y la creación de redes empresariales exclusivamente femeninas ha debilitado aún más a las mujeres, aislándolas y continuando a subrepresentarlas (McAdam et al., 2019).

Hechavarría e Ingram (2019) subrayan la importancia de los ecosistemas emprendedores analizados en 75 países. Los resultados de su investigación muestran que la tasa de predominio femenina, en términos de emprendimiento, es mayor cuando los ecosistemas tienen bajas barreras de entrada, políticas de apoyo de las instituciones, infraestructura comercial y legal mínima y una cultura regulatoria a favor de creación de nuevos negocios. Por lo contrario, la tasa de prevalencia masculina es mayor cuando las políticas de apoyo del gobierno, a través de programas dirigidos a la creación de empresas, son débiles. A nivel mundial, los dos factores que tienen la mayor influencia en el espíritu empresarial femenino son las bajas barreras de entrada y las normas culturales.

Innovación y desarrollo tecnológico, considerados impulsores del crecimiento económico, están fuertemente vinculados a los sectores disciplinarios STEM. Pero estos campos son muy sensibles al género, ya sean estudiantes, profesores, licenciados, directivos o emprendedores: la presencia de mujeres en la creación de *startups* innovadoras es escasa, y enfatiza la intersección entre STEM y emprendimiento. Factores institucionales, organizacionales e individuales son las razones de esta subrepresentación, como destacan Kuschel et al. (2020). Esta brecha, bastante pronunciada, tiene un impacto negativo en la productividad, la economía y el bienestar (Díaz-García et al., 2013), y conduce a factores culturales y sociales que aumentan la brecha (Kelley et al., 2017; Wang y Degol, 2017). La desigualdad de género en STEM tiene sus raíces en los estereotipos, creencias sociales, falta de modelos a seguir. La subrepresentación en los programas educativos STEM acarrea dificultades para cubrir puestos laborales y de prestigio en estos campos (Coleman y Robb, 2016; Elliot et

al., 2020). Además, el número limitado de mujeres que participan en esta formación disminuye las oportunidades de avance profesional (Clark Blickenstaff, 2005). Cabe señalar también que muchas mujeres, una vez graduadas en ingeniería, no siguen carreras acordes con el título, o incluso abandonan entre los 30 y los 40 años, citando como motivo la insatisfacción con el clima laboral (Hewlett, 2014).

El GEM 2018/2019 informa que cuando el desarrollo económico crece, la brecha de género se amplía (Kelley et al., 2017). Dado que las mujeres no presentan falencias en términos de innovación, claramente son las barreras estructurales que obstaculizan su camino hacia el emprendimiento. Está claro que los temas relacionados con la formación académica están entrelazados con aspectos de la brecha en los sectores STEM. La brecha se investiga a nivel institucional, organizacional e individual. Resulta que las mujeres académicas están en mejor posición respecto a los campos STEM y crean *spin-off*, aunque las dificultades que enfrentan son mayores que sus colegas masculinos (Abreu y Grinevich, 2017; Rodríguez-Gulías et al., 2018).

Las instituciones influyen en la conveniencia de un camino empresarial, pero pueden presentar normas, prácticas o reglas informales, aparentemente neutrales, que en cambio ocultan una dimensión de género. Balachandra et al. (2019) señalan cómo las mujeres son menos creíbles en los *pitch* cuando presentan sus ideas a potenciales inversores o clientes, lo que compromete el éxito de su negocio. Kanze et al. (2018) añaden que los inversores hacen preguntas a los hombres centradas en la promoción, preguntas que conducen a más financiación para sus *startups*, mientras se centran en la prevención con las mujeres: reducen su potencial de éxito, porque esta tipología de pregunta induce desigualdades en la financiación. El riesgo de quedar embarazada es otro factor desalentador para los inversores: la *startup* creada por mujeres podría tener una prioridad menor, aunque sea de forma temporal. También surge que las mujeres pagan más fácilmente los préstamos que reciben de las instituciones, por lo que representan un riesgo menor y recaudan más fondos a través de *crowdfunding*: son más efectivas desde un punto de vista comunicativo (Gorbatai y Nelson, 2015; Liu et al., 2019).

Con respecto a la disparidad organizacional, Ulvenblad et al. (2011) destacan la construcción de modelos de segregación de género, encon-

trados en Suecia dentro de contextos emprendedores e innovadores. Su-  
brayan que los programas educativos para el espíritu empresarial están  
dominados por los hombres, más numerosos como estudiantes, como  
miembros académicos o como comerciales de empresa. Es más difícil  
para las mujeres emprendedoras construir y utilizar contactos en una red,  
porque existe discriminación a nivel de incubadoras, oficinas de transfe-  
rencia de tecnología, capital de riesgo, *venture capital* y financiamiento  
(Alsos y Ljunggren, 2017; Giuri et al., 2018; Marlow y McAdam, 2015).  
En una investigación sobre nuevas empresas de nanotecnología, Woolley  
(2019) explora género, educación y ocupaciones anteriores de los funda-  
dores y destaca que hay una variedad de caminos que llevan a las mujeres  
a crear empresas tecnológicas. Ellas son conscientes de los desafíos debi-  
do a su género y muchas veces los resuelven con soluciones personales,  
estando listas para probar suerte en el «juego» (Marlow y McAdam 2015;  
Martin et al., 2015).

## La brecha en la actividad empresarial femenina: datos globales

Según las clasificaciones del Índice Global de Brecha de Género  
(WEF, 2019), Italia ocupa el puesto 76, 6 posiciones menos en compa-  
ración con el 2018. En particular, teniendo en cuenta los 4 indicadores  
del índice (participación y oportunidades económicas, rendimiento aca-  
démico, salud y supervivencia, empoderamiento político), observamos  
que el progreso mundial en términos de participación y oportunidades  
económicas se está reduciendo: sólo se ha llenado el 58,8% del vacío. La  
cifra más desalentadora es la del empoderamiento político: es el ámbito  
en el que las mujeres están ciertamente subrepresentadas. La segunda di-  
mensión considerada, participación y oportunidades económicas, cuenta  
con una menor presencia de mujeres en el mercado laboral. En prome-  
dio, los hombres entre 15 y 64 años representan el 78%, frente al 55% de  
las mujeres: queda por cubrir una brecha de más del 30%. Dentro del  
mercado laboral, la brecha aumenta con la edad. La presencia de mujeres  
en los consejos de administración o como líderes empresariales se limita  
al 18,2%.

Financieramente, la brecha persiste. A nivel mundial, en promedio, la brecha salarial supera el 40%, mientras que la de los ingresos supera el 50%. Por lo tanto, a las mujeres se les paga menos, aún si tienen el mismo nivel de antigüedad y habilidades: obtener cargos directivos o trabajar en sectores económicos de alto rendimiento representa un verdadero desafío. Asimismo, les resulta difícil obtener ingresos de actividades no laborales, como inversiones financieras y emprendimiento, donde los ingresos son mayores. Persisten las dificultades, en la mayoría de los países, para acceder a créditos o productos financieros para iniciar negocios o vivir gracias a la gestión de actividades financieras. La brecha se acentúa por la gran desproporción en las responsabilidades familiares y de cuidado. En todos los países avanzados, la cantidad de tiempo que las mujeres dedican al trabajo doméstico no remunerado aumenta la brecha en la participación y las oportunidades económicas.

En una fase más avanzada, sin embargo, encontramos el logro educativo: se ha llenado el 96,1% de la brecha, debido a que este indicador se encuentra en una etapa significativamente más avanzada que los otros. De los 153 países analizados por el WEF (2019), 35 ya han alcanzado la paridad total en este subíndice y todas las regiones cuentan con al menos un país que ha cerrado por completo esta brecha. Además, 120 países han cerrado al menos el 95% de sus brechas educativas de género.

Con respecto al indicador participación y oportunidad económica, la brecha sólo se ha cerrado en 58%: es una de las más amplias. Este componente contiene los conceptos: brecha de participación, que considera las tasas de participación laboral; brecha de remuneración, que considera la proporción de ingresos laborales y resultados de la encuesta de opinión ejecutiva; brecha de avance, que considera datos sobre los cargos profesionales ocupados. Por su parte, Italia se encuentra en el puesto 117 con una puntuación de 0,595 levemente por encima de la media (0,582). Los subíndices que presentan una mayor disparidad de género son: participación de legisladores, altos funcionarios y gerentes: solo el 27% son mujeres y solo el 24,4%, frente al 43,2% de los hombres, tiene un ingreso mínimo de 1.000 USD por su trabajo.

Igualmente, el Banco Mundial (2020) menciona porcentajes poco alentadores para las mujeres. Las firmas en las cuales la mayoría de los

colaboradores son mujeres, para el año 2019, en Italia, llega a 11,5%, cifra inferior al promedio de los países analizados, que se sitúa en 14,7%. Para el caso de las empresas en las que la mujer ocupa la alta dirección, el porcentaje para Italia es 15,3%, cifra por debajo de los países analizados (18,3%). Estos datos desalentadores complementan las razones por las cuales la brecha necesita un tiempo tan prolongado para cerrarse. Además, se pudo identificar que, a mayor tamaño de la empresa, menor es la proporción de mujeres en cargos directivos.

La OCDE realiza la prueba PISA en 37 país, una encuesta trienal en la que participan estudiantes de 15 años cuando se acercan al final de la educación obligatoria. Se indaga la medida en la que han adquirido conocimientos y habilidades esenciales para una participación plena en la vida social y económica. Para las pruebas del año 2018 (OCDE, 2019a), sólo el 7% de las niñas y el 15% de los niños esperaban trabajar como profesionales que utilizan la formación de ciencias e ingeniería. Las expectativas de las niñas en ocuparse en un área relacionada con ingeniería se encuentran por debajo del 15% en relación con las expectativas de los niños en países como Portugal, Colombia y Noruega. Por el contrario, en Montenegro, Macedonia del Norte y Marruecos, las niñas superan las expectativas de los niños en más de un 4,5%. Ahora, el porcentaje de los estudiantes con mejor desempeño en ciencias o matemáticas, que esperan trabajar como profesionales de la ciencia y la ingeniería cuando tengan 30 años, es en promedio 14,5% para las niñas y 26% para los niños: una brecha en donde aún los niños y adolescentes están expuestos a roles estereotipados. Además, las mujeres representan sólo el 28,8% de los investigadores en todo el mundo; en el caso de Italia, representan el 34,65% (UNESCO, 2021), un nivel superior a la media, pero igualmente bajo. En relación con patentes (OCDE, 2018), las mujeres italianas contribuyen en mayor medida al área tecnológica de química (más del 50% de las patentes inventadas por mujeres), mientras que los hombres contribuyen al área de ingeniería mecánica (más del 30%).

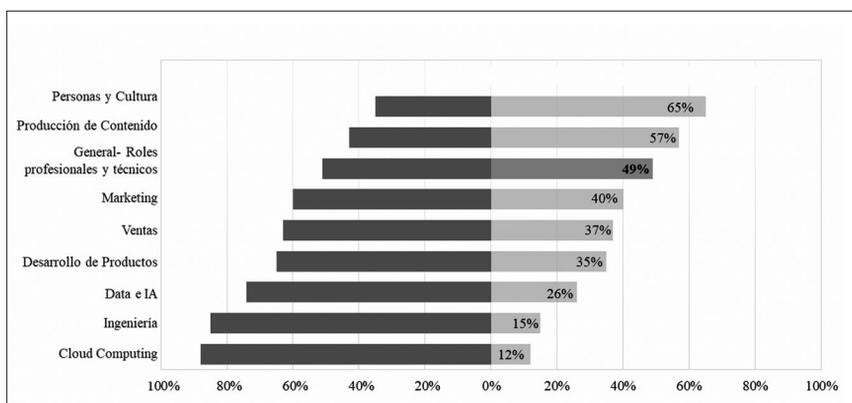
Respecto a la situación de empleo a nivel mundial, la mayoría de los trabajadores tiene un empleo informal (61,2%). Los países con ingresos altos como Italia presentan una amplia brecha de empleo, más alta de la encontrada a nivel mundial. En respecto a la informalidad del trabajo,

es decir, a las actividades económicas no suficientemente cubiertas por sistemas legales o formales, siempre en los países con ingresos altos, el 17,6% de las mujeres trabajadoras pertenecen a este sector (frente al 18,9% de los hombres), teniendo así menos probabilidades de mejorar sus condiciones de vida. Ahora, en el sector formal el empleo por cuenta propia o como empleador puede adoptar la forma de una actividad empresarial rentable, pero es muy poca la participación de las mujeres, pues sólo el 6,3% trabaja por cuenta propia (frente al 9,3% de los hombres) y el 2,1% son empleadoras (frente al 4,5%): menos de la mitad de los hombres (ILO, 2020).

Por otro lado, todas las actividades de emprendimiento dependen del contexto en el que se desarrollan, debido a la influencia de las percepciones sociales. GEM (2019) logra captar la manera como las personas perciben el entorno en relación con el emprendimiento. A nivel mundial, la percepción de los hombres es superior a la presentada por las mujeres. El 43,3% de ellas y el 55,6% de los hombres creen que están capacitadas y tienen las habilidades para iniciar un negocio. No hay país en el mundo donde las mujeres tengan una percepción más alta que los hombres. Las mujeres italianas informaron un nivel de confianza de solo 23,2% respecto al 36,5% de los hombres. Ahora, una influencia importante para el ecosistema emprendedor es la percepción que tienen las personas sobre la facilidad para iniciar un negocio. A nivel mundial, las cifras no son muy alentadoras: sólo el 39,1% de las mujeres y el 42,5% de los hombres considera fácil iniciar un negocio en el entorno en que vive. En Italia, solo el 21% de las mujeres y el 26,6% de los hombres consideran que tienen esta facilidad. Además, a nivel mundial ambos perciben de igual manera el emprendimiento como buena carrera, con tasas de alrededor del 62%. Sin embargo, las mujeres de países de ingresos bajos tienen una percepción más alta (70,6%) que las mujeres de países de ingresos altos (58,8%). Siempre en Italia, las mujeres consideran en mayor proporción el emprendimiento como buena carrera (60,7%) que los hombres (47,2%). A pesar de esto, ellas tienen un acceso limitado a recursos productivos y financieros (8% en Italia), bajo en comparación con el promedio a nivel global que se encuentra en 27% (OCDE, 2019b).

En relación con la participación de las mujeres en la economía y la sociedad digital, la brecha de género está presente en los indicadores medidos por la Comisión Europea. Las mujeres están menos especializadas en habilidades digitales y trabajo en el campo. En Italia, solo 12,5 mujeres por cada 1.000 personas se gradúan en un campo STEM frente a 18,4 de los hombres, cifra por debajo de la media de la Unión Europea (14,3 mujeres por cada 1.000 individuos). En relación con una especialidad en Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC), solo el 1,2% de las mujeres se encuentra especializada en este campo, cifra inferior al promedio de la Unión Europea (1,6%) e inferior también a la de los hombres (5,2%). Italia es uno de los países donde las mujeres tienen menos probabilidades de participar en la economía digital, ya sea a través del empleo, el uso de internet o las habilidades digitales, posicionándose entre los últimos puestos con un puntaje de 40,7 y superando en 14 puntos la media europea (25 en el *ranking* de 28 países). Considerando los hallazgos del estudio, la Comisión Europea propuso crear estrategias para aumentar la participación de las mujeres en el sector digital mediante la promoción de educación, desafiando los estereotipos de género y trabajando más por las mujeres emprendedoras (Comisión Europea, 2020a).

Cuando avanzamos hacia roles y profesiones fronterizas de la economía emergente, la brecha de género se amplía aún más. Gracias a una colaboración entre LinkedIn, ILO y WEF (WEF, 2019), se han identificado los clústeres de las profesiones con mayores perspectivas laborales en 20 economías. Estos son: Personas y Cultura, Producción de Contenido, Marketing, Ventas, Desarrollo de Productos, Data e IA, Ingeniería y *Cloud Computing* (Figura 1).



**Figura 1.** Proporción de trabajadores según clúster de profesión  
Fuente: WEF (2019)

En este sentido, la participación de las mujeres aún sufre una segregación ocupacional, como se evidencia en el conjunto de grupos de profesiones emergentes. Se necesitan nuevas estrategias para que no se vean afectadas las perspectivas futuras. Las brechas de género son evidentes en la mayoría de las profesiones consideradas en la Figura 1. Solo los grupos relacionados con Personas y Cultura, junto con Producción de Contenido cuentan con porcentaje mayor de participación femenina que los demás grupos (65% y 57% respectivamente). También las mujeres continúan subrepresentadas: solo el 29% de los trabajadores con habilidades tecnológicas disruptivas como la robótica y la ingeniería genética son mujeres, el 29% cuenta con habilidades para los negocios, el 39% con IA, el 40% con tecnología, el 41% con industria y solo el 42% con habilidades blandas, cifras aún por debajo de los hombres. En Italia, en el campo *Cloud Computing* solo 17% de los trabajadores son mujeres, en ingeniería solo el 19%, en Data e IA el 31%. Solo su comportamiento en Contenido de producto y Personas y Cultura es similar al de los otros países analizados (65% y 68% respectivamente), con una participación de las mujeres levemente superior.

## Discriminación en la participación económica de las mujeres en Italia

El Ministerio de Desarrollo Económico (2020a) destaca cómo, en Italia, el número de *startups* innovadoras en el primer trimestre de 2020 ascendió a 11.206 unidades: un incremento del 3%, es decir, de 324 unidades respecto al trimestre anterior. Los sectores económicos a los que pertenecen las *startups* innovadoras son, en gran medida, los de servicios empresariales (8.212), que van desde la producción de *software*, hasta los servicios y consultoría informática, pasando por investigación y desarrollo.

En particular, las *startups* innovadoras con *predominio de mujeres*, es decir, aquellas en las que la participación femenina se calcula en base a las participaciones en la propiedad y los cargos administrativos ocupados mayoritariamente, ascendieron a 1.494, lo que representa sólo el 13,3% del total. Las *startups* innovadoras con *presencia femenina*, es decir, aquellas que incluyen al menos una mujer con oficina administrativa o participación en la empresa, son 4.831, el 43,1% del total, un porcentaje una vez más inferior al 46,8% alcanzado por el resto de nuevas empresas. A nivel regional, Campania tiene 928 *startups* innovadoras, ubicándose como la cuarta región italiana por número de *startups*, de las cuales aproximadamente la mitad (439) se concentra en Nápoles, la capital regional.

El Ministerio de Desarrollo Económico (2020b) informa que, al cierre del primer semestre de 2020, el número de *startups* innovadoras en Italia, creadas online, gracias a la oportunidad digital gratuita, es de 3.167.

El informe sobre el espíritu empresarial femenino de Unioncamere (2020a) subraya que, en el tercer trimestre 2020, las empresas femeninas italianas ascendían a 1.336.646, lo que representa el 22% de las empresas. Se trata generalmente de microempresas: 97 de cada 100 no superan los 9 empleados. Están más difundidas en el Sur (36,3%) y son más jóvenes, pertenecen a los sectores bienestar, asistencia social y salud, educación, turismo y cultura. De las más de 11.000 *startups* registradas a finales de 2019, solo 1.400 son lideradas por mujeres (12,7%).

Según los resultados de una encuesta realizada por Unioncamere en 2019 sobre una muestra de 2.000 empresas, la mitad de las cuales son

mujeres: parece que las empresas femeninas jóvenes obtienen mejores resultados en términos de responsabilidad social, incluso si son menos digitales (19%) que los hombres (25%). Sus principales obstáculos tienen que ver con el acceso al crédito (sólo el 20% recurre al crédito bancario) y el *credit crunch*, es decir, la restricción de oferta por parte de los bancos que, a menudo, piden mayores garantías a las empresas femeninas e imponen la denominada «restricción crediticia». Otras dificultades se refieren a las autoridades fiscales, según lo que afirman el 49% de las empresas investigadas, la burocracia (37%) y la tendencia negativa de la economía (21%). Llama la atención la cifra de empresas femeninas dedicadas al sector informática y telecomunicaciones (IT): 21.475, es decir, 19,3%, frente a 89.877, es decir 80,7% de las de los hombres. Los sectores en los que las empresas femeninas están más presentes son servicios personales (59,1%), seguido por sanidad y asistencia social (37,7%), que incluyen servicios para personas mayores, guarderías, centros de medicina estética. Debido a la COVID-19, las empresas de mujeres declaran la dificultad de volver a los niveles anteriores de rentabilidad.

El Sur resulta el territorio que alberga la mayor concentración de empresas de mujeres: 23,8% frente al promedio nacional de 22%. Es probable que allí se produzca un «efecto de autoempleo», dadas las condiciones críticas de empleabilidad. El 16,3% de los negocios de mujeres se dedican a la artesanía, recurriendo a la recuperación de tradiciones, manualidad, creatividad.

En cuanto a la probabilidad de supervivencia, cabe señalar que las empresas femeninas nacidas en 2014 fueron 102.274, pero ya el 3,8% había cesado su actividad en el mismo año. En 2016, después de 3 años desde el nacimiento, el 22% cesó la actividad, frente al 17,4% encontrado para otras empresas. La probabilidad de supervivencia a los 5 años del establecimiento es 65,5%, una diferencia de 6,5% frente a otras empresas, indicativo de la mayor fragilidad de las emprendedoras.

Siguiendo en el mismo informe, en comparación con los puestos de propiedad de mujeres en las empresas, según los datos del Registro Mercantil, en 2019 ascendieron a 2,6 millones, con una presencia femenina más concentrada en la tipología de socio (23,6%, frente al 16,7%), mientras que el porcentaje disminuye en el caso del cargo de propietario (32%

frente al 39,7%). Finalmente, comparando 1.000 empresas de mujeres y otras tantas de hombres resulta que la motivación femenina para iniciar una empresa es la necesidad de hacerse cargo de una empresa familiar (31%).

## Aspectos legislativos en relación con el emprendimiento femenino en Italia

El principio legal de igualdad ha sido reconocido dentro de la Unión Europea y tiene como objetivo reducir los obstáculos a la participación económica, política y social, y evitar cualquier forma de discriminación. Fue en 1975 cuando la Comunidad Europea emitió las primeras directivas (Directiva del Consejo 75/117/CEE del 10/02/1975) para afirmar el principio de igualdad de remuneración (Unión Europea, 1975). La Recomendación del Consejo de las Comunidades Europeas núm. 635 de 13 de diciembre de 1984 promueve iniciativas políticas a favor de la participación de la mujer en el mundo del trabajo. El año 1987 representa una etapa importante para la protección de la formación profesional de las mujeres (Recomendación de la Comisión 87/567/CEE de 24/11/1987), que las ve subrepresentadas, mientras que en 1989 la *Carta comunitaria de los derechos sociales fundamentales de los trabajadores*, adoptada por el Parlamento Europeo, reafirma la prohibición de cualquier discriminación basada en el género (Unión Europea, 1987).

La legislación se hizo más cuidadosa en la década de 1990, ahora protegiendo la dignidad de hombres y mujeres en el trabajo (Resolución del Consejo del 29/05/1990; Recomendación de la Comisión 92/131 / EEC del 27/11/1991), ahora sancionando el principio de igualdad de remuneración con el Tratado de Maastricht del 1 de noviembre de 1993 (Unión Europea, 1990; 1991). Sucesivamente, el Tratado de Ámsterdam de 1997, recordando los principios de igualdad de oportunidades, establece medidas contra la discriminación de género. En particular, implementa las resoluciones de la ONU sobre el tema de *empowerment* y *mainstreaming*. El primer principio persigue las condiciones de una vida con igualdad de género dentro de la comunidad; el segundo tiene el objetivo

de integrar la perspectiva de género en las políticas de gobierno, verificando que se implementen las reglas de igualdad. En esta década, debe recordarse, por su importancia, la ley 215/92, que promueve la creación y desarrollo del emprendimiento femenino, también en forma cooperativa (Gaceta Oficial de la República Italiana, 1992, art 1). En esta ley, se define el emprendimiento femenino como sociedades cooperativas y asociaciones con constitución de mujeres superior al 60%, sociedades de capital en donde la cuota de participación de la mujer no sea inferior a 2/3 partes de mujeres y en donde los órganos de administración sean constituidos al menos por 2/3 partes de mujeres; empresas gestionadas por mujeres.

La ley 183 de 2010 fortalece el principio de igualdad al proporcionar fondos comunitarios destinados a incrementar el empleo femenino y apoyar actividades de formación como las de inserción laboral. Se establecen así el Fondo Social Europeo (FSE) y el Programa Operativo Nacional (PON).

En 2008, Unioncamere consideró la importancia de definir el grado de empoderamiento femenino, ya introducido en la ley 125 de 1992, teniendo en cuenta los cambios legislativos producidos en el registro de accionistas de sociedades anónimas. Así desarrolló un algoritmo para la definición del grado de predominio femenino en una empresa, inscribiéndolo en el Registro Mercantil de Cámaras de Comercio. Su grado depende de la mayor o menor presencia de mujeres en las acciones de la empresa y su presencia en los órganos de gobierno. En particular, el grado de participación de las mujeres en el mundo empresarial viene definido por la naturaleza jurídica de la empresa, por el posible capital social que posea cada accionista femenino y por el porcentaje de mujeres presentes entre los consejeros o accionistas de la compañía (Unioncamere, 2014). En la Tabla 1, a continuación, se muestra el grado de emprendimiento de las empresas femeninas, que se divide en *mayoritario*, *fuerte* y *exclusivo*, en función de las diferentes figuras jurídicas con las que se constituye una empresa: como sociedad de capital, sociedad de personas y cooperativas, empresas de personas naturales y otras figuras legales.

**Tabla 1.** Grado de empresariedad femenina

Grado de empresariedad femenina	Figuras jurídicas			
	Sociedad de capital	Sociedad de personas y cooperativas	Personas naturales	Otras figuras jurídicas
<b>Mayoritario</b>	% de cargos + % de accionistas > 100%	> 50% socios	-	>50% administradores
<b>Fuerte</b>	% de cargos + % de accionistas $\geq 4/3$	$\geq 60\%$ socios	-	$\geq 60\%$ administradores
<b>Exclusivo</b>	100% de cargos + 100% de accionistas	100 % socios	Propietarios	100 % administradores

Fuente: Cámara de Comercio de Roma (2020)

## Incentivos para mujeres emprendedoras en Italia

Dentro de la legislatura italiana, no hay grandes cambios regulatorios con respecto al emprendimiento femenino. En cambio, se han creado muchas iniciativas para incentivar a las mujeres a lo largo del tiempo. En 2014, gracias a una colaboración entre el Ministerio de Desarrollo Económico, el Departamento de Igualdad de Oportunidades, la Asociación Bancaria Italiana y otras entidades, se ofrecieron diversas oportunidades para acelerar el crecimiento y desarrollo de las empresas de mujeres. En particular, entre las distintas iniciativas destacan los Fondos de Garantía y Planes de Financiamiento para Pymes (Pequeñas y medianas empresas) femeninas e independientes, que preveían avales públicos y financiación bancaria para iniciativas de desarrollo divididas en tres líneas de actuación diferenciadas: *Invertimos en mujeres*, préstamos para activos o intangibles para profesionales independientes; *Mujeres en recuperación*, financiación a Pymes e independientes afectados por la crisis; *Mujeres en startups*, financiación a favor de la constitución de nuevas empresas con características de predominio femenino (Ministerio de Desarrollo Económico, 2014).

En relación con los incentivos para las *startups*, gobernadas por el decreto Ley 179 de 2012, después convertido en la ley 221 de 2012 (Ministerio de Desarrollo Económico, 2013), se encuentra el programa *Smart & Start* en 2014, que preveía el financiamiento para implementación de ideas innovadoras, en particular apoyando el desarrollo de productos o servicios en el sector de la economía digital, *spin-off* de investigación, IA e Internet de las Cosas, teniendo en cuenta la participación femenina (Ministerio de Desarrollo Económico, 2019).

También para el año 2015, por decreto 140 de 2015 (Gaceta Oficial de la República Italiana, 2015), se establecieron las medidas orientadas especialmente al apoyo de nuevos emprendimientos, mediante la creación de Pymes, facilidades para acceso a crédito con intereses cero, en empresas con participación predominante de jóvenes menores de 25 años o mujeres.

Ahora, la pandemia de Covid-19 ha tenido un impacto negativo en el mundo del emprendimiento femenino. Como se evidencia en los datos de Unioncamere (2020b), hubo una caída del 42,3% de las empresas femeninas y del 35,2% de las masculinas. Sin embargo, en apoyo de las primeras, están las medidas previstas por la Ley de Presupuesto 2021, actualmente en proceso de aprobación, como el Fondo para Empresas de Mujeres. Este fondo cuenta con 20 millones de euros para cada uno de los años 2021 y 2022, para promover y apoyar la puesta en marcha y el fortalecimiento del espíritu emprendedor femenino. La medida responde a la comunicación realizada por la Comisión Europea, que argumenta cómo las políticas activas para el mercado del trabajo de los últimos años no han sido suficientes para aumentar la ocupación femenina en Italia. Es un llamado de atención a promover de una manera más eficiente políticas sociales y políticas del mercado laboral, a favor del fortalecimiento de la participación de las mujeres (Comisión Europea, 2020b).

En Italia existen varios órganos institucionales de protección de la igualdad, como el Ministerio de Igualdad de Oportunidades, del que depende el Departamento de Igualdad de Oportunidades, que nació después de la Conferencia Mundial de las Mujeres, celebrada en Beijing (China) en 1995; la Comisión Nacional para la igualdad e igualdad de oportunidades de la Presidencia del Consejo, integrada por 30 mujeres

representantes de asociaciones y movimientos; la Comisión Nacional de Igualdad del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social; el Comité para el espíritu empresarial femenino, creado en el Ministerio de Industria para apoyar la igualdad; el Comité Único de Garantía por la igualdad de oportunidades.

## Metodología de investigación

Con el objetivo de identificar el número de *startups* femeninas presentes en la Región Campania, hemos creado un conjunto de datos a partir de las informaciones que se encuentran en el sitio web [startup.registroimprese.it](http://startup.registroimprese.it), fruto de la colaboración entre varios actores institucionales: Ministerio de Desarrollo Económico, Cámara de Comercio Italiana, InfoCamere, Registro Mercantil.

Al seleccionar los términos “*startup*”, “pymes innovadoras” y área geográfica “Campania” como criterio de búsqueda, fue posible identificar la mayoría de las *startups* con predominio femenino nacidas en la región entre 2014 y 2020. Luego recurrimos a otras fuentes para encontrar informaciones útiles, agregarlas y cruzarlas con las obtenidas del sitio mencionado. Por ejemplo, consultamos los sitios de cada *startup*, su eventual presencia y actividad de comunicación a través de las redes sociales, como Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn.

Los datos recopilados de la manera descrita se basaron en el *web scraping* o *extracción de datos web*, una técnica informática que utiliza programas de software para extraer datos de un sitio. Los datos recopilados se almacenan posteriormente en una base de datos local para ser analizados (Sirisuriya, 2015). Es un procedimiento que permite transformar datos no estructurados que se encuentran en la web en datos estructurados. La ventaja de esta técnica es la intervención humana, que garantiza la precisión, un elemento ausente en el modo del *web scraping software*, que permite reconocer automáticamente los datos de las páginas web, como ocurre con los programas Java o Python. Por lo general, los datos útiles se encuentran dispersos en varias páginas web y esto dificulta la extracción de una copia. Por eso, evaluamos utilizar la primera técnica.

Posteriormente, una vez que encontramos los contactos de las *startups* con predominio femenino, les aplicamos un cuestionario, ya sea por entrevista telefónica o por correo electrónico. Cuando no fue posible tener contacto directo con las *startups*, los datos se recopilaron a través de fuentes de información alternativas como sitios web y redes sociales.

Posteriormente, los datos obtenidos fueron ingresados y analizados dentro de una base de datos que consta de 34 variables específicas: *startups* actualmente existentes; grado de predominio femenino (mayoritario, fuerte, exclusivo); presencia de liderazgo femenino; año de constitución; sector; código Ateco (una clasificación de actividades económicas adoptada por el Instituto Nacional de Estadística de Italia y compartida por las Cámaras de Comercio); posible adquisición por terceros; posible quiebra; motivo del fracaso; evolución; actividades comerciales B2B o B2C; perfil inicial; perfil actual; número inicial de empleados y composición hombre-mujer; número de empleados actuales y composición hombre-mujer; equipo inicial y composición hombre-mujer; número de miembros actuales del equipo y composición hombre-mujer; *network*; financiación o convocatorias iniciales; rentabilidad; incubadoras de origen; obstáculos iniciales; obstáculos actuales; habilidades iniciales; habilidades actuales; cambios relacionados con la emergencia Covid-19; investigación innovadora; sustentabilidad; *target*; modelo de negocio; patentes; visión empresarial; redes sociales y sitio web. Finalmente, se procede al análisis estadístico descriptivo.

## Resultados

A través del análisis de la base de datos creada, queda claro que, entre 2014 y 2020, se crearon 126 *startups* en la Región Campania con un porcentaje de participación femenina superior al 50%.

No fue posible encontrar contactos de 50 de las 126 *startups* identificadas, a pesar de utilizar diferentes métodos de búsqueda en la web y en las redes sociales. Explicamos este dato afirmando que las *startups* ausentes tanto en línea como en las redes sociales no sobrevivieron, ya que hoy en día cualquier empresa innovadora no puede ignorar la presencia

en la red de su actividad empresarial, independientemente de su sector de pertenencia. Las 76 *startups* restantes presentan este escenario: 5 son empresas de nueva constitución, aquellas fundadas en el 2020; 9 están en liquidación; 4 declararon que no estaban disponibles para colaborar en la investigación por motivos de privacidad o problemas de exceso de trabajo provocados por las restricciones de la pandemia; 8 han dado respuestas de manera incompleta; 24 no respondieron a los cuestionarios ni a la entrevista telefónica, a pesar de varias solicitudes. Por lo tanto, han respondido al cuestionario 26 *startups* activas en Campania.

De las 126 empresas constituidas desde el año 2014 hasta el 2020, en donde la participación femenina en la administración se encuentra por encima del 50%, el 19% tiene participación *mayoritaria* (>50%), el 34,1% *exclusiva* (=100%) y el 46,8% *fuerte* (>=60%). Ahora, de las 76 empresas que sobrevivieron hasta el año 2020 solo el 25% tiene una participación femenina *mayoritaria*, el 28,9% *exclusiva* y el 46,1% *fuerte*.

En el arco temporal 2014-2020, argumentamos que el porcentaje de la tasa de supervivencia de las 126 empresas analizadas es superior al 50% y que solo el año 2017 presenta una cifra inferior (44%), como se evidencia en la Tabla 2. Ahora, la región Campania, es una de las 3 regiones que tiene mayor número de constitución de empresas por los años considerados, al igual que mayor número de empresas cerradas por cada año. La tasa de crecimiento del número de empresas es positiva, por encima del 1%, a excepción del año 2019 (0,97%). Se trata de un resultado débil, pero, comparado con los datos nacionales, es un buen resultado. Campania es la tercera región después de Lacio y Lombardía por número de empresas creadas. Este porcentaje del 1% fue descendiendo y a partir del año 2017 empieza a crecer a un ritmo menos acelerado. Un comportamiento similar se presentó a nivel país, pero con tasas de crecimiento inferiores a 1% y con una desaceleración similar. Así hasta ahora el cuadro de nuestros datos refleja plenamente la situación nacional.

Profundizando la observación de la tasa de crecimiento por tipo de sociedades en Italia, aunque el porcentaje es positivo, las sociedades de capital siempre muestran un valor mayor en el número de empresas constituidas, que de empresas cerradas. Las sociedades de personas y las empresas de personas naturales tienen un comportamiento diferente:

aquellas cerradas fueron más que aquellas que se constituían en todo el país. Por ejemplo, para el año 2019 la tasa de crecimiento fue negativa: -1,8% para las empresas de personas naturales y -0,51% para las sociedades de personas (ISTAT, 2019; Unioncamere, 2020b). En nuestro caso, las empresas analizadas hacen parte de estos dos últimos grupos de sociedades, con una tasa de crecimiento negativa, que impide la supervivencia a lo largo del tiempo, teniendo un balance cada año menor en el total de empresas. Una vez más el comportamiento de las empresas analizadas corresponde a lo que pasa a nivel nacional.

**Tabla 2.** Supervivencia de las empresas con participación femenina superior al 50% al año 2020

Año de constitución	N. startups constituidas	N. startups en vida a 2020	Supervivencia a 2020	Años totales de vida
2014	4	3	75,0%	6
2015	14	11	78,6%	5
2016	22	11	50,0%	4
2017	25	11	44,0%	3
2018	35	18	51,4%	2
2019	21	17	81,0%	1
2020	5	5	100%	-
<b>Total</b>	126	76		

Fuente: Elaboración propia

De manera general, en el año 2020, caracterizado por la pandemia, sobrevivieron el 60% de las empresas analizadas. Algunas debieron reinventarse y otras lograron sostenerse pese a los diversos acontecimientos que surgieron en el entorno. Las tasas de mortalidad de las empresas son relativamente altas en Italia, particularmente Campania resulta una de las regiones con las tasas más altas de mortalidad empresarial. De manera que mantener un negocio, presenta un mayor grado de complejidad en esta región que en el resto del país. Para cada año, la tasa de mortalidad en

Campania es aproximadamente 2% superior a la tasa de mortalidad del país. Incluso más de 2% por encima del Sur e Islas y hasta 4% por encima de la región Nordeste (ISTAT, 2019; Unioncamere, 2020b). A este punto, podemos mencionar que las empresas con predominio femenino, que consideramos en nuestra investigación, han logrado mantenerse en vida a un nivel considerable (60%), en comparación con las cifras arrojadas en el entorno nacional, aunque sea un resultado bajo.

Ahora, analizaremos las 76 empresas que se encuentran en vida para el año 2020 en nuestra base de datos. Emerge que la mayor cantidad de empresas con *participación femenina* en la administración por encima del 50% pertenecen al sector servicios (82,9%), seguido del sector industrial (13,2%) y del sector comercio (3,9%). De estas empresas la supervivencia es 64% de las empresas de servicios, 48% del sector industrial y 43% del sector comercio.

Seguimos analizando aquellas empresas que dieron respuesta a nuestra encuesta, de las cuales el 84,6% son lideradas por mujeres. En relación con el perfil inicial de las *startups*, que aún se encuentran en vida, el 88% han sobrevivido con el mismo perfil, cosa que puede ser interpretada como una poca capacidad de evolucionar. Eso lo demuestra, también, la escasa fuerza con la que afrontaron la pandemia: la mayoría murió.

En relación con el *network*, 38,5% de las empresas no tiene ningún tipo de red, 30,8% la tiene con universidades como la Universidad de Nápoles Federico II, la Universidad de Salerno y la Universidad de Nápoles Parthenope; 15,4% mantiene relaciones con actores diferentes como Confindustria, Polihub, y Neatech; 7,7% con centros de investigación como *Apple Developer Academy*; 7,7% con el Estado. Pero, en general, no se evidencia una construcción fuerte de *network*: las *startups* permanecen sin el apoyo de un ecosistema que las soporten o una red que permita su fortalecimiento, pudiendo afirmar lo arduo que es para las mujeres emprendedoras utilizar este tipo de relaciones, como ya subrayamos en la literatura analizada.

La mayoría de las *startups* no han sido financiadas o no han tenido financiación inicial por parte de entes externos: su capital inicial ha sido autofinanciado (73,1%). Solo el 19,2% han sido financiadas por parte del Estado mediante convocatorias, como el Bando Campania Startup,

Bando Innovación para la transferencia tecnológica RIS, Incubador Campania NewSteel de Nápoles, Bando INVITALIA. Solo el 7,7% restante ha sido financiado por universidades o empresas privadas.

Considerando las convocatorias que se realizan cada año en el país, se puede evidenciar aún la poca participación de las empresas. Para el fondo *Smart & Start Italia*, hasta el año 2020 se habían presentado 1.721 *business plan*, de los cuales solo 410 fueron financiados, 97 aún están en evaluación y 1.214 no fueron admitidos (INVITALIA, 2020a). Otro fondo que apoya las empresas creadas en el Sur, es *Permanezco en el Sur*. Hasta el año 2020 han sido financiadas 6.831 iniciativas, que corresponden a 219 millones de euros otorgados (INVITALIA, 2020b). Sin embargo, las empresas analizadas, en su mayoría, no hacen uso de este tipo de convocatorias. Esto puede ser un llamado de atención para identificar si en realidad este tipo de apoyos institucionales están alineados con las necesidades de los emprendedores y si se cumplen los objetivos propuestos al abrir las convocatorias, a pesar de la necesidad del fortalecimiento de su canal y el tipo de apoyo que se brinda. Además, como se mencionó, en algunas convocatorias son muchas las iniciativas presentadas, pero menos de la mitad son aprobadas, evidenciando la necesidad de educar a las personas en emprendimiento, tanto para la presentación de planes de negocio, como para el manejo adecuado de las empresas.

Ahora, dentro de los obstáculos iniciales las empresas analizadas tuvieron que enfrentar en mayor proporción la burocracia, el financiamiento y el mercado (27,3% cada una). Por otro lado, el equipo de trabajo (9,1%) y la figura de la mujer en los altos cargos (9,1%) no favorecen la empresa.

En relación con los obstáculos actuales, las empresas consideran el financiamiento (27,3%) y el Covid-19 (27,3%) como los mayores obstáculos, seguidos por la burocracia (18,2%), el mercado (9,1%), el equipo de trabajo (9,1%). También 9,1% afirman que no viven obstáculos en la actualidad. El financiamiento se presenta uno de los obstáculos más significativos de las empresas en cualquier etapa. Estos datos corresponden a los analizados en la literatura, donde se menciona que aún persisten las dificultades para el acceso a créditos y productos financieros para el ini-

cio de un negocio o para su supervivencia en empresas femeninas (Unioncamere, 2020b; WEF, 2019).

Por otro lado, solo el 11,5% de las empresas entrevistadas cuentan con patentes. Esta situación es semejante a la encontrada a nivel mundial, en donde solo el 18% de las pymes o inventores individuales solicitan una patente: 72% son grandes empresas, 10% universidades y organizaciones públicas (European Patent Office, 2020). Las patentes en las empresas, según Jin et al. (2020) se relacionan con el nivel de educación de los empleados y con la proporción de profesionales de la ingeniería, teniendo en cuenta que este tipo de profesionales prestan más atención a la Investigación y Desarrollo junto con la innovación tecnológica de las empresas, proporcionando servicios profesionales con valor agregado. De esta manera mejora la capacidad de innovación de las empresas, lo que permite que puedan sobrevivir en el mercado, ir más allá de sus capacidades y resistir a las amenazas del entorno. También las empresas podrían utilizar las patentes de las cuales son titulares para negociar acuerdos de concesión de licencias cruzadas y mejorar su alcance de mercado.

Por otro lado, más de la mitad de las empresas analizadas afirman realizar investigación innovadora (63,6%). En Italia, la proporción de empresas que conducen actividades innovadoras es superior en las empresas grandes. En las empresas entre 10 y 49 empleados el 53,3% afirma realizar actividades innovadoras, en empresas entre 50 y 249 empleados el 71,4%, en empresas grandes de más de 250 empleados el 81%. Así, se confirma que la propensión a la innovación crece a medida que aumenta el tamaño de la empresa (ISTAT, 2020). Este escenario, se encuentra alineado con los resultados obtenidos en nuestra encuesta, donde el porcentaje de empresas que realizan investigación o actividades innovadoras, aunque es superior a las empresas entre 10-49 empleados. Este tipo de empresas cuentan con menos probabilidades de introducir actividades innovadoras que les permita sobrevivir en el mercado.

En relación con las incubadoras, un gran porcentaje de empresas con mayor participación femenina no ha pertenecido a ninguna (88,5%), el 7,7% a incubadoras empresariales y solo el 3,8% a incubadoras universitarias. Definitivamente, un poco más del 10% de las empresas analizadas han pertenecido a incubadoras, cifras que se encuentran alineadas a las

presentadas en la Región Campania. Para el año 2019, el país contaba con 197 incubadoras y aceleradoras, de las cuales 39 estaban en el Sur e Islas y 10 en la región Campania, una cifra baja en comparación con algunas otras regiones (Lombardía 52, Lacio 17, Piamonte 15). Además, solo el 6,5% de las *startups* incubadas se encuentran en el Sur e Islas, de las que el 0,8% en la región Campania, una cifra que se encuentra dentro de las más bajas del país (28% Lombardía; 22% Piamonte; 10,9% Véneto). Así, el Sur del país presenta cifras poco alentadoras en relación con los apoyos y las oportunidades que tienen las personas en crear y mantener una empresa.

Ahora, relativamente a las *startups* que han hecho parte de incubadoras, los servicios que identifican con más aporte son: espacio físico ofrecido, soporte al desarrollo de *network*, apoyo para el desarrollo y la exploración de las tecnologías, soporte en servicios administrativos y legales, formación y consultoría en Responsabilidad Social Empresarial y ética empresarial, evaluación del impacto social y apoyo a la búsqueda de financiación (Politécnico de Turín, 2019). Profundizando, servicios como la financiación y el soporte al desarrollo del *network* hacen falta en las empresas analizadas.

## Conclusiones

Para que las mujeres desarrollen plenamente su potencial en la creación de empleo, que se traduce en valor económico, es necesario fortalecer y multiplicar iniciativas, programas y políticas de apoyo para facilitar el camino hacia la igualdad. Es posible actuar a nivel formativo y educativo, así como aumentar la visibilidad, facilitar el acceso a la financiación y la tecnología o fomentar la construcción de redes empresariales. A pesar de los esfuerzos realizados hasta ahora, las mujeres siguen estando subrepresentadas en el mundo empresarial, en el número de *startups* creadas o en el acceso a la financiación: su crecimiento en el negocio es lento y limitado. Queda mucho trabajo por hacer: se necesitan estrategias para un cambio cultural radical, se necesitan actividades y proyectos sobre tutoría, administración de empresas, inclusión y diversidad. Se debe desarrollar la conciencia para inducir el cambio. Hay que formarse en el

rigor a través de disciplinas consolidadas y, al mismo tiempo, es necesario combinar rigor y creatividad, que son las raíces para la innovación (della Volpe, 2020; della Volpe y Jaramillo-Gutiérrez, 2020). Las políticas institucionales dirigidas a apoyar el emprendimiento de las mujeres deben activarse desde que ellas empiezan su formación, desde la escuela hasta la universidad.

Las mujeres están subrepresentadas en el campo económico, en puestos gerenciales y empresariales, en la ciencia, en la política y en los sectores disciplinarios STEM. La imposibilidad de cerrar la brecha en estas áreas limita su contribución en términos de capital humano y se convierte en un obstáculo para la innovación. La asimetría se traduce en menores ingresos para las mujeres, menos oportunidades para ser emprendedoras o para crear *startups* en sectores innovadores con alto potencial de crecimiento. Solo el compromiso a nivel educativo a través del desarrollo de habilidades emprendedoras, entendido como la capacidad de identificar, aprovechar y evaluar nuevas oportunidades dentro de un contexto, puede incrementar las intenciones emprendedoras de las mujeres (Armuña et al., 2020; Elliot et al., 2020).

Un problema importante, hoy en día, se esconde dentro de la formación STEM. La educación superior debe facilitar la superación de la percepción de estar en áreas específicas del mundo masculino para armonizar la percepción de uno mismo como mujer y como emprendedor sin experimentarlo como una dicotomía entre dos identidades opuestas (Birkner, 2020). Por otro lado, también es urgente reconocer que los equipos más equilibrados y capaces de mayor desempeño son aquellos que utilizan la diversidad de género como una riqueza (Neumeyer y Santos, 2020). Los programas de mentoría pueden ser muy efectivos (Elliot et al., 2020; Kuschel et al., 2020; Orser et al., 2012), porque fortalecen la confianza, desarrollan la conciencia con respecto a la diversidad y la brecha de género, induciendo un cambio de perspectiva.

También es necesario apoyar y promover la investigación sobre análisis de género y emprendimiento, profundizando en los aspectos más relevantes. Aún falta una visión amplia del fenómeno que permita establecer conexiones claras entre educación, investigación y emprendimiento. Necesitamos responder preguntas sobre cómo las mujeres navegan

por caminos amigables para los hombres, identificar alternativas y, sobre todo, investigar la naturaleza de género de los ecosistemas emprendedores, con una mirada específica a los aspectos de tecnología e innovación (Brush et al., 2019). Finalmente, es necesario comprender cómo se presenta la brecha de género, replicándose en múltiples contextos y cómo la construcción de la identidad a nivel cultural influye en las mujeres. Esto solo puede surgir mientras se estudie también a los hombres, como argumentan Poggesi et al. (2020).

Los intercambios entre países, las colaboraciones público-privadas, el conocimiento sobre las intervenciones efectivas realizadas y las metodologías utilizadas se apoyan, por ejemplo, en la plataforma creada por el Foro Económico Mundial (WEF), que propone un modelo de aceleración relacionado con los esfuerzos realizados por los distintos actores. Sus contactos se realizan en la plataforma “Modelando la Nueva Economía y Sociedad”, cuyo objetivo es acelerar el camino hacia la igualdad de género a través, por ejemplo, de las colaboraciones económicas y el crecimiento de la presencia femenina en la fuerza laboral, especialmente en roles de liderazgo. Los aceleradores del cambio se basan en tres tipos de iniciativas: cambio de estructuras y políticas institucionales, trabajo en normas y actitudes, compromiso de líderes de los sectores público y privado. Cada país luego adapta su plan de acción, compartiendo los objetivos comunes de incrementar la participación de las mujeres en los sectores laborales identificados, aumentar su presencia en funciones de liderazgo, cerrar brechas salariales, ofrecer igualdad de competencias en sectores laborales emergentes con alta demanda. Ciertamente, los intercambios entre países se ven reforzados por la construcción de redes que van más allá de las fronteras nacionales y permiten compartir objetivos y prácticas a nivel mundial.

Nuestro estudio, centrado en la exploración de la brecha de género en Campania, una región del Sur de Italia registra la dificultad de crear negocios por parte de las mujeres, reflejando el escenario nacional, pero con una tasa mayor de mortalidad de *startups* femeninas. Nos encontramos, entonces, ante varios niveles de dificultad: los compartidos a nivel nacional, los propios de un territorio poco fértil en infraestructura y servicios, los propios del género. La pandemia fue otro factor de desintegración

con respecto a la fuerza de supervivencia de las empresas femeninas en Campania.

Un contexto plagado de tantos obstáculos para las *startups* de mujeres que debilita radicalmente su capacidad de permanecer en el mercado. Llama la atención su escasa capacidad para estar dentro de las redes relacionales: una grave debilidad, ya que las redes dan fuerza a los actores, mientras que el aislamiento genera una enorme fragilidad. Otro factor de debilidad que surgió es la imposibilidad de acceder a la financiación: a pesar de las diversas iniciativas institucionales italianas al respecto, la mayoría de las solicitudes no cumplen con los requisitos de las convocatorias y son rechazadas. Estos son intentos reales que caen en saco roto. La burocracia es una barrera importante y una gran cantidad de dinero público acaba por no utilizarse.

En ausencia o escasez de patentes existe otra trampa. Al estar correlacionada positivamente con la formación de los empleados y su proveniencia desde las disciplinas STEM, su carencia denuncia la ausencia de vínculos con la innovación, que ya es compleja de implementar en pymes, como en las *startups* analizadas. Al mismo tiempo, en Campania, mucho más que en otras regiones italianas, hay una falta de apoyo de las incubadoras que podrían contribuir a la creación de redes para proporcionar estructuras de apoyo físico o facilitar el acceso a la financiación.

Un escenario realmente serio, desde nuestra perspectiva. Un escenario que se repite en el tiempo porque los elementos negativos, poco favorables a la creación de una empresa femenina, se retroalimentan. Un círculo vicioso, que las instituciones educativas podrían romper con la oportunidad de actuar sobre variables culturales y educativas. Se pide a las universidades que reflexionen sobre estos datos nacionales y regionales tan desalentadores y que cambien los métodos, tiempos y contenidos de las oportunidades de formación que ofrecen. Una posible vía es, por ejemplo, repensar las prácticas curriculares y no curriculares, para que los jóvenes adquieran experiencia directa dentro de las organizaciones y se acerquen a la mentalidad emprendedora. Se podría argumentar que esta oportunidad ya existe, pero las formas en que se brindan no van por el camino correcto. Los valores sociales, la cultura, las políticas institucionales y gubernamentales, el desarrollo tecnológico, el contexto económico,

las leyes y regulaciones influyen en el espíritu empresarial. Un nuevo y deseable equilibrio social solo se puede lograr si cada actor de la red revisa su compromiso, porque esto también significa reducir la brecha de género.

## Referencias

- Abreu, M., y Grinevich, V. (2017). Gender patterns in academic entrepreneurship. *The Journal of Technology Transfer*, 42(4), 763-794. <https://doi.org/10.1007/s10961-016-9543-y>
- Acs, Z. J., Stam, E., Audretsch, D. B., y O'Connor, A. (2017). The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach. *Small Business Economics*, 49(1), 1-10. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9864-8>
- Alsos, G. A., y Ljunggren, E. (2017). The role of gender in entrepreneur-investor relationships: a signaling theory approach. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 41(4), 567-590. <https://doi.org/10.1111/etp.12226>
- Armuña, C., Ramos, S., Juan, J., Feijoo, C., y Arenal, A. (2020). From stand-up to start-up: exploring entrepreneurship competences and STEM women's intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(1), 69-92. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00627-z>
- Balachandra, L., Briggs, T., Eddleston, K., y Brush, C. (2017). Don't pitch like a girl! How gender stereotypes influence investor decisions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 116-137. <https://doi.org/10.1177/1042258717728028>
- Banco Mundial. (2020). Enterprise Surveys. Recuperado de <https://www.enterprisesurveys.org/en/data/exploretopics/gender#>
- Birkner, S. (2020). To belong or not to belong, that is the question?! Explorative insights on liminal gender states within women's STEMpreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal* 16(1), 115-136. DOI: 10.1007/s11365-019-00605-5
- Bourdieu, P. (2005). *The social structures of the economy*. Cambridge, Inglaterra: Polity Press.

- Boyde, E. (2017, marzo 8). Single-sex networks under a spotlight. *Financial Times*. Recuperado abril 11, 2017 de <https://www.ft.com/content/3f068f20-de3f-11e6-9d7c-be108f1c1dce>
- Brush, C., Edelman, L. F., Manolova, T., y Welter, F. (2019). A gendered look at entrepreneurship ecosystems. *Small Business Economics*, 53(2), 393-408. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9992-9>
- Brush, C.G., y Greene, P.G. (2016). *Closing the Gender Gap in Entrepreneurship: A New Perspective on Policies and Practices*. Paris, Francia: OECD
- Bullough, A., Hechavarría, D.M., Brush, C.G., y Edelman, L.F. (2019). Introduction: programs, policies and practices: fostering high-growth women's entrepreneurship. En A. Bullough, A., D.M. Hechavarría., C.G. Brush., y L.F. Edelman (Eds.), *High-growth Women's Entrepreneurship* (pp. 1-13). United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland: Edward Elgar Publishing.
- Cámara de Comercio de Roma. (2020). Imprenditoria femminile. Recuperado de [https://www.rm.camcom.it/pagina187\\_imprenditoria-femminile.html](https://www.rm.camcom.it/pagina187_imprenditoria-femminile.html)
- Cetindamar, D., Gupta, V.K., Karadeniz, E.E., y Egrican, N. (2012). What the numbers tell: the impact of human, family and financial capital on women and men's entry into entrepreneurship in Turkey. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1-2), 29-51. <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.637348>
- Clark Blickenstaff, J. C. (2005). Women and science careers: Leaky pipeline or gender filter? *Gender and Education*, 17(4), 369-386. <https://doi.org/10.1080/09540250500145072>
- Coleman, S., y Robb, A. (2016). *The next wave: Financing women's growth-oriented firms*. Palo Alto, CA: Stanford University Press.
- Comisión Europea. (2020a). Women in Digital Scoreboard. Recuperado de <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/women-digital-scoreboard-2020>
- Comisión Europea. (2020b). Relazione per paese relativa all'Italia 2020. Recuperado de [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/2020-european\\_semester\\_country-report-italy\\_it.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/2020-european_semester_country-report-italy_it.pdf)

- della Volpe, M. (2020). Entrepreneurial Innovation Management: the joint Italy-Colombia master's degree. *International Journal of Educational Management*, 34(1), 70-80. DOI 10.1108/IJEM-03-2019-0107
- della Volpe, M., y Jaramillo-Gutiérrez, A. (2020). Creatividad e innovación empresarial el sector de la guadua en el Eje Colombiano. En M. Della Volpe, y J. Gabalán-Coello (Eds), *Universidad Empresa y Sociedad*. Bogotá, Colombia: Penguin Random House.
- Díaz-García, C., González-Moreno, A., y Sáez-Martínez, F.J. (2013). Gender diversity within R&D teams: its impact on radicalness of innovation. *Innovation*, 15(2), 149-160. <https://doi.org/10.5172/impp.2013.15.2.149>
- Elliot, C., Mavriplis, C., y Anis, H. (2020). An entrepreneurship education and peer mentoring program for women in STEM: mentors' experiences and perceptions of entrepreneurial self-efficacy and intent. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(1), 43-67. DOI: 10.1007/s11365-019-00624-2
- European Patent Office. (2020). Patent Index and statistics. Recuperado de <https://www.epo.org/news-events/press/annual-results.html>
- Gaceta Oficial de la República Italiana. (1992). Ley 25 febrero 1992, n. 215. Recuperado de [https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie\\_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=1992-03-07&atto.codiceRedazionale=092G0241&elenco30giorni=false](https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=1992-03-07&atto.codiceRedazionale=092G0241&elenco30giorni=false)
- Gaceta Oficial de la República Italiana. (2015). Decreto 8 luglio 2015, n. 140. Recuperado de <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2015/09/05/15G00154/sg>
- GEM. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019. Women's Entrepreneurship Report*. Recuperado de <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20182019-womens-entrepreneurship-report>
- GEM. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor. 2019/2020 Global report*. Recuperado de <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>
- Giuri, P., Grimaldi, R., Kochenkova, A., Munari, F., y Toschi, L. (2018). The effects of university-level policies on women's participation in academic patenting in Italy. *The Journal of Technology Transfer* 45(1), 1-29. <https://doi.org/10.1007/s10961-018-9673-5>

- Gorbatai, A. D., y Nelson, L. (2015). Gender and the language of Crowdfunding. *Academy of Management Proceedings*, 1, 15785. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2015.15785abstract>
- Hechavarría, D. M., e Ingram, A. E. (2019). Entrepreneurial ecosystem conditions and gendered national-level entrepreneurial activity: a 14-year panel study of GEM. *Small Business Economics*, 53(2), 431-458. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9994-7>
- Hechavarría, D., Bullough, A., Brush, C., y Edelman, L. (2019). High growth women's entrepreneurship: fueling social and economic development. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 5-13. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12503>
- Henry, C., Orser, B., Coleman, S., y Foss, S. (2017). Women's entrepreneurship policy: a 13 nation cross-country comparison. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(3), 206-228. <https://doi.org/10.1108/IJGE-07-2017-0036>
- Hewlett, S.A. (2014). *What's holding women back in science and technology industries*. Harvard Business Review. Recuperado de <https://hbr.org/2014/03/whats-holding-women-back-in-science-and-technology-industries/>
- ILO. (2020). *World Employment and Social Outlook: Trends 2020*. Geneva, Suiza. Recuperado de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms\\_734455.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_734455.pdf)
- INVITALIA. (2020a). Smart & Start Invitalia. Recuperado de <https://www.invitalia.it/cosa-facciamo/creiamo-nuove-aziende/smartstart-italia---old-offline/risultati/report-i-business-plan>
- INVITALIA. (2020b). Resto al sud. Recuperado de <https://www.invitalia.it/cosa-facciamo/creiamo-nuove-aziende/resto-al-sud>
- ISTAT. (2019). Demografia d'impresa. Recuperado de <https://www.istat.it/it/archivio/232041> 2019
- ISTAT. (2020). Innovazione nelle imprese in Italia: Anni 2016-2018. Recuperado de [https://www.istat.it/it/files//2020/12/REPORT-INNOVAZIONE-IMPRESA\\_2016\\_2018.pdf](https://www.istat.it/it/files//2020/12/REPORT-INNOVAZIONE-IMPRESA_2016_2018.pdf)
- Jin, X., Zheng, P., Zhong, Z., y Cao, Y. (2020). The Effect of Venture Capital on Enterprise Benefit According to the Heterogeneity of Human

- Capital of Entrepreneur. *Frontiers in Psychology*, 11, 1558. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01558>
- Kanze, D., Huang, L., Conley, M. A., y Higgins, E. T. (2018). We ask men to win & women not to lose: closing the gender gap in startup funding. *Academy of Management Journal*, 61(2), 586-614. DOI:10.5465/AMJ.2016.1215
- Kelley, D. J., Baumer, B. S., Brush, C., Greene, P. G., Mahdavi, M., Majbouri, M., Cole, M., Dean, M., y Heavlow, R. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor. Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report*. Wellesley, MA: GEM. Recuperado de <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20162017-womens-entrepreneurship-report>
- Klyver, K., y Grant, S. (2010). Gender differences in entrepreneurial networking and participation. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(3), 213-227. <https://doi.org/10.1108/17566261011079215>
- Kuschel, K., Ettl, K., Díaz-García, C., y Alsos, G. A. (2020). Stemming the gender gap in STEM entrepreneurship-insights into women's entrepreneurship in science, technology, engineering and mathematics. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16, 1-15. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00642-5>
- Liu, W., Cowling, M., y Marlow, S. (2019). Gender and bank lending after the global financial crisis: are women entrepreneurs safer bets? *Small Business Economics*, 1-28. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00168-3>.
- Marlow, S., y McAdam, M. (2015). Incubation or induction? Gendered identity work in the context of technology business incubation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4), 791-816. <https://doi.org/10.1111/etap.12062>
- Martin, L., Wright, L., Beaven, Z., y Matlay, H. (2015). An unusual job for a woman? Female entrepreneurs in scientific, engineering and technology sectors. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(4), 539-556. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-08-2011-0095>
- McAdam, M., Harrison, R. T., y Leitch, C. M. (2019). Stories from the field: Women's networking as gender capital in entrepreneurial ecosystems. *Small Business Economics*, 53(2), 459-474. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9995-6>

- Ministerio de Desarrollo Económico. (2013). Decreto-Ley 18 octubre 2012, n. 179. Recuperado de <https://www.mise.gov.it/images/stories/Art25-dl179-2012.pdf>
- Ministerio de Desarrollo Económico. (2014). Protocollo d'intesa per lo sviluppo e la crescita delle imprese a prevalente partecipazione femminile e delle lavoratrici autonome. Recuperado de [https://www.mise.gov.it/images/stories/documenti/Protcollo\\_intesa\\_RETE\\_2014.pdf](https://www.mise.gov.it/images/stories/documenti/Protcollo_intesa_RETE_2014.pdf)
- Ministerio de Desarrollo Económico. (2019). Circolare 16 dicembre 2019. No. 439196. Recuperado de <https://www.mise.gov.it/images/stories/normativa/CIRCOLARE-16-dicembre-2019-SMART-START.pdf>
- Ministerio de Desarrollo Económico. (2020a). Cruscotto di indicatori statistici sulle startup innovative: Terzo trimestre 2020. Recuperado de <https://www.mise.gov.it/index.php/it/2041672>
- Ministerio de Desarrollo Económico. (2020b). *Report Startup innovative costituite online*. Recuperado de [https://www.mise.gov.it/images/stories/documenti/17\\_rapporto\\_nuova\\_modalita\\_costituzione\\_startup\\_Q3\\_2020\\_30\\_10\\_2020.pdf](https://www.mise.gov.it/images/stories/documenti/17_rapporto_nuova_modalita_costituzione_startup_Q3_2020_30_10_2020.pdf)
- Motoyama, Y., Konczal, J., Bell-Masterson, J., y Morelix, A. (2014). *Think locally, act locally: building a robust entrepreneurial ecosystem*. Kauffman Foundation. DOI: 10.2139/ssrn.2425675
- Neumeyer, X., y Santos, S. C. (2020). A lot of different flowers make a bouquet: the effect of gender composition on technology-based entrepreneurial student teams. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1. DOI: 10.1007/s11365-019-00603-7
- OCDE. (2016). *OECD Report to G7 Leaders on Women and Entrepreneurship*. París, Francia: OEDC Publishing. Recuperado de <http://www.oecd.org/gender/OECD-Report%20-to-G7-Leaders-on-Women-and-Entrepreneurship.pdf>
- OCDE. (2018). *Bridging the digital gender divide: include, upskill, innovate*. Recuperado de <http://www.oecd.org/digital/bridging-the-digital-gender-divide.pdf>
- OCDE. (2019a). *PISA 2018 Results (Volume II): Where All Students Can Succeed*. Recuperado de [https://www.oecd-ilibrary.org/education/pisa-2018-results-volume-ii\\_b5fd1b8f-en](https://www.oecd-ilibrary.org/education/pisa-2018-results-volume-ii_b5fd1b8f-en)

- OCDE. (2019b). *SIGI 2019 Global Report: Transforming challenges into opportunities. Social institutions and Gender Index*. París, Francia: OECD Publishing. <https://www.oecd.org/publications/sigi-2019-global-report-bc56d212-en.htm>
- Orser, B., Riding, A., y Stanley, J. (2012). Perceived career challenges and response strategies of women in the advanced technology sector. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1/2), 73-93. <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.637355>
- Poggesi, S., Mari, M., De Vita, L., y Foss, L. (2020). Women entrepreneurship in STEM fields: Literature review and future research avenues. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(1). 17-41. DOI: 10.1007/s11365-019-00599-0
- Politécnico de Turín. (2019). Impatto degli incubatori/ acceleratori italiani. Social Innovation Monitor. Recuperado de <https://socialinnovationmonitor.com/en/report-incubators/>
- Rodríguez-Gulías, M. J., Fernández-López, S., y Rodeiro-Pazos, D. (2018). Gender differences in growth of Spanish university spin-offs. *Gender in Management*, 33(2), 86-103. <https://doi.org/10.1108/GM-04-2017-0040>
- Sirisuriya, D.S. (2015). A comparative study on web scraping. Paper presented at the 8th International Research Conference, KDU. November, pp. 135-140.
- Skeggs, B. (1997). *Formations of class and gender: Becoming respectable*. London, UK: Sage.
- Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72. <https://doi.org/10.1111/etap.12167>.
- Spigel, B., y Harrison, R. T. (2017). Towards a theory of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 151-168. <https://doi.org/10.1002/sej.1268>.
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759-1769. <https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>
- Stam, E., y Bosma, N. (2015). Growing entrepreneurial economies: Entrepreneurship and regional development. En T. Baker, y F. Welter

- (Eds.), *The Routledge Companion to Entrepreneurship* (pp. 325-340). New York, NY: Routledge.
- Stangler, D., y Bell-Masterson, J. (2015). Measuring an entrepreneurial ecosystem. Kauffman foundation. Recuperado de <https://www.kauffman.org/entrepreneurship/reports/measuring-an-entrepreneurial-ecosystem/>
- Ulvenblad, P., Blomkvist, M., y Hansson, A. (2011). *World-class entrepreneurship- and innovation programmes in Sweden-focus on gender perceptions*. En ICSB World Conference Proceedings (p. 1). International Council for Small Business (ICSB).
- UNESCO. (2021). *Italy: Science, technology and innovation*. Recuperado de <http://uis.unesco.org/en/country/it?theme=science-technology-and-innovation>
- Unión Europea. (1975). Directiva del Consejo 75/117 / CEE del 10/02/1975. Recuperado de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/ALL/?uri=CELEX:31975L0117>
- Unión Europea. (1987). Recomendación de la Comisión 87/567 / CEE de 24/11/1987. Recuperado de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX%3A31987H0567>
- Unión Europea. (1990). Resolución del Consejo del 29/05/1990. Recuperado de [https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31990Y0627\(05\):IT:HTML](https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31990Y0627(05):IT:HTML)
- Unión Europea. (1991). Recomendación de la Comisión 92/131 / EEC del 27/11/1991. Recuperado de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX%3A31992H0131>
- Unioncamere. (2014). Impresa in genere: 3° Rapporto nazionale sull'imprenditoria femminile. Recuperado de <http://www.unioncamere.gov.it/download/5830.html>
- Unioncamere. (2020a). Rapporto Imprenditoria Femminile 2020. Recuperado de <https://www.unioncamere.gov.it/download/10950.html>
- Unioncamere. (2020b). Movimprese: 27mila imprese in più nel 2019 (+0,4%) ma è il saldo minore degli ultimi 5 anni. Recuperado de <https://www.unioncamere.gov.it/P42A4370C160S123/movimprese--27mila-imprese-in-pi%EF%BF%BD-nel-2019---0-4---ma-%EF%BF%BD-il-saldo-minore-degli-ultimi-5-anni.htm>

- Wang, M. T., y Degol, J. L. (2017). Gender gap in science, technology, engineering, and mathematics (STEM): current knowledge, implications for practice, policy, and future directions. *Educational Psychology Review*, 29(1), 119-140. DOI: 10.1007/s10648-015-9355-x
- WEF. (2019). *The Global Gender Gap Report 2020*. Recuperado de [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GGGR\\_2020.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf)
- Welter, F. (2011). Contextualizing entrepreneurship: conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 165-184. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00427.x>
- Woolley, J. L. (2019). Gender, education, and occupation: how founder experiences influence firm outcomes. *Academy of Management Discoveries*, 5(3), 266-290. <https://doi.org/10.5465/amd.2017.0069>
- Yang, T., y Aldrich H.E. (2014). Who's the boss? Explaining gender inequality in Entrepreneurial teams. *American Sociological Review*, 79(2), 303-327. DOI: 10.1177/0003122414524207
- Yang T., y Triana, M C. (2017) Set Up to Fail: Explaining When Women-Led Businesses Are More Likely to Fail. *Journal of Management*, 45(3), 926-954. DOI: 10.1177/0149206316685856



JESÚS GABALÁN-COELLO es profesor de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia y de la Universidad ICESI (Colombia). Actualmente es también director general de la Corporación Penser. Ha sido responsable de procesos de aseguramiento de calidad en universidades y acreditación internacional de programas de ingeniería, así como profesor de tiempo completo en el campo de ingeniería y de las humanidades. Se ha desempeñado como vicerrector académico y asesor de rectoría en Colombia. Es ingeniero industrial, magister en ingeniería y Ph. D. en Medición y Evaluación en Educación por la Universidad de Montreal (Canadá). Es par evaluador del Ministerio Ciencia, Tecnología e Innovación y par académico de programas e instituciones del Consejo Nacional de Acreditación (CNA). De igual forma, es senior member del Institute of Industrial & Systems Engineers. Se ocupa del aseguramiento de la calidad, la medición y la evaluación en educación, así como de los métodos cuantitativos en educación, la gestión del conocimiento y la modelación matemática aplicada. Contacto: [jesus.gabalan@uptc.edu.co](mailto:jesus.gabalan@uptc.edu.co)

MADDALENA DELLA VOLPE es profesora asociada de Economía y Gestión de las Empresas en el Departamento de Ciencias de la Empresa, Sistemas de Gestión e Innovación, de la Universidad de Salerno (Italia). es par académico internacional para la acreditación de programas e instituciones universitarias del Consejo Nacional de Acreditación (CNA, Colombia). Es profesora visitante permanente en la Universidad Católica de Colombia, en Bogotá y en la Universidad Católica de Pereira. Fue delegada del rector para relaciones con Empresas y Coordinación de Pasantías en la Universidad Suor Orsola Benincasa de Nápoles, y persona de contacto para el Observatorio de la Fundación CRUI para Universidad-Empresa. Sus estudios más recientes atañen a la cooperación entre universidad, empresas y sociedad civil, la brecha de género, el desarrollo de una mentalidad empresarial en los estudiantes, la creatividad y la innovación, el *Design Thinking*, el empleo de las tecnologías de la *web* y *big data* en las empresas. Sus publicaciones más recientes son: *Empresa Universidad y Sociedad* (Penguin Random House, 2020); *Entrepreneurial Innovation Management: the joint Italy-Colombia master's degree* (International Journal of Educational Management, 2019); *Entrepreneurial University and Business Education: Towards a Network Model* (International Journal of Business and Management, 2018); *Formación para el emprendimiento en la educación superior. Estudio comparativo entre Colombia e Italia* (Cultura Latinoamericana, 2017); *Exploring Curricular Internships in Italy: Towards Entrepreneurial Universities* (International Business Research, 2016); *Empresa y web* (Planeta, 2013). Contacto: [mdellavolpe@unisa.it](mailto:mdellavolpe@unisa.it)

FREDY EDUARDO VÁSQUEZ-RIZO es doctor en Gestión de la Información y de la Comunicación en las Organizaciones de la Universidad de Murcia (España). Magíster en Ciencias de la Información y Administración del Conocimiento del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (México). Comunicador social y periodista de la Universidad Autónoma de Occidente (UAO, Colombia). Actualmente, es el jefe del Departamento de Comunicación de la Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales de la UAO. Su experiencia en el campo de la educación se relaciona con las áreas de docencia, investigación, gestión del conocimiento y gestión de información. Además, es par evaluador del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, del Minciencias y del Consejo Nacional de Acreditación (CNA). También es coordinador del Grupo de Investigación en Gestión del Conocimiento y Sociedad de la Información de la UAO. Ha participado en diversos proyectos de investigación (Ministerio de Educación Nacional, ICFES, Universidad del Valle, Corporación Universitaria Minuto de Dios, UAO), así como en la elaboración de numerosos libros y artículos. Contacto: fvasquez@uao.edu.co

MARÍA LUISA NIETO-TABORDA es administradora industrial con maestría en Administración. Se está especializando en Pedagogía y Desarrollo Humano y cuenta con amplia trayectoria en la gestión y desarrollo de proyectos institucionales en el sector educativo. Como académica se desempeña en los campos de la gestión junto con la investigación e innovación en la educación. En el ámbito administrativo-académico, ha sido directora de Proyección Social, coordinadora editorial y actualmente es directora de investigaciones e innovación en la Universidad Católica de Pereira (Colombia) en donde, además, lidera el proyecto de implementación del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) y preside el Comité de Ética de la investigación. En el sector privado tiene experiencia en asesoría y consultoría, asociada a procesos de gestión de la innovación empresarial y transferencia tecnológica. Contacto: luisa.nieto@ucp.edu.co

MÓNICA YULENI CASTRO-PEÑA es estudiante de doctorado en economías y políticas de los mercados y empresas en el Departamento de Ciencias Económicas y Estadística de la Universidad de Salerno (Italia). Además, es docente de la Universidad Católica de Pereira (Colombia) en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Es ingeniera comercial de la Universidad Libre (Colombia) y magister en investigación operativa y estadística de la Universidad Tecnológica de Pereira. Sus principales intereses científicos son modelación matemática, calidad en educación y análisis de instituciones de educación superior. Contacto: monica.castro@ucp.edu.co