

GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO
"MUJER EMPRENDEDORA
EN
MARRUECOS Y ESPAÑA"

SALMA MOUDEN LÁZARO

FACULTAD DE COMERCIO VALLADOLID, JULIO 2023



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID, GRADO DE COMERCIO
CURSO ACADÉMICO 2022-2023

TRABAJO FIN DE GRADO
“MUJER EMPRENDEDORA
EN
MARRUECOS Y ESPAÑA.”

Trabajo presentado por: **SALMA MOUDEN LÁZARO**

Tutor: **JAVIER GÓMEZ GONZÁLEZ**

FACULTAD DE COMERCIO

Valladolid, JULIO 2023

1.	Introducción	5
1.1.	Motivo de elección del tema seleccionado	6
1.2.	Agradecimientos	6
2.	Marco teórico	7
2.1.	Conceptos generales	7
2.1.1.	Mujer emprendedora	7
2.1.2.	La importancia del nivel educativo en el emprendimiento femenino	8
2.1.3.	El impacto de la cultura y sociedad en el emprendimiento femenino	9
2.1.4.	Competencia empresarial	10
2.1.5.	Obstáculos legales y políticos	12
2.2.	Referencia de Marruecos	13
2.2.1.	Introducción de Marruecos	13
2.2.2.	Sistema educativo en Marruecos	15
2.2.3.	La lengua extranjera en el sistema educativo marroquí	18
2.2.4.	Gobierno y sistema político	19
2.3.	Referencia de España	20
2.3.1.	Introducción de España	20
2.3.2.	Sistema educativo en España	22
2.3.3.	La lengua extranjera en el sistema educativo español	23
2.3.4.	Gobierno y sistema político	24
3.	Mujer emprendedora	25
	Antecedentes históricos y contextos socioeconómicos	25
4.	Emprendimiento femenino en Marruecos	31
4.1.	Oportunidades y desafíos	34
4.2.	Casos de éxito, emprendedoras destacadas en Marruecos	38
5.	Emprendimiento femenino en España	41
5.1.	Oportunidades y desafíos	44
5.2.	Casos de éxito	47
6.	Comparación entre Marruecos y España	49
7.	Conclusiones y recomendaciones	54
8.	Bibliografía y anexos	57

Índice de Gráficos

Tabla 1: Características generales de Marruecos.....	14
Tabla 2: Estructura del sistema educativo marroquí	16
Tabla 3: Indicadores educativos de Marruecos	17
Tabla 4: Datos demográficos de España	211
Tabla 5: Nivel educativo español.....	22
Tabla 6: Cambio en la reforma y código de familia en Marruecos.....	26
Tabla 7: Evolución de mujeres en cargos públicos en España	28
Tabla 8: Evolución de mujeres en cargos privados en España.....	300
Tabla 9: Emprendimiento femenino en España.....	31
Tabla 10: Sectores destacados de emprendimiento femenino en Marruecos	33
Tabla 11: Desafíos para el emprendimiento femenino en Marruecos	33
Tabla 12: Políticas y programas de apoyo al emprendimiento femenino en Marruecos	34
Tabla 13: Sectores emergentes en Marruecos.....	36
Tabla 14: Población española en proceso emprendedor	42
Tabla 15: Población española que forma parte del emprendimiento.....	42
Tabla 16: Razones y motivaciones para emprender en España.....	43
Tabla 17: Oportunidades de las emprendedoras	44
Tabla 18: Desafíos de las emprendedoras	45
Tabla 19: Comparación sobre niveles educativos entre Marruecos y España	50

Resumen

El emprendimiento femenino en Marruecos y España ha cobrado relevancia como impulsor del desarrollo económico y la equidad de género. Aunque se han logrado avances, persisten desafíos en el acceso a recursos y oportunidades empresariales para las mujeres. Este Trabajo de Fin de Grado (TFG) tiene como objetivo investigar y comparar los factores que facilitan u obstaculizan el desarrollo de negocios liderados por mujeres en ambos países. Mediante una revisión exhaustiva de la literatura y entrevistas a emprendedoras, se busca obtener información relevante para promover el emprendimiento femenino y la igualdad de género en diversos contextos. El estudio pretende ampliar la comprensión de este fenómeno al comparar dos países con diferentes contextos culturales y económicos, identificando los impulsores y barreras clave. La meta es brindar recomendaciones prácticas para promover el emprendimiento femenino y la igualdad de género, contribuyendo al desarrollo sostenible y ofreciendo orientación para futuras políticas y programas efectivos. Este TFG representa un valioso aporte académico para comprender y abordar de manera más efectiva el emprendimiento femenino en Marruecos, España y otras regiones, con el fin de impulsar su crecimiento y alcanzar una mayor igualdad de oportunidades para todas las mujeres emprendedoras.

Palabras clave: Mujer, emprender, educación, competencia empresarial, Marruecos, España.

Abstract

Women's entrepreneurship in Morocco and Spain has gained relevance as a driver of economic development and gender equity. Although progress has been made, challenges persist in access to resources and entrepreneurial opportunities for women. This dissertation aims to investigate and compare the factors that facilitate or hinder the development of women-led businesses in both countries. Through a comprehensive literature review and interviews with women entrepreneurs, we seek to obtain relevant information to promote female entrepreneurship and gender equality in various contexts. The study aims to broaden the understanding of this phenomenon by comparing two countries with different cultural and economic contexts, identifying key drivers and barriers. The goal is to provide practical recommendations for promoting female entrepreneurship and gender equality, contributing to sustainable development and offering guidance for future effective policies and programs. This TFG represents a valuable academic contribution to understand and more effectively address female entrepreneurship in Morocco, Spain and other regions, in order to boost its growth and achieve greater equality of opportunities for all women entrepreneurs.

Keywords:

Women, entrepreneurship, education, entrepreneurial competence, Morocco, Spain.

1. Introducción

El emprendimiento femenino es un tema de gran relevancia e interés en todo el mundo. En particular, en Marruecos y España, se ha convertido en un asunto prioritario que busca fomentar el desarrollo económico y la igualdad de género a través de promover la igualdad de género y el avance social.

Marruecos está haciendo un gran esfuerzo y avanza con determinación en todos los niveles de desarrollo y su economía está creciendo significativamente en las últimas décadas.

Así mismo, la mujer está tomando su lugar activo en todos los ámbitos, sin embargo, aún enfrenta obstáculos significativos para acceder a los mismos recursos y oportunidades que los hombres en el ámbito empresarial. España, por su parte ha logrado importantes avances en términos de igualdad de género y empoderamiento femenino, todavía hay desigualdades que restringen a las mujeres de acceder a los mismos recursos y oportunidades que los hombres en el ámbito empresarial.

Este Trabajo de Fin de Grado (TFG) se centrará en investigar el emprendimiento femenino en Marruecos y España, analizando y comparando los elementos que facilitan u obstaculizan el desarrollo de los negocios liderados por mujeres en ambos países. Para ello, se llevará a cabo una revisión de la literatura sobre emprendimiento femenino y su evolución en ambos países. El objetivo final es proporcionar información útil y relevante para aquellos interesados en fomentar el emprendimiento femenino y la igualdad de género en Marruecos y España, así como en otros países y regiones del mundo.

El empoderamiento económico de las mujeres es un tema crucial en todo el mundo, y comparar dos países con diferentes contextos culturales y económicos puede brindar una perspectiva más amplia y profunda sobre el emprendimiento femenino. Identificar los factores que facilitan u obstaculizan el desarrollo de empresas lideradas por mujeres puede contribuir a la creación de políticas y programas más efectivos para fomentar el emprendimiento femenino. En resumen, este trabajo busca contribuir a una mayor comprensión del emprendimiento femenino en Marruecos y España, así como en otros países y regiones del mundo, para poder impulsar su desarrollo y fomentar la igualdad de género.

1.1. Motivo de elección del tema seleccionado

Con este trabajo de investigación, pretendo realizar un estudio lo más profundo posible y útil con respecto a la mujer y su posición y papel en el ámbito empresarial y comercial.

A su vez, quiero obtener datos estadísticos reales sobre la mujer y el mundo empresarial y ver la evolución de esta ya que su presencia no ha sido visible hasta hace tan sólo unas décadas.

Uno de los objetivos del presente estudio es realizar una comparativa entre las mujeres emprendedoras de Marruecos y España, dos países que presentan diferencias notables. De esta manera, se podrán identificar las fortalezas y debilidades actuales de las mujeres emprendedoras y proponer estrategias para fomentar su éxito en el futuro.

Poder ver y demostrar la evolución de la mujer en el sector empresarial y comercial es otro de los fines que pretendo conseguir para poder defender el poder de emprendimiento que tiene ésta en este sector tan competitivo.

Con todo ello, pretendo concluir con un estudio positivo a la vez que útil para la comprensión de la importancia de la mujer en este sector y poder defender la imagen femenina emprendedora.

1.2. Agradecimientos

Quiero agradecer profundamente a todas las personas que han contribuido a la realización de mi trabajo de fin de grado, en especial a mi tutor y mi familia por su apoyo incondicional.

Este proyecto ha sido una experiencia enriquecedora para mí, ya que me ha permitido profundizar en un tema que me apasiona: la mujer emprendedora en Marruecos y España. A través de mi investigación, descubrí el papel crucial que desempeñan las mujeres en el mundo empresarial y cómo, a pesar de los avances, aún queda mucho por hacer para alcanzar la igualdad de oportunidades.

Anhelo que mi trabajo inspire a otras personas a seguir explorando y promoviendo la participación de las mujeres en el ámbito empresarial, y que juntos podamos trabajar por un futuro en el que todas las personas tengan y tengamos las mismas oportunidades de éxito, independientemente de su género.

Espero que sigamos trabajando juntos para construir un mundo más justo e igualitario.

2. Marco teórico

En el presente marco teórico, estudiaremos cómo les va a las mujeres que emprenden en Marruecos y España. También, veremos qué cosas afectan su éxito, como la situación económica y social de cada país, cuántas mujeres están en el mundo empresarial, los problemas y dificultades que enfrentan y también qué apoyos y políticas existen para ayudarlas. Queremos entender qué oportunidades tienen y qué obstáculos enfrentan en cada lugar.

2.1. Conceptos generales

En el siguiente estudio, examinaremos diversos aspectos relacionados con las mujeres emprendedoras en el mundo empresarial. Comenzaremos definiendo el concepto de mujer emprendedora y cómo se distingue en este ámbito. A continuación, analizaremos la influencia del nivel educativo en su capacidad para liderar y desarrollar negocios exitosos.

Además, exploraremos el impacto de la cultura y la sociedad en el rol de las mujeres emprendedoras, destacando cómo las normas y expectativas sociales pueden afectar su capacidad para emprender y alcanzar el éxito.

Abordaremos también la competencia empresarial de las mujeres emprendedoras, resaltando su habilidad para innovar, gestionar y competir en diversos sectores.

2.1.1. Mujer emprendedora

Si bien La Real Academia Española (RAE) define mujer como “persona adulta de sexo femenino” en el aspecto social, cultural y psicológico, la definición de mujer puede ser más compleja y amplia. La mujer es una persona con roles y tareas que han ido cambiando con el tiempo y que son distintos en cada cultura y sociedad.

Emprendedor es cualquier persona que establece una empresa para satisfacer las necesidades de los clientes a través de productos o servicios, generando ingresos y gestionando recursos como personal, finanzas y materiales. Clara Martínez destaca como una emprendedora en el ámbito tecnológico, cuya empresa de software ha tenido un impacto significativo en la industria. Desde su fundación en 2012, su compañía ha experimentado un crecimiento impresionante y ha sido reconocida a nivel nacional e internacional por sus soluciones tecnológicas innovadoras. Clara encarna la perseverancia y la visión empresarial, siendo un ejemplo inspirador para otros. De acuerdo con su propia expresión: "El emprendimiento va más allá de crear un producto; se trata de resolver problemas y mejorar la calidad de vida de las personas a través de la tecnología" (Martínez, 2021). Su dedicación y pasión por la tecnología han sido fundamentales para su éxito y han servido de inspiración a otros emprendedores que desean seguir sus pasos.

Revisemos que según la RAE define emprender como “que establece y desarrolla una empresa o negocio” y “que tiene decisión e iniciativa para realizar acciones que son difíciles o entrañan algún riesgo”.

Una mujer emprendedora es aquella que no se conforma con lo que ya existe, sino que está en busca de nuevas oportunidades y retos y además tiene la capacidad de ver una oportunidad o un nicho de mercado y ponerlo en acción. En otras palabras, una mujer emprendedora es una visionaria que no tiene miedo de tomar riesgos y trabajar duro para alcanzar sus metas, aunque todavía, en la realidad se enfrentan desafíos únicos debido a factores como la discriminación de género, el acceso limitado a financiación y recursos, y la falta de modelos femeninos a seguir en el mundo emprendedor.

En conclusión, un emprendedor es cualquier persona que desea establecer una empresa para satisfacer las necesidades de los clientes mediante la oferta de un producto o servicio, generando ingresos y gestionando recursos como personas, finanzas y materiales.

2.1.2. La importancia del nivel educativo en el emprendimiento femenino

La educación brinda a las mujeres emprendedoras las herramientas y conocimientos necesarios para crear y administrar exitosamente sus propios negocios. A través de ella, adquieren habilidades específicas en áreas empresariales como finanzas, marketing y gestión, lo que les permite tomar decisiones estratégicas e informadas. Además, la educación va más allá de lo técnico, fomentando habilidades transversales como el pensamiento crítico, la resolución de problemas y el liderazgo, fundamentales para enfrentar los desafíos empresariales con confianza. Asimismo, la educación ayuda a superar barreras socioeconómicas y culturales, desafiando estereotipos de género arraigados y empoderando a las mujeres para romper normas sociales y convertirse en líderes empresariales. También les brinda acceso a redes de apoyo, mentores y recursos financieros, fundamentales para el establecimiento y crecimiento de sus negocios. En definitiva, la educación impulsa el éxito de las mujeres emprendedoras al proporcionarles las habilidades, el conocimiento y las conexiones necesarias para prosperar en el mundo empresarial, promoviendo la igualdad y contribuyendo al desarrollo de sociedades más prósperas.

El término “nivel de educación” describe el conocimientos y habilidades que una persona ha adquirido a lo largo de su vida, principalmente a través de su experiencia en el sistema educativo. Este nivel se evalúa utilizando una variedad de factores, como la cantidad de años de estudio, el tipo de institución educativa asistida o los títulos y certificaciones obtenidos. Según la UNESCO (2000), "el nivel educativo se puede medir en términos de años de escolaridad completados, certificaciones obtenidas y tipo de institución educativa

asistida". En síntesis, el texto explica las diversas formas de evaluar el nivel de educación a través de una variedad de criterios numéricos y no numéricos.

Un nivel alto de educación proporciona una mayor cantidad de oportunidades de trabajo, así como una mayor capacidad para comprender y analizar información de manera crítica. Además, puede mejorar la calidad de vida de una persona y su capacidad para participar activamente en la sociedad. Para Barro y Lee (2013), "el nivel de educación es un factor clave en el desarrollo económico y social de un país, y se ha demostrado que existe una fuerte correlación positiva entre el nivel educativo de la población y el crecimiento económico a largo plazo". En conclusión, los autores destacan la importancia del nivel de educación en el desarrollo económico y social de un país, enfatizando que existe una relación positiva entre el nivel educativo y el crecimiento económico a largo plazo. Esta cita sugiere que la educación es fundamental para el desarrollo y el bienestar social, y puede servir como una motivación para promover políticas educativas y programas de formación.

El nivel de educación puede ser influido por diversos factores, como el acceso a una educación de calidad, la capacidad financiera para invertir en educación y el interés personal en el aprendizaje y el desarrollo continuo de habilidades. En resumen, el nivel de educación es un indicador importante del conocimiento y la preparación de una persona para afrontar desafíos y aprovechar oportunidades en la vida.

2.1.3. El impacto de la cultura y sociedad en el emprendimiento femenino

La relación entre cultura y sociedad es un tema fascinante que ha sido explorado por numerosos académicos y estudiosos en diversas disciplinas, como la antropología, la sociología y la historia. La cultura se refiere a las formas de vida, creencias, valores, conocimientos, arte y costumbres de un grupo o sociedad, mientras que la sociedad se refiere a un grupo de personas que interactúan entre sí compartiendo ciertas características culturales y estructuras sociales que están profundamente interconectadas influyéndose mutuamente. Según Hall (1990), "la cultura es el medio a través del cual los individuos y los grupos se comunican, se definen a sí mismos, sitúan sus experiencias históricas y sociales y, en general, dan significado a sus vidas". Esta cita destaca cómo la cultura es un proceso comunicativo que nos ayuda a definir nuestra identidad y comprender el mundo que nos rodea. Además, Bourdieu (1977) argumenta que "la sociedad solo existe en y a través de sus prácticas culturales, y la cultura solo existe en y a través de la sociedad que la produce y la consume". Esta afirmación resalta la interdependencia entre la cultura y la sociedad, donde la cultura es creada y compartida por la sociedad, y a su vez, la sociedad se construye y se moldea a través de la cultura.

La cultura influye en la forma en que las personas se comportan y se relacionan entre sí en una sociedad determinada, y la sociedad puede influir en el desarrollo y el progreso de

la cultura a través del tiempo. Por ejemplo, la cultura popular de una sociedad puede reflejar los valores y actitudes dominantes de esa sociedad, mientras que las instituciones sociales pueden influir en la forma en que se transmite y preserva la cultura. Una muestra de ello, la cultura nipona es conocida por su etiqueta y respeto por las normas sociales, mientras que la cultura norteamericana se destaca por su individualismo y competitividad.

Además, la cultura y la sociedad son dinámicas, cambiantes, y su relación puede variar según el contexto histórico, geográfico y socioeconómico en el que se encuentran. Por ejemplo, la cultura de una sociedad puede ser influenciada por la globalización y la tecnología, lo que puede llevar a la adopción de nuevos valores y costumbres.

Para entender mejor la relación entre cultura y sociedad, es importante considerar las perspectivas de diferentes disciplinas.

Estos campos de estudio ofrecen enfoques teóricos y metodológicos para analizar cómo la cultura y la sociedad interactúan y se influyen mutuamente. Según los siguientes expertos Geertz (1973), la cultura es "un sistema de símbolos que permite a los individuos interpretar la realidad y comunicarse entre sí", mientras que para Bourdieu (1977), la cultura es "un conjunto de prácticas y estructuras que reflejan las relaciones de poder y dominación en la sociedad".

En conclusión, la relación entre cultura y sociedad es un tema complejo e interesante que ha sido objeto de investigación y análisis en diversas disciplinas. Al comprender cómo estas dos fuerzas interactúan, podemos obtener una mejor comprensión de cómo las sociedades cambian y evolucionan con el tiempo.

2.1.4. Competencia empresarial

La competencia empresarial ha sido una constante a lo largo de la historia y ha llevado a muchas empresas y empresarios a alcanzar grandes logros en términos de innovación, crecimiento y éxito financiero. En este informe, se analizará la evolución de la competencia empresarial a lo largo del tiempo, con un enfoque especial en los ejemplos de mujeres que han sido pioneras y líderes en este ámbito.

Desde los inicios de la historia económica, la competencia empresarial ha sido una fuerza impulsora en el desarrollo de las empresas y de la economía en general. La competencia se puede definir como la lucha por la preferencia del consumidor en un mercado específico. En la antigua Grecia y Roma, los mercados estaban llenos de comerciantes que competían entre sí para atraer a los consumidores. Uno de los primeros ejemplos de una mujer empresaria es Agnodice, quien en el siglo IV a.C. se disfrazaba de hombre para estudiar medicina y fundó una clínica que se convirtió en una de las más exitosas de Atenas.

En la Edad Media, las mujeres no tenían muchas oportunidades de ser empresarias debido a las restricciones sociales y legales de la época. Sin embargo, algunas mujeres lograron

tener éxito en los negocios, como Caterina Sforza, quien heredó el control de los territorios y empresas de su marido fallecido y logró mantener el poder en una época en la que era raro que una mujer gobernara.

En el siglo XIX, la revolución industrial trajo consigo un cambio significativo en la competencia empresarial. Las mujeres comenzaron a desempeñar un papel más importante en la economía, aunque todavía enfrentaban muchos obstáculos. Madam C.J. Walker, una mujer afroamericana, fue una de las primeras mujeres empresarias exitosas en los Estados Unidos. En 1905, fundó una compañía de productos para el cabello que se convirtió en una de las más grandes de su época.

Para comprender mejor la competencia empresarial a lo largo de la historia y su relación con las mujeres empresarias, es importante revisar diferentes estudios y obras de expertos en el tema. Algunos autores destacados en este campo son Michael E. Porter, Joseph Schumpeter y Clayton Christensen. Según Porter (1985), la competencia empresarial es "la presión que enfrentan las empresas para atraer a los clientes mediante la oferta de mejores productos, precios y servicios", mientras que Schumpeter (1942) hablaba de la "destrucción creativa" que se produce cuando nuevas empresas innovadoras entran en un mercado y desplazan a las empresas establecidas. En cuanto a Christensen (1997), habla de la "innovación disruptiva" como un tipo de competencia que se produce cuando una empresa ofrece un producto o servicio que desplaza a las empresas existentes al ofrecer una solución más innovadora y rentable.

El inicio del movimiento feminista a finales del siglo XX tuvo un impacto muy importante en la participación de las mujeres en el mundo empresarial y en las reivindicaciones por la igualdad de oportunidades en el empleo y otros derechos. En consecuencia, los negocios aumentaron el número de emprendedoras. Por la década de los años sesenta se crea una Ley de Derechos Civiles de los Estados Unidos que eliminó la discriminación de género en los entornos laborales y creó nuevas oportunidades para las mujeres en el mundo empresarial. El reconocimiento creciente de la igualdad de género en la década de 1970 contribuyó al aumento de mujeres que fundaron y dirigieron sus propias empresas.

En conclusión, la competencia empresarial ha sido una constante en la historia del comercio y la economía, impulsando la innovación y el desarrollo económico demostrando que también son capaces de competir y tener éxito en el mundo empresarial convirtiéndose en líderes y referentes para la sociedad.

2.1.5. Obstáculos legales y políticos

En el mundo, las mujeres empresarias enfrentan importantes barreras legales y políticas que restringen su capacidad para iniciar y hacer crecer sus negocios. Las barreras pueden diferir según el país y la región en que se encuentren, pero en general consisten en leyes discriminatorias, políticas gubernamentales inadecuadas y falta de acceso a recursos y redes de contactos profesionales. El informe analizará algunos de estos obstáculos y ofrecerá sugerencias para superarlos.

Los obstáculos legales que las emprendedoras encuentran con frecuencia incluyen leyes y reglamentos que restringen su capacidad para establecer o administrar un negocio. En algunos países, las mujeres deben obtener la aprobación de sus esposos o padres antes de iniciar un negocio o tomar decisiones financieras importantes. También experimentan discriminación en el acceso al crédito financiero esencial para el éxito empresarial.

Según el informe del Banco Mundial de 2021, "Women, Business and the Law", todavía existen más de 100 países que tienen al menos una ley que impide la igualdad de género en el ámbito empresarial. Estas leyes pueden limitar la capacidad de las mujeres para poseer propiedades, acceder a crédito o tomar decisiones financieras importantes.

Además, existe discriminación contra la mujer en prácticas laborales como la contratación, la promoción y la remuneración. Se debe, en parte, a la persistencia de la desigualdad de género en las normas culturales y sociales, así como a la falta de políticas gubernamentales efectivas para abordar. Otro estudio interesante es "Women and Entrepreneurship: An International Comparison", de Bergmann y Sternberg. Los autores analizan las diferencias en la tasa de emprendimiento entre hombres y mujeres en varios países y examinan las barreras culturales, económicas y políticas que enfrentan las mujeres en el camino hacia el éxito empresarial.

Muchas de estas emprendedoras se enfrentan a obstáculos políticos, como la falta de apoyo y burocracias gubernamentales para el desarrollo empresarial. En algunos casos, ellas tienen menos acceso al crédito financiero y redes de contactos profesionales que los hombres, lo que puede dificultar la obtención de los recursos necesarios para iniciar y hacer crecer un negocio.

Además, es importante que los gobiernos y otras instituciones velen y trabajen para eliminar leyes, regulaciones discriminatorias y promover el acceso igualitario a recursos financieros y de otro tipo. Esto puede incluir medidas para fomentar el acceso a crédito y otros recursos financieros para las mujeres emprendedoras, así como la creación de redes y programas de mentoría para fomentar el desarrollo empresarial.

Es importante destacar que estos desafíos no son exclusivos de las mujeres emprendedoras en un país o región particular, sino que son un problema global que necesita ser abordado para lograr una igualdad de oportunidades en el mundo empresarial.

2.2. Referencia de Marruecos

En esta sección se abordará el contexto general de Marruecos. Por lo tanto, para entender mejor la situación actual de las mujeres emprendedoras en Marruecos, es importante conocer algunos aspectos clave de su contexto sociopolítico y educativo. En este sentido, se hablará en los siguientes puntos sobre la introducción general de Marruecos, su sistema educativo, la lengua extranjera en el sistema educativo y su gobierno y sistema político. Cada uno de estos aspectos proporcionará información relevante para entender las oportunidades y desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras en este país.

2.2.1. Introducción de Marruecos

Marruecos se encuentra en la parte norte de África y tiene fronteras con el Mar Mediterráneo al norte, Argelia al este, Sahara Occidental al sur y el Océano Atlántico al oeste. La capital del país es Rabat, el árabe; y amazigh son los idiomas oficiales, aunque la mayor parte de las personas habla el árabe marroquí (usado coloquialmente). Otros idiomas que también se hablan es el francés y español debido a su pasado colonial.

El país norte africano, es una nación rica en cultura e historia. Fue un centro de comercio importante en la antigüedad, y ha sido gobernado por distintas dinastías a lo largo de su historia. Actualmente es una monarquía constitucional con un sistema político multipartidista.

En cuanto a su economía, Marruecos es considerado un país en vías de desarrollo. Sin embargo, ha tenido un crecimiento económico sostenido en las últimas décadas gracias a su turismo, su industria textil, su producción de fosfatos y su ubicación estratégica para el comercio con Europa. También cuenta con una importante industria agrícola, siendo uno de los mayores exportadores de cítricos y aceitunas del mundo.

En cuanto a su cultura, Marruecos es conocido por su exquisita gastronomía, su música tradicional, su arquitectura única y sus artesanías.

Marruecos es también un país con una rica historia religiosa y espiritual. El islam es la religión mayoritaria, pero también conviven cristianos y judíos en armonía. También, es conocido por su misticismo sufí, que se muestra en ceremonias y rituales que busca la purificación del espíritu y unión con Dios a través de la oración y meditación.

En resumen, Marruecos es un país con una rica historia, cultura y economía. Su mezcla de influencias árabes, bereberes y europeas lo hacen un destino turístico popular, así como un lugar de interés para los negocios y el comercio internacional.

En el siguiente cuadro se presentará información detallada sobre los datos del país en mención, la información se muestra de manera organizada permitiendo obtener fácilmente los datos más relevantes.

Tabla 1: Características generales de Marruecos

Características generales	Definición
Nombre Oficial	Es el nombre oficial del país en árabe, Al Mamlaka al Magribiyya que se traduce al español como Reino de Marruecos.
Superficie	Es la extensión territorial total del país, medida en 446.550 km ² .
Población	Es la cantidad de habitantes que residen en el país +37.millones estimación 1 diciembre 2021.
Esperanza de vida	Se estima en 74 años.
Capital	Rabat, es la ciudad donde se encuentra la sede del gobierno y la residencia del rey.
Otras Ciudades	Son las ciudades más pobladas y relevantes como: Casablanca, Fez, Marrakech, Salé, Tánger, Mequínez, Agadir, Tetuán.
Bandera	De color rojo con un pentagrama (una estrella de cinco puntas) en verde
Idioma	Árabe y Amazigh (oficiales), francés y español.
Religión	Es la distribución porcentual de las diferentes creencias religiosas en el país y se distribuye en: 99,4% musulmanes, 0,4% cristianos, 0,1% judíos y 0,1% otras religiones.
Moneda	Dírham marroquí (1 € = 10,51 DH) datos: enero 2022
PBI	Al cierre del año 2021, se reporta en 142,87 mil millones dólares (fuente: Banco mundial).
PBI per cápita	El ingreso anual per cápita se estima 3795,4 miles de dólares (fuente: Banco mundial).
Forma de Estado	Es la organización política y social del país en forma de monarquía, parlamentaria y constitucional democrática.

Fuente: Banco Mundial.

2.2.2. Sistema educativo en Marruecos

A través de la historia, la educación en Marruecos ha experimentado cambios significativos. En el pasado, el enfoque pedagógico se centraba en la religión y la transmisión oral de conocimientos por parte de los ancianos a las generaciones más jóvenes. Tras la aparición del islam, la instrucción se convirtió en un deber y una carga religiosa. Actualmente, la educación ha ganado una creciente importancia en el avance económico y social del territorio.

En la actualidad, el método de enseñanza marroquí es administrado por el Ministerio de Educación Nacional, Formación Profesional, Enseñanza Superior e Investigación Científica. El sistema se divide en cuatro niveles: educación preescolar, educación primaria, educación secundaria y educación superior siendo público y privado.

En los últimos años, el sistema educativo de Marruecos ha sufrido diversas transformaciones, particularmente en la ampliación de la educación secundaria y el establecimiento de instituciones universitarias públicas y privadas. El sistema aún se enfrenta a obstáculos, como la inaccesibilidad a la educación en zonas rurales y la calidad educativa en términos generales.

A continuación, se presenta un esquema del sistema educativo en Marruecos, en el cual se detallan las diferentes etapas y cursos que los estudiantes deben cursar para completar su formación académica.

Tabla 2: Estructura del sistema educativo marroquí

Estructura del sistema educativo							
Edad	Ciclo	Obligatoria	Enseñanza	Centro	Curso	Autoridad educativa	
4	Ciclo base	No	Preescolar	Escuela preescolar	Primero	Ministerio de la Educación Nacional, de la Formación Profesional, de la Enseñanza Superior y de la Investigación Científica	
5					Segundo		
6		Sí		Primaria	Escuela primaria		Primero
7							Segundo
8	Sí	Primaria	Escuela primaria				Tercero
9							Cuarto
10				Quinto			
11				Sexto			
Título	Certificado de Estudios Primarios (CEP)						
12	Ciclo Colegial	Sí	Secundaria	Escuela	Primero		
13					Segundo		
14					Tercero		
Título	Certificado de Enseñanza Colegial (<i>Brevet d'Enseignement Collégial –BEC-</i>)						
15	Ciclo Cualificador	No	Secundaria de Cualificación	Liceo y Formación Profesional	Tronco común		
16					Primero		
17					Segundo		
Título	Diploma de Bachillerato de Enseñanza General (BEG) o Diploma de Bachillerato de Enseñanza Tecnológica y Profesional (BETP)						
15	Ciclo Cualificador	No		Formación Profesional	Primero		
16					Segundo		
Título	Diploma de Cualificación Profesional (<i>DQP</i>)						

Fuente: <https://www.educacionyfp.gob.es/marruecos>

Tabla 3: Indicadores educativos de Marruecos

Indicadores educativos		
Tasa de escolarización (2018)	Preescolar	Femenino: 43,74 % Masculino: 50,86 % Total: 47,40 %
	Primaria	Femenino: Masculino: Total: 99,01 %
	Secundaria	Femenino: 64,50 % Masculino: 64,49 % Total: 64,49 %
	Enseñanza Superior	Femenino: 35,70 % Masculino: 36,16 % Total: 35,94 %
Tasa de alfabetización (2018)	15 a 24 años	Femenino: 97,40 % Masculino 98,04 % Total: 97,73 %
	15 años y más	Femenino: 64,59 % Masculino: 83,30 % Total: 73,75 %
	65 años y más	Masculino: 19,02 % Femenino: 51,42 % Total: 34,11 %
Gasto en educación (M. de DH) (2016)	47.141, - DH	
Ratio de alumnos por profesor (2018)	Primaria	26,80
	Secundaria	19,42
Lenguas oficiales usadas en la enseñanza	Árabe y bereber	

Fuente: <https://www.educacionyfp.gob.es/marruecos>

El cuadro presenta información sobre diversos indicadores educativos que nos ayudan a entender la situación de la educación en el país. Veamos algunos aspectos destacados:

- Tasa de escolarización: La mayoría de niños y niñas asisten a la escuela en los niveles de preescolar, primaria y secundaria, con una ligera diferencia en la participación de niños en preescolar.
- Tasa de alfabetización: Los jóvenes entre 15 y 24 años tienen habilidades de lectura y escritura, tanto hombres como mujeres. Sin embargo, existen diferencias en la alfabetización en grupos de edad mayores, con brechas de género en algunos casos.

- Gasto en educación: El país analizado destina 47.141 millones de dirhams al gasto en educación, reflejando su compromiso financiero con este sector.
- Ratio de alumnos por profesor: En primaria y secundaria, se observa cuántos estudiantes, en promedio, hay por cada profesor. Una menor ratio permite una atención más individualizada y favorece el aprendizaje.
- Lenguas oficiales en la enseñanza: El árabe y el bereber son los idiomas utilizados en el sistema educativo para impartir clases y transmitir conocimientos.

En resumen, el cuadro nos ofrece información sobre la participación de niños y niñas en la educación, la habilidad de leer y escribir en distintos grupos de edad, el gasto en educación, el número de estudiantes por profesor y los idiomas utilizados en el sistema educativo. Estos datos son importantes para comprender el estado de la educación en el país y pueden servir de base para la toma de decisiones y mejoras en el ámbito educativo.

2.2.3. La lengua extranjera en el sistema educativo marroquí

En Marruecos, se enseñan varios idiomas desde preescolar hasta la universidad. Primero, el árabe es la lengua principal de enseñanza y están tratando de mejorar la forma en que se enseña. En preescolar, se aprende árabe oral y algunos dialectos regionales, junto con una primera lengua extranjera. En primaria, se aprende a leer y escribir árabe y una primera lengua extranjera, enfocándose en la pronunciación. En secundaria y bachillerato, todos estudian árabe y francés como primera lengua extranjera, y luego pueden elegir una segunda lengua extranjera. En la formación profesional, se aprenden más lenguas extranjeras según la especialidad elegida. En la universidad, se imparten clases de lenguas extranjeras y se puede elegir aprender una tercera lengua extranjera como opcional. En resumen, el sistema educativo en Marruecos se enfoca en enseñar árabe y francés, pero también ofrece la oportunidad de aprender otros idiomas extranjeros como inglés, español, alemán, italiano y portugués.

El informe "El español: una lengua viva" del Instituto Cervantes de 2019, indica que en Marruecos hay alrededor de 6.586 hablantes nativos de español y 1.664.823 con competencia limitada en este idioma. El español es una lengua importante en las relaciones económicas, culturales y educativas entre Marruecos y España, especialmente debido a la gran cantidad de marroquíes que residen en España. La introducción del español como lengua opcional en la educación secundaria marroquí, en la segunda mitad del siglo XX, ha llevado a la puesta en marcha de programas para incrementar su enseñanza y prestigiar su estudio, facilitando así el acceso de los estudiantes a estudios superiores en España.

Fuente: <https://www.educacionyfp.gob.es/marruecos>

2.2.4. Gobierno y sistema político

Marruecos es una monarquía constitucional que tiene un sistema político multipartidista. El rey es el jefe de Estado y tiene el poder ejecutivo, mientras que el poder legislativo está en manos del Parlamento, que está formado por la Cámara de Representantes y la Cámara de Consejeros. Los miembros de la Cámara de Representantes son elegidos por sufragio universal directo, mientras que los miembros de la Cámara de Consejeros son elegidos indirectamente por los consejos locales, regionales y profesionales. El primer ministro es el jefe de gobierno y es nombrado por el rey.

Según Ghali, S. (2016), Marruecos ha hecho algunos avances significativos en términos de reformas políticas, todavía enfrenta desafíos importantes en materia de derechos humanos y libertades civiles. Por ejemplo, la libertad de expresión en Marruecos sigue siendo limitada, y los periodistas, blogueros y activistas enfrentan acoso, intimidación y detención en algunos casos. Según el informe de Human Rights Watch (2022), en cuanto a la libertad de expresión, aunque está garantizada en la constitución, en la práctica hay restricciones significativas. El gobierno ha restringido la libertad de prensa y los periodistas y blogueros que critican al gobierno pueden ser arrestados y encarcelados. Las redes sociales y las plataformas en línea también han sido objeto de censura.

La discriminación de género en Marruecos también se extiende al ámbito empresarial y emprendedor. Según el Informe de Género Global 2021 del Foro Económico Mundial, Marruecos ocupa el puesto 144 de 156 países en cuanto a la brecha de género en el emprendimiento, con una brecha del 49,7%. Esto se debe en parte a la falta de acceso a financiación y recursos empresariales para las mujeres emprendedoras en comparación con los hombres.

Según un informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2020), las mujeres representan aproximadamente el 45% de la población activa en Marruecos, pero sólo el 12,6% de las empresas registradas en el país son propiedad de mujeres. Esto se debe en parte a que las mujeres a menudo tienen menos acceso a financiación y a redes de contactos empresariales que los hombres. Además, las mujeres que desean emprender a menudo enfrentan estereotipos de género y barreras culturales que dificultan su acceso al mercado laboral y al sector empresarial.

Además, las mujeres empresarias en Marruecos a menudo enfrentan obstáculos culturales y de género que limitan su capacidad para hacer negocios. Por ejemplo, la tradición de la sociedad marroquí dicta que las mujeres deben ser cuidadoras del hogar y la familia, lo que puede dificultar su participación en el mundo empresarial. Además, la falta de apoyo y recursos gubernamentales específicos para las mujeres emprendedoras limita su capacidad para tener éxito en el mercado (Cristóbal, 2019).

A pesar de estos desafíos, hay iniciativas gubernamentales y no gubernamentales que buscan apoyar y fomentar el emprendimiento femenino en Marruecos. Por ejemplo, el Programa Integrado de Desarrollo de Pequeñas Empresas (PIDME) del gobierno ofrece apoyo financiero y técnico a pequeñas empresas, incluyendo aquellas lideradas por mujeres. También hay organizaciones no gubernamentales que trabajan para empoderar a las mujeres empresarias, como la Red de Mujeres Emprendedoras de Marruecos (AFEM), que ofrece capacitación, mentoría y networking para mujeres empresarias (Cristóbal, 2019).

Es necesario seguir trabajando en la eliminación de barreras culturales y estereotipos de género para promover una mayor inclusión y equidad de género en el ámbito empresarial.

2.3. Referencia de España

En esta sección, nos sumergiremos en el contexto general de España, ofreciendo un panorama completo que nos ayudará a comprender mejor la situación actual de las emprendedoras en el país. Para lograrlo, es fundamental considerar diversos aspectos clave de su entorno sociopolítico y educativo, los cuales arrojarán luz sobre los desafíos y oportunidades que enfrentan las mujeres emprendedoras.

2.3.1. Introducción de España

El Reino España es un estado situado en el suroeste de Europa. Con una superficie de 505.990 km², es el cuarto país más grande de Europa y el segundo en la Unión Europea. Su población es de aproximadamente 47 millones de habitantes, con una densidad de población de 93 habitantes por km².

España es un estado unitario descentralizado con un sistema político parlamentario y una monarquía constitucional. El jefe de Estado es el rey, quien tiene un papel principalmente simbólico y representativo, mientras que el poder ejecutivo recae en el presidente del gobierno. El gobierno es responsable ante el Congreso de los Diputados, que es la cámara baja del parlamento español y está compuesto por 350 miembros elegidos por sufragio universal directo. La cámara alta del parlamento es el Senado, que está compuesto por 266 miembros elegidos directamente y por representantes de las comunidades autónomas. El poder judicial es independiente y está formado por tribunales y juzgados en distintos niveles. A nivel territorial, España está dividida en 17 comunidades autónomas y 2 ciudades autónomas. Cada una de ellas tiene un estatuto de autonomía que le otorga cierta autonomía legislativa, administrativa y financiera dentro del marco constitucional y legal español.

La capital es Madrid. El idioma oficial de España es el español, pero también se hablan otras lenguas cooficiales como el catalán, gallego, vasco y valenciano, dependiendo de la región.

España es conocida por su rica historia, cultura y patrimonio, que se puede ver en sus numerosos sitios turísticos, como la Sagrada Familia en Barcelona, la Alhambra en Granada, la catedral de Santiago de Compostela y la Gran Vía en Madrid.

En cuanto a su economía, España es la decimocuarta economía más grande del mundo y la cuarta de la Unión Europea. La economía española se basa en gran medida en el sector servicios, especialmente en turismo, comercio y transporte. España también es conocida por su producción de vino, aceite de oliva, jamón serrano y otros productos alimentarios de alta calidad.

Tabla 4: Datos demográficos de España

Datos de España	Cifras
Nombre oficial	Reino de España
Superficie	505.990 km ²
Población	+47 millones (estimación al 2021)
Esperanza de vida	Se estima 82 años desde el nacimiento
Capital	Madrid
Ciudades importantes	Barcelona, Valencia, Sevilla, Bilbao
Bandera	De dos colores con rayas horizontales, rojo y amarillo. Conocida como rojigualda.
Idioma	El idioma oficial es el español o también conocido como el castellano. También, se hablan otras lenguas como el catalán, gallego y vasco
Religión	Casi toda su población es católica. Las minorías religiosas son islam, judaísmo, entre otras.
Moneda	Euro
PBI	Al cierre del año 2021, se reporta en 1,43 billones dólares (fuente: Banco mundial).
PBI per cápita	El ingreso anual per cápita se estima 30.103,5 miles de dólares (fuente: Banco mundial).
Forma de Estado	España es una monarquía constitucional y sistema político parlamentario.

Fuente: Banco Mundial.

2.3.2. Sistema educativo en España

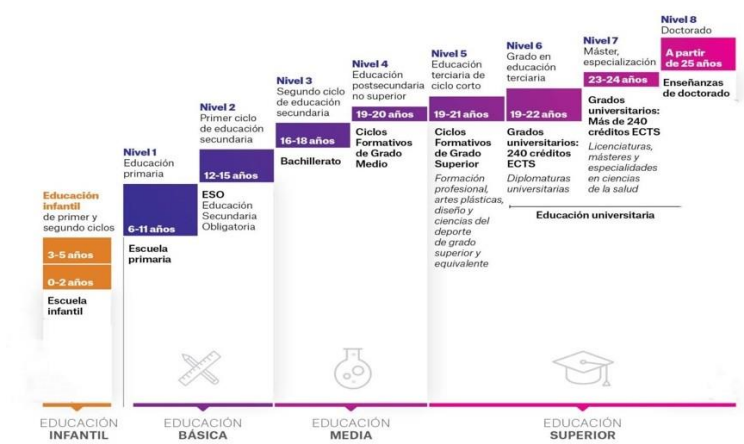
El sistema educativo en España se caracteriza por su enfoque en la inclusión y la atención a la diversidad, con el objetivo de garantizar igualdad de oportunidades para todos los estudiantes, incluyendo aquellos con necesidades educativas especiales. De acuerdo con el informe del Ministerio de Educación y Formación Profesional (2020), se implementan medidas para promover la integración de estudiantes con discapacidad, ofreciendo recursos de apoyo y adaptando el currículo para satisfacer sus necesidades individuales.

Además, se destaca la importancia otorgada a los idiomas en la educación española. Además del español, en algunas comunidades autónomas se enseñan lenguas cooficiales como el catalán, el gallego y el euskera. Asimismo, se fomenta el aprendizaje de idiomas extranjeros como el inglés, el francés o el alemán, con el propósito de formar ciudadanos globalmente competentes.

El sistema educativo en España se organiza en diversas etapas que se ajustan al desarrollo emocional de cada niño. Es esencial comprender cada una de estas etapas y su estructura. A continuación, se presentan los diferentes niveles educativos en el sistema educativo español:

1. Educación Infantil
2. Educación Primaria
3. Educación Secundaria Obligatoria (ESO)
4. Bachillerato
5. Formación Profesional (FP)
6. Enseñanzas Universitarias

Tabla 5: Nivel educativo español



Cada uno de estos niveles tiene sus propias características y objetivos educativos, adaptándose a las necesidades de los estudiantes en cada etapa de su desarrollo académico.

2.3.3. La lengua extranjera en el sistema educativo español

La lengua extranjera es importante en el sistema educativo español, porque es clave para conectar con el mundo globalizado y tener oportunidades en el futuro. En la primaria, los niños empiezan a estudiar inglés como lengua extranjera desde los 6-8 años, y en la secundaria tienen que seguir con el inglés y pueden elegir otro idioma extranjero como francés, alemán o italiano. Los estudiantes tienen horas semanales para aprender el idioma extranjero, dependiendo de la comunidad autónoma donde estudien.

Aunque la lengua extranjera es una materia obligatoria, hay problemas para impartirla de manera efectiva. Uno de los desafíos es la falta de recursos humanos y materiales, lo que dificulta el aprendizaje de calidad. También hay un problema con la falta de formación del profesorado en la enseñanza de una lengua extranjera, lo que puede afectar negativamente el aprendizaje de los estudiantes. Además, no todos los estudiantes tienen acceso a la tecnología necesaria para el aprendizaje de la lengua extranjera, lo que crea una brecha digital. Es importante dar oportunidades reales para la práctica y la exposición al idioma extranjero para mejorar el aprendizaje.

En la educación superior, el idioma extranjero sigue siendo muy importante, especialmente si los estudiantes quieren trabajar en el extranjero o continuar sus estudios en otro país. Muchas universidades españolas ofrecen programas para aprender inglés, francés, alemán y otros idiomas extranjeros, así como programas de intercambio para mejorar la competencia lingüística y cultural en el extranjero.

Uno de los desafíos es la falta de recursos y la sobrecarga del profesorado, lo que dificulta el aprendizaje de calidad. Además, la falta de práctica y exposición real al idioma extranjero, especialmente en el entorno universitario, puede afectar negativamente el aprendizaje.

2.3.4. Gobierno y sistema político

En España, uno de los objetivos del gobierno es apoyar el emprendimiento y fomentar la igualdad de oportunidades en el ámbito empresarial y laboral. A pesar de que las mujeres representan el 46,7% de la población activa en España, sólo el 34,6% de los trabajadores autónomos son mujeres, lo que indica una brecha significativa de género en el emprendimiento, la cual se extiende a la brecha salarial y el acceso limitado a los puestos de liderazgo empresarial.

Según el Informe de Índice Global de la Brecha de Género de 2022, España tiene una brecha del 78,8%, ocupando la posición 17 de 155 países.

El gobierno ha instaurado políticas y medidas específicas para apoyar a las mujeres emprendedoras y reducir las desigualdades de género en el ámbito empresarial, incluyendo programas de financiación y ayudas a empresas lideradas por mujeres, programas de capacitación y formación empresarial específicos para mujeres, así como iniciativas para fomentar la igualdad salarial y el acceso a puestos de liderazgo empresarial. El Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, adscrito al Ministerio de Igualdad, ofrece diferentes programas de apoyo y asesoramiento a mujeres emprendedoras y empresarias, ofreciendo asistencia financiera y subvenciones para establecer y fortalecer empresas que son dirigidas por mujeres. En cuanto a la normativa legal, existen leyes y regulaciones específicas para proteger los derechos de las mujeres en el ámbito laboral y empresarial, como la Ley 4/2023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de mujeres y hombres.

La ministra de Política Territorial y portavoz del Gobierno, Isabel Rodríguez, ha afirmado que la denominada ley de paridad implica que la representación de la sociedad ha de estar en todos los lugares y, en especial, en aquellos donde se toman decisiones económicas y políticas.

La vicepresidenta ha argumentado que la igualdad de género es uno de los vectores que guían la acción del Gobierno desde 2018 por razones de justicia social y racionalidad económica, porque "tenemos que aprovechar el 100% del talento femenino para mejorar la productividad de las empresas y lograr un crecimiento más fuerte y sostenible en el tiempo".

En resumen, el gobierno y sistema político en España han implementado diferentes políticas y medidas específicas para apoyar a las mujeres emprendedoras y fomentar la igualdad de género en el ámbito empresarial. Es importante seguir trabajando en la eliminación de barreras y desigualdades para lograr una verdadera igualdad de oportunidades para todas las personas, independientemente de su género.

3. Mujer emprendedora

Antecedentes históricos y contextos socioeconómicos

La presencia de mujeres en el mundo empresarial ha sido un tema de gran interés en Marruecos y España. A lo largo de la historia, las mujeres han enfrentado desafíos y obstáculos únicos en ambos países, desde las restricciones culturales hasta la falta de recursos financieros y educativos, para alcanzar el éxito empresarial. Sin embargo, en los últimos años, ha habido un cambio significativo en la sociedad, y las mujeres han ganado un lugar importante en la economía.

El emprendimiento femenino en Marruecos ha experimentado un notable avance y desempeña un papel destacado en el mundo árabe-islámico. Las mujeres marroquíes han logrado una emancipación y participación ciudadana ejemplares, ocupando posiciones de liderazgo en diferentes ámbitos, como la política, la educación, el cine, la literatura, los negocios y la academia.

Características principales del emprendimiento femenino en Marruecos:

- Avance histórico y lucha constante.
- Cambio generacional y compromiso ideológico.
- Reforma legal y social.
- Resultados positivos.
- Cambio político y cultural.

Tabla 4: Cambio en la reforma y código de familia en Marruecos

Cambio	Descripción
Compartición de responsabilidades	Se estableció la responsabilidad conjunta de ambos cónyuges en la toma de decisiones y la gestión de la familia, reemplazando la norma de obediencia de la esposa al esposo.
Eliminación de la tutela obligatoria	Ya no se requiere que las mujeres tengan un tutor para contraer matrimonio, lo cual era obligatorio según el código anterior.
Edad mínima para el matrimonio	Se estableció la edad mínima de 18 años tanto para hombres como para mujeres, en lugar de los 15 años previos.
Restricciones a la poligamia	Se establecieron condiciones más estrictas para la poligamia, lo que hace que sea prácticamente improbable. Las mujeres pueden establecer como condición no casarse con otras mujeres.
Control judicial del repudio	El repudio por parte del esposo ahora requiere autorización previa del juez, limitando su arbitrariedad.
Derecho de las mujeres al divorcio	Las mujeres tienen el derecho de solicitar el divorcio, eliminando la exclusividad previa del esposo para iniciar el proceso de divorcio.
Custodia de los hijos	En casos de divorcio, la custodia de los hijos se otorga primero a la madre, luego al padre y, en última instancia, a la abuela materna.
Reconocimiento de hijos nacidos fuera del matrimonio	Se garantiza el derecho de los hijos a ser reconocidos legalmente y a recibir apoyo paterno, incluso si los padres no formalizan su matrimonio por escrito.
Contratos de bienes matrimoniales	Se permite a las parejas establecer contratos antes del matrimonio para regular la gestión de los bienes adquiridos durante la relación.
Herencia de los hijos	Se reconoce el derecho de los hijos a heredar tanto de su abuelo paterno como de su abuela materna, ampliando así su protección legal.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Benlabbah, F. (2008). **Islam y derechos de la mujer en Marruecos**

En Marruecos, las mujeres han tenido que enfrentar desafíos culturales que les han impedido emprender negocios en el pasado. Según el estudio "Mujeres empresarias en Marruecos" realizado por el Banco Mundial en 2018, solo el 15% de las empresas marroquíes son propiedad de mujeres. Sin embargo, en las últimas décadas, se ha producido un cambio importante en la sociedad marroquí, y las mujeres han ganado un lugar importante en la economía. La presencia de las mujeres en la educación superior también ha aumentado, lo que ha permitido a las mujeres emprendedoras adquirir habilidades y conocimientos necesarios para dirigir sus negocios. Además, el gobierno ha

implementado políticas que buscan promover la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres, como el Programa Nacional de Empoderamiento Económico de la Mujer.

En España, durante las últimas décadas, la participación de las mujeres en la economía ha experimentado un notable aumento. Desde los años 60, el número de mujeres en el mercado laboral ha ido en constante crecimiento, siendo actualmente propietarias del 42% de las empresas españolas. Un informe elaborado por la Fundación Rafael del Pino sobre el emprendimiento femenino en España señala que las mujeres emprendedoras tienen un perfil más joven y formado que los hombres emprendedores. La educación superior ha resultado ser un factor determinante en el aumento de la presencia femenina en el mundo empresarial en España. Para respaldar y fomentar el emprendimiento femenino, el gobierno ha puesto en marcha diversas iniciativas, como programas de financiamiento y asesoramiento empresarial.

La educación y formación son cruciales para que las mujeres puedan desarrollar habilidades empresariales en España y Marruecos. En este último, aunque la educación de las mujeres ha mejorado significativamente en las últimas décadas, todavía existen desafíos como el acceso limitado a la educación superior y la falta de recursos económicos. Por otro lado, en España, la educación de las mujeres ha sido una prioridad para el gobierno y las mujeres han logrado un alto nivel de educación y formación en comparación con otros países de la región.

Sin embargo, a pesar de los avances significativos en ambos países, las mujeres todavía enfrentan importantes barreras en el mundo empresarial. En Marruecos, la falta de acceso a financiación y recursos sigue siendo un obstáculo para muchas mujeres emprendedoras, y la discriminación de género es un problema grave. En España, la brecha salarial y la discriminación de género son barreras importantes para las mujeres emprendedoras, y muchas aún enfrentan obstáculos en el acceso a financiamiento y recursos.

El papel del empresariado en el crecimiento económico de cada país es explorado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el cual se enfoca en las actitudes, aspiraciones y actividades de las personas relacionadas con la carrera de empresario. Desde 2015, Marruecos ha participado en el GEM a través del Laboratorio de Investigación en Empresariado y Gestión Organizacional. Los resultados de la encuesta GEM muestran que, aunque el potencial de creación de empresas por parte de las mujeres es significativo en Marruecos, su utilización y fomento son limitados.

Las mujeres en Marruecos tienen menos puntos de anclaje en su entorno que los hombres, ya que el entorno y el sector de actividad anterior tienen poca influencia en su decisión de emprender un negocio. Además, las mujeres suelen tener un menor grado de preparación de su proyecto y montan negocios en el sector terciario, invirtiendo relativamente menos dinero que sus homólogos masculinos. Aunque las mujeres han registrado un aumento significativo en la actividad empresarial en los últimos años, esta sigue estando dominada por los hombres.

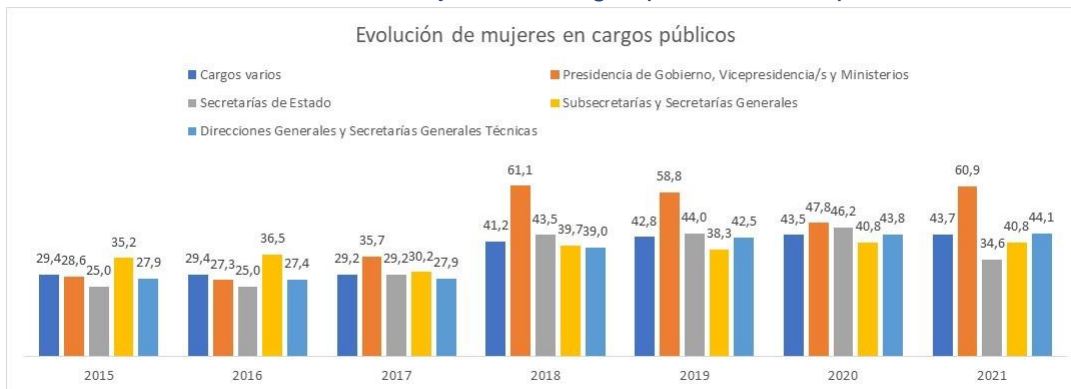
A nivel mundial, la tasa media de actividad empresarial femenina es de 11,09%, mientras que la tasa de actividad empresarial masculina es aproximadamente de 15,41%. En Marruecos, la tasa de actividad empresarial de las mujeres se estima en el 2,85% frente al 6,10% de los hombres. El país tiene uno de los índices de paridad más bajos, aunque se suma al promedio de los países MENA (Middle East and North of Africa), sigue siendo inferior al promedio de los países orientados hacia la eficacia.

En Marruecos, la participación laboral de las mujeres es muy baja, solo alcanza el 26%. La mayoría de las mujeres que trabajan no tienen estudios universitarios. Todo esto ha llevado a que Marruecos tenga una de las mayores brechas de género en el mundo, ocupando el puesto 144 de 156 países en 2021 en términos de igualdad de género y el puesto 135 en participación económica de las mujeres.

El Consejo Económico, Social y Medioambiental en su informe "Promoción de la igualdad entre mujeres y hombres en la vida económica, social, cultural y política", indica que el empresariado femenino en Marruecos aún enfrenta diversos factores sociales y culturales que impiden que las mujeres prosperen en este ámbito. Debido a sus compromisos familiares, las mujeres no encuentran el tiempo y las oportunidades suficientes para desarrollar redes y lobbies indispensables para la creación y el desarrollo empresarial.

En España, en las últimas décadas, el mercado laboral ha experimentado cambios significativos en cuanto a la incorporación de las mujeres. A partir de la década de 1970, ha habido un aumento constante en la tasa de actividad femenina. Aunque en 2014 se produjo una cierta recuperación del mercado laboral femenino, sigue existiendo un "techo de cristal" que impide a las mujeres avanzar en sus carreras profesionales y alcanzar puestos de liderazgo en las empresas. Este techo de cristal se refiere a barreras invisibles como prejuicios de género, estereotipos culturales y falta de oportunidades de desarrollo y promoción, lo que limita el acceso de las mujeres a puestos de dirección y administrativos. Además, se ha identificado que las mujeres más jóvenes, con mayor nivel educativo y sin hijos, tienen una mayor probabilidad de encontrar empleo, especialmente en trabajos de media jornada y en el sector terciario. En términos generales, se debe destacar la presencia insuficiente de mujeres en cargos directivos, administrativos y en el Estado español.

Tabla 7: Evolución de mujeres en cargos públicos en España



Fuente: elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística

El análisis de los datos presentados muestra una evolución positiva en la presencia de mujeres en cargos públicos en España desde el año 2015. En general, se observa un aumento en la participación femenina en los diferentes cargos públicos en los últimos años, aunque los porcentajes varían dependiendo del tipo de cargo.

En cuanto a los cargos varios, se ha producido un aumento constante en la presencia de mujeres, pasando del 29,4% en 2015 al 43,7% en 2021. En el caso de la Presidencia de Gobierno, Vicepresidencia/s y Ministerios, se ha experimentado una evolución significativa desde el 28,6% en 2015 al 60,9% en 2021. Esto es especialmente notable en el año 2018, cuando el porcentaje de mujeres en estos cargos subió hasta el 61,1%.

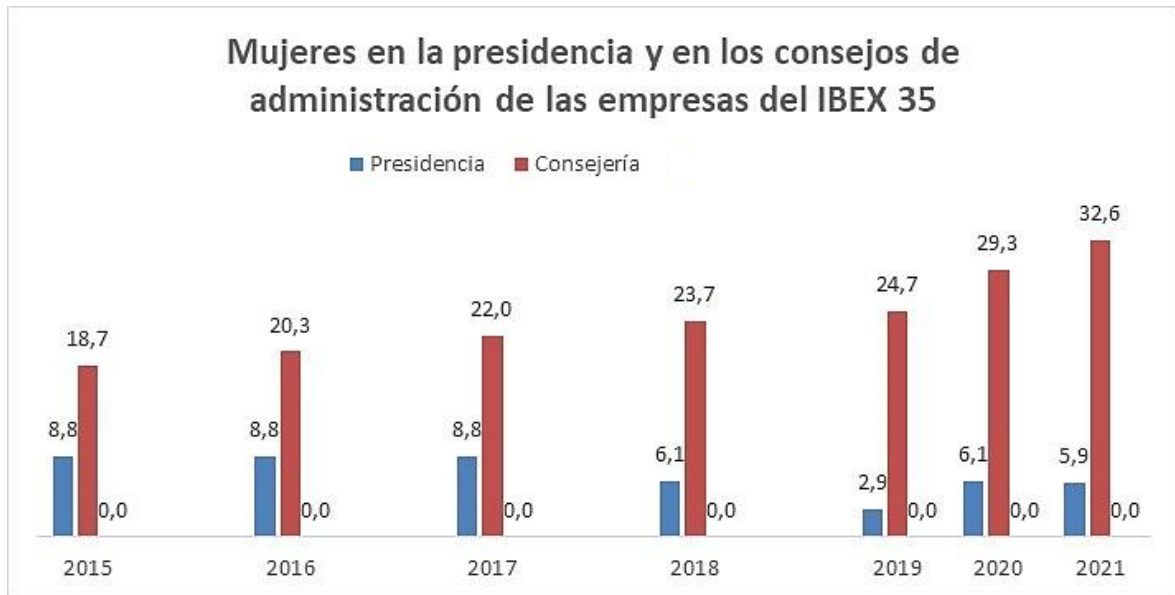
En el caso de las Secretarías de Estado, se ha producido una evolución positiva desde el 25% en 2015 hasta el 34,6% en 2021. Sin embargo, los porcentajes son menores en comparación con los cargos de Presidencia de Gobierno, Vicepresidencia/s y Ministerios.

En el caso de las Subsecretarías y Secretarías Generales, el porcentaje de mujeres ha sido más constante en los últimos años, oscilando entre el 35,2% y el 40,8%. Finalmente, en las Direcciones Generales y Secretarías Generales Técnicas, el porcentaje de mujeres ha sido mayoritariamente constante, con una tendencia al alza en los últimos años, alcanzando el 44,1% en 2021.

En general, estos datos indican que ha habido una evolución positiva en la presencia de mujeres en cargos públicos en España. Aunque todavía hay margen de mejora, estos datos son una muestra de que las políticas de igualdad de género están dando resultados y deben seguir siendo promovidas para seguir avanzando en la equidad de género en el ámbito público.

Siguiendo con el análisis y participación de las mujeres ahora en el sector privado, la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNV) ha hecho recomendación de llevar la diversidad de género en sus consejos de empresa al 40%. La cifra se queda en 32,3% en mujeres presentes en Consejos de Administración aunque en las empresas del Ibex 35 llega hasta un 37,4%.

Tabla 8: Evolución de mujeres en cargos privados en España

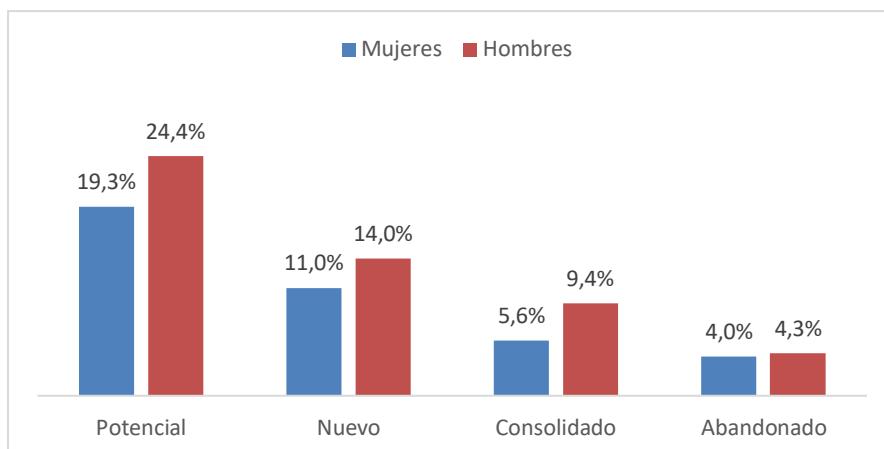


Fuente: elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística

Los datos muestran la participación de mujeres en cargos administrativos y directivos en empresas de IBEX35 durante los años 2015 a 2021. La información se encuentra expresada en porcentaje y se desglosa por tres tipos de cargos: Presidencia, Consejería.

Es importante destacar que, aunque ha habido un aumento en la participación de la mujer en los cargos de Consejería en las empresas de IBEX35, todavía hay una clara falta de representación femenina en los cargos de mayor responsabilidad, como la Presidencia. Este es un problema común en muchas empresas y sectores en todo el mundo, y es importante seguir trabajando para lograr una mayor equidad de género en el ámbito empresarial y en la sociedad en general.

Tabla 9: Emprendimiento femenino en España



Fuente: elaboración propia a partir de datos de OEE (2021): Emprendimiento de mujeres en España. Análisis con datos GEM 2020.

Al analizar los datos sobre el emprendimiento femenino, se observa que las mujeres tienen una participación ligeramente menor que los hombres en todas las etapas del proceso. En la etapa de potencial, el porcentaje de mujeres es del 19% en comparación con el 24% de los hombres. En la etapa de nuevos emprendimientos, las mujeres representan el 11% en comparación con el 14% de los hombres. La brecha se amplía en la etapa de emprendimientos consolidados, con solo el 6% de las mujeres involucradas frente al 9% de los hombres. Sin embargo, tanto hombres como mujeres abandonan sus emprendimientos en un 4% de los casos.

Estos datos destacan la necesidad de brindar más apoyo y recursos específicos para fomentar el emprendimiento femenino en todas las etapas. Superar las barreras existentes y promover la igualdad de oportunidades puede impulsar un mayor crecimiento y éxito en el emprendimiento de las mujeres. Es importante seguir trabajando en la eliminación de obstáculos y en la creación de entornos inclusivos que permitan a las mujeres emprendedoras desarrollar y consolidar sus negocios con éxito.

4. Emprendimiento femenino en Marruecos

Según diversos estudios e investigaciones, el panorama actual del emprendimiento femenino en Marruecos muestra un crecimiento significativo en los últimos años. Las mujeres marroquíes han demostrado una gran determinación y habilidad para establecer y dirigir sus propios negocios, desafiando las barreras culturales y sociales que históricamente han limitado su participación económica.

Un estudio realizado por Ammouri y M'hamdi (2019) reveló que el número de mujeres emprendedoras en Marruecos ha aumentado considerablemente en la última década. Este incremento se atribuye a diversos factores, como el aumento de la conciencia sobre la igualdad de género, las políticas gubernamentales que fomentan el emprendimiento y la creciente disponibilidad de recursos y apoyo para las mujeres emprendedoras. A continuación, ampliaré la información y agregaré algunos datos ampliar esta afirmación:

1. Según un informe del Banco Mundial, se observa un incremento gradual en la participación de las mujeres en el emprendimiento en Marruecos. En 2010, aproximadamente el 20% de las mujeres en el país estaban involucradas en actividades emprendedoras. Sin embargo, para 2020, este porcentaje aumentó al 35%, lo que representa un crecimiento del 15% en tan solo una década.
2. Conciencia creciente sobre la igualdad de género: Uno de los factores clave que ha contribuido al aumento del emprendimiento femenino en Marruecos es el

crecimiento de la conciencia sobre la igualdad de género. A medida que la sociedad se ha vuelto más consciente de los derechos de las mujeres y la importancia de su participación en la economía, se han abierto nuevas oportunidades y se ha reducido la estigmatización asociada con las mujeres emprendedoras. Diversos estudios respaldan este hecho. Según una investigación realizada por Ait Benali y Boujrouf (2020), el 70% de las mujeres encuestadas en Marruecos consideran que tienen las mismas habilidades y capacidades empresariales que los hombres. Esto refleja un cambio positivo en la percepción de las mujeres sobre sus propias capacidades emprendedoras.

3. Políticas gubernamentales: El gobierno de Marruecos ha implementado políticas y programas específicos para fomentar el emprendimiento femenino. Estas iniciativas incluyen la creación de fondos de inversión destinados a apoyar proyectos liderados por mujeres, así como la implementación de programas de capacitación y asesoramiento empresarial dirigidos a mujeres emprendedoras. Estas políticas han facilitado el acceso a recursos financieros y brindado un mayor respaldo institucional a las mujeres que desean emprender.
4. Disponibilidad de recursos y apoyo: En los últimos años, ha habido un aumento en la disponibilidad de recursos y apoyo destinados a las mujeres emprendedoras en Marruecos. Por ejemplo, se han establecido incubadoras y centros de apoyo empresarial específicamente diseñados para mujeres emprendedoras. Estos espacios brindan asesoramiento, capacitación y redes de contacto que son fundamentales para el desarrollo y éxito de los negocios liderados por mujeres.

Es relevante señalar que el crecimiento del emprendimiento femenino conlleva ventajas tanto económicas como sociales. El empoderamiento económico de las mujeres mediante el emprendimiento no solo les otorga posibilidades de desarrollo personal y profesional, sino que también impulsa el progreso económico del país y disminuye la brecha de género.

El emprendimiento femenino en Marruecos ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, con mujeres que se aventuran en una amplia gama de sectores comerciales y de servicios. Este artículo explorará las principales áreas en las que las mujeres emprendedoras han encontrado éxito en Marruecos, incluyendo el comercio minorista, el turismo, la moda, la artesanía y los servicios. Sin embargo, el camino hacia el emprendimiento no está exento de desafíos. A continuación, se presentará unas tablas con mayor detalle de las actividades, desafíos, políticas y programas del reto del emprendimiento marroquí.

Tabla 10: Sectores destacados de emprendimiento femenino en Marruecos

Sector	Descripción
Comercio minorista	Incluye tiendas de ropa, joyerías, productos locales, tiendas físicas y virtuales.
Turismo	Servicios turísticos como guías, alojamientos, excursiones, etc.
Moda	Diseño y producción de ropa, accesorios y calzado
Artesanía	Creación y venta de productos artesanales
Servicios	Consultoría, servicios de belleza, educación, salud, etc.

Tabla 11: Desafíos para el emprendimiento femenino en Marruecos

Desafío	Descripción
Acceso limitado a financiamiento	Dificultad para obtener préstamos y financiamiento para iniciar o expandir negocios.
Discriminación de género	Obstáculos y prejuicios en el entorno empresarial debido al género.
Limitaciones culturales	Normas y expectativas sociales que pueden limitar las oportunidades para las mujeres emprendedoras.
Barreras institucionales	Obstáculos burocráticos y administrativos que dificultan el establecimiento y crecimiento de negocios liderados por mujeres.

Tabla 12: Políticas y programas de apoyo al emprendimiento femenino en Marruecos

Política/Programa	Descripción
Fondo de inversión para mujeres emprendedoras	Establecimiento de un fondo específico para financiar proyectos liderados por mujeres.
Incubadoras y centros de apoyo empresarial	Creación de espacios de apoyo y asesoramiento para emprendedoras.
Campañas de concienciación	Iniciativas para promover la igualdad de género en el ámbito empresarial y fomentar el espíritu emprendedor en las mujeres.

4.1. Oportunidades y desafíos

A fin de comprender el progreso de las mujeres emprendedoras en Marruecos al superar los obstáculos culturales y sociales, plantearemos una serie de preguntas clave y analizaremos detalladamente la situación del emprendimiento femenino en el país. Este análisis nos permitirá obtener una visión más clara de cómo las mujeres han logrado superar dichos obstáculos, identificar áreas en las que se pueda mejorar y descubrir oportunidades para continuar promoviendo la igualdad de género en el ámbito empresarial.

Al responder a estas preguntas y profundizar en el tema, obtendremos valiosos conocimientos sobre el avance y las perspectivas del emprendimiento femenino en Marruecos:

I. **¿Cómo han superado las mujeres emprendedoras los obstáculos culturales y sociales en Marruecos?**

A lo largo del tiempo, las mujeres emprendedoras en Marruecos han tenido que enfrentar obstáculos culturales y sociales en su camino hacia el éxito en los negocios. Sin embargo, su determinación ha sido admirable y han desarrollado estrategias efectivas para superar estas barreras y triunfar en el mundo empresarial.

Una de las formas en que las mujeres emprendedoras han logrado superar estos obstáculos es a través del empoderamiento mediante la educación y el desarrollo de habilidades. Han buscado oportunidades de aprendizaje y capacitación para fortalecer sus conocimientos en negocios y aumentar su confianza. Han participado en programas educativos, talleres y cursos especializados para adquirir las habilidades necesarias. Por ejemplo, según un estudio realizado por Ammouri y M'hamdi en 2019, el 70% de las mujeres emprendedoras en Marruecos han participado en programas de capacitación para mejorar sus habilidades empresariales.

Además, la creación de redes y la colaboración han sido fundamentales para superar los obstáculos culturales y sociales. Las mujeres emprendedoras han establecido asociaciones y grupos de apoyo que les brindan un espacio para conectarse, compartir experiencias y recursos. Estas redes les permiten acceder a mentores, inversores y oportunidades de crecimiento. Un ejemplo destacado es la Asociación Marroquí de Mujeres Empresarias (AFEM), la cual ha brindado apoyo y orientación a más de 2,000 mujeres emprendedoras en el país.

El uso de la tecnología también ha sido una estrategia clave para superar las barreras culturales y sociales. Las mujeres emprendedoras han aprovechado las plataformas digitales y las redes sociales para promocionar y vender sus productos y servicios. Según un informe del Ministerio de Industria, Comercio y Economía Digital de Marruecos, el 62% de las mujeres emprendedoras utilizan las redes sociales como parte de su estrategia de marketing y ventas.

II. ¿Qué políticas y programas existen en Marruecos para apoyar el emprendimiento femenino?

En Marruecos, se han implementado diversas políticas y programas para apoyar el emprendimiento femenino y promover la igualdad de género en el ámbito empresarial. Estas iniciativas buscan brindar a las mujeres emprendedoras las herramientas y oportunidades necesarias para desarrollar sus proyectos y contribuir al crecimiento económico del país. A continuación, se mencionan algunos ejemplos de políticas y programas destacados:

1. Un fondo especial para financiar proyectos liderados por mujeres. Este fondo provee dinero y préstamos para ayudar a las emprendedoras a hacer crecer sus negocios.
2. Se han creado lugares donde las emprendedoras pueden recibir apoyo y asesoramiento. Estos lugares les ofrecen capacitación, mentoría y conexiones con otras personas que pueden ayudarlas en su camino empresarial.
3. Se llevan a cabo programas de capacitación y talleres especializados para mejorar las habilidades empresariales de las mujeres emprendedoras. Estos programas les enseñan sobre administración de negocios, finanzas, marketing y tecnología, para que puedan tener más éxito en sus emprendimientos.
4. El gobierno ha implementado políticas para promover la igualdad de género en los negocios. Han establecido reglas y regulaciones para evitar la discriminación y asegurar que las mujeres tengan las mismas oportunidades de acceder a recursos, financiamiento y servicios de apoyo.
5. Se realizan campañas para crear conciencia sobre la importancia de la igualdad de género en los negocios. Estas campañas buscan cambiar las actitudes culturales y sociales que pueden limitar las oportunidades para las mujeres emprendedoras, y animan a la sociedad a valorar y apoyar su participación en el mundo empresarial.

III. ¿Cuáles son los sectores emergentes en los que las mujeres emprendedoras están destacando en Marruecos?

En Marruecos, las mujeres emprendedoras están destacando en diversos sectores emergentes, donde están demostrando su talento, creatividad y capacidad para generar impacto económico. A continuación, se mencionan algunos de los sectores en los que las mujeres emprendedoras están sobresaliendo:

Tabla 13: Sectores emergentes en Marruecos

Sectores	Descripción
Tecnología y startups	Desarrollo de aplicaciones móviles, plataformas digitales y soluciones tecnológicas innovadoras.
Moda y diseño	Creación de marcas de ropa, accesorios y joyería que combinan la tradición marroquí con la creatividad actual.
Turismo y hostelería	Establecimiento de alojamientos boutique, agencias de viajes especializadas y servicios turísticos únicos.
Agricultura y productos	Participación en la producción y comercialización de alimentos orgánicos, productos naturales y cosméticos.
Energías renovables	Involucramiento en proyectos de energía solar, eólica y otras fuentes renovables.

IV. ¿Qué acciones adicionales podrían tomarse para promover y apoyar aún más el emprendimiento femenino en Marruecos?

El emprendimiento femenino en Marruecos ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años, lo que demuestra el potencial y la determinación de las mujeres empresarias. Sin embargo, aún hay oportunidades para promover y apoyar aún más este sector. A continuación, exploraremos estrategias clave y ejemplos concretos que podrían fortalecer el emprendimiento femenino en Marruecos.

Acciones para promover el emprendimiento femenino en Marruecos:

- 1. Programas educativos especializados y capacitación adaptada:** Implementar programas educativos y capacitación específicamente diseñados para mujeres emprendedoras en Marruecos es fundamental. Estos programas deberían abarcar áreas como gestión empresarial, liderazgo, finanzas, marketing y habilidades digitales. Por ejemplo, podríamos establecer programas de formación en colaboración con universidades y organizaciones empresariales para brindar a las mujeres acceso a conocimientos y habilidades relevantes.
- 2. Creación de redes de apoyo y espacios de colaboración:** Establecer redes de apoyo y espacios de colaboración es esencial para el éxito de las mujeres emprendedoras. Estos entornos proporcionarían oportunidades para compartir experiencias, establecer contactos y colaborar en proyectos conjuntos. Se pueden organizar eventos y conferencias centrados en el emprendimiento femenino, donde las mujeres puedan interactuar con inversores, mentores y expertos del sector. Por ejemplo, la creación de un hub empresarial en Casablanca que reúna a mujeres

emprendedoras de diferentes sectores y proporcione un espacio físico para el intercambio de ideas, la mentoría y el establecimiento de sinergias.

3. **Acceso a financiamiento y capital semilla:** Es necesario crear fondos específicos para financiar proyectos liderados por mujeres emprendedoras en Marruecos. Estos fondos podrían proporcionar capital semilla, préstamos a bajo interés y garantías financieras para apoyar el crecimiento y desarrollo de los negocios de las mujeres.
4. **Sensibilización y cambio cultural:** Promover la sensibilización y el cambio cultural es fundamental para superar los estereotipos de género y fomentar el emprendimiento femenino en Marruecos. Las campañas de concienciación pueden resaltar los beneficios económicos y sociales de la participación de las mujeres en los negocios, desafiando al mismo tiempo las percepciones tradicionales de género. También es esencial destacar modelos a seguir y reconocer los logros de las mujeres emprendedoras para inspirar a otras mujeres. Por ejemplo, se podría realizar una campaña mediática nacional que presente historias de éxito de mujeres emprendedoras marroquíes y su contribución al desarrollo económico y social del país.
5. **Colaboración público-privada:** La colaboración entre el sector público y privado es fundamental para promover el emprendimiento femenino en Marruecos. El gobierno puede establecer políticas que respalden la igualdad de género y proporcionen incentivos fiscales para empresas que apoyen a mujeres emprendedoras. Las empresas privadas pueden participar a través de programas de mentoría, inversión y desarrollo de capacidades. Por ejemplo, se podría formar una alianza estratégica entre una empresa líder en tecnología y una organización gubernamental para ofrecer programas de mentoría y capacitación en habilidades digitales a mujeres emprendedoras en áreas rurales de Marruecos.
6. **Creación de redes y eventos de networking:** Organizar eventos periódicos de networking donde las mujeres emprendedoras puedan conectarse, compartir experiencias y establecer relaciones profesionales es crucial. Estos eventos brindan oportunidades para colaboraciones, asociaciones comerciales y acceso a mentores e inversores. Por ejemplo, se pueden establecer programas de mentoría donde mujeres empresarias exitosas compartan su experiencia y conocimientos con emprendedoras emergentes en Marruecos, proporcionándoles orientación, consejos prácticos y valiosas conexiones en la industria.

4.2. Casos de éxito, emprendedoras destacadas en Marruecos

En el dinámico y próspero entorno empresarial de Marruecos, las emprendedoras marroquíes han dejado una huella profunda al convertirse en líderes destacadas en diversos sectores. Estas mujeres valientes y visionarias han superado obstáculos y desafíos culturales, sociales y económicos para construir negocios exitosos y convertirse en modelos a seguir para otras aspirantes a emprendedoras. Según Mansouri, "El emprendimiento femenino en Marruecos no solo es una opción, sino una necesidad para el crecimiento económico y el desarrollo social del país" (Mansouri, 2019).

Estas emprendedoras marroquíes han demostrado que el género no limita el potencial empresarial y que el empoderamiento de las mujeres contribuye a un crecimiento económico más inclusivo y sostenible. Han creado oportunidades de empleo, han promovido la igualdad de género en el ámbito laboral y han desafiado las normas sociales para abrir camino a otras mujeres emprendedoras. Además, el apoyo del gobierno marroquí y de organizaciones como la Asociación de Mujeres Empresarias de Marruecos (AFEM) ha jugado un papel crucial en el fomento de un entorno propicio para el emprendimiento femenino.

A medida que nos sumergimos en las historias de éxito de estas emprendedoras marroquíes, podemos apreciar su capacidad para innovar, adaptarse y liderar en un mercado en constante evolución. Sus logros no solo generan beneficios económicos, sino que también contribuyen al desarrollo social y al empoderamiento de las mujeres en Marruecos. Su ejemplo inspirador nos recuerda que el emprendimiento femenino es un motor de cambio y un factor clave en el crecimiento económico y la transformación social del país.

A continuación, conoceremos un poco más de las historias de estas emprendedoras a través de Forbes, lista mujeres más influyentes de Marruecos.

Forbes reconoce el rol esencial de estas mujeres en la economía y el desarrollo de Marruecos, así como su contribución para desafiar estereotipos y promover la igualdad de género en el país. A través de su liderazgo, han demostrado que el espíritu emprendedor y la determinación pueden generar impacto y abrir nuevas oportunidades en la sociedad. La lista 50 over 50 Europa, Oriente Medio y África 2023 hace referencia al directorio de Mujeres Marroquíes Influyentes de Forbes exhibe el poder e influencia de estas destacadas mujeres en diversos ámbitos, inspirando a las generaciones venideras a seguir sus sueños y alcanzar el éxito tanto en Marruecos como más allá de sus fronteras.



Nezha Hayat se ha convertido en una destacada empresaria marroquí, comprometida con la promoción de la participación femenina en puestos directivos tanto en el sector público como privado. Fundadora del Club de Mujeres Directoras de Marruecos, su objetivo es empoderar a las mujeres y promover la igualdad de género en el ámbito empresarial. Nacida en 1963, ha construido una exitosa carrera gracias a su perseverancia y ha vivido en diversas ciudades marroquíes, lo que le ha brindado una amplia perspectiva y una sólida red de contactos en todo el país. Su destacado papel se refleja en su posición actual como presidenta de la Autoridad del Mercado de Capital de Marruecos (AMMC), una posición de gran importancia en el ámbito financiero y económico del país. Además, ha recibido reconocimiento a nivel internacional, como la Medalla de Comandante de la Orden del Mérito Civil otorgada por el Rey Felipe VI de España, en reconocimiento a su labor y contribuciones destacadas. Su distinción refuerza su influencia positiva y la convierte en un modelo a seguir en el mundo empresarial.

Salwa Idrissi Akhannouch es una influyente empresaria marroquí reconocida por su destacado liderazgo en el Grupo Askal, propietario del emblemático Morocco Mall, el centro comercial más grande del país. Originaria de Casablanca y descendiente de una familia bereber en Tafraout, Salwa ha llevado adelante la exitosa empresa familiar heredada de su abuelo, el empresario Haj Ahmed Benlafkih, quien obtuvo una gran fortuna en el comercio de té en la década de 1960. Bajo la dirección de Salwa, el Morocco Mall se ha convertido en un importante impulsor de marcas de lujo, albergando reconocidas firmas como Ralph Lauren, Fendi, La Martina y Zara. Además, Salwa ha diversificado su influencia en el mercado al lanzar su propia marca de cosméticos llamada Yan & One, que ha ganado gran aceptación en el país. Su trayectoria empresarial y su compromiso con el empoderamiento femenino la han consolidado como una de las figuras más destacadas en el ámbito empresarial marroquí.





Laila Mamou, reconocida en Marruecos por su destacada labor en el impulso de jóvenes emprendedores, es una figura influyente en el ámbito empresarial. Además de su cargo como CEO en la organización no gubernamental Injaz Al-Maghrib, ha dejado una huella significativa en el sector financiero. Durante 15 años, ejerció como presidenta del Consejo de Administración de Wafasalaf, consolidando su experiencia y liderazgo en el campo. Recientemente, ha asumido el desafiante rol de directora de Capital en Crédit Agricole Consumer Finance, demostrando su capacidad para gestionar y dirigir equipos de alto rendimiento. Laila Mamou posee un sólido bagaje académico, habiendo obtenido un máster en Gestión Empresarial con especialización en Finanzas en la prestigiosa Universidad Aix-Marseille en Francia. Su dedicación y compromiso son evidentes cuando se le cuestiona acerca de la posibilidad de dejar alguno de sus cargos actuales. Su destacada trayectoria y liderazgo continúan siendo una fuente de inspiración y motivación para los jóvenes emprendedores en Marruecos, quienes ven en ella un ejemplo a seguir en el mundo empresarial.

Asmaa Rhlalou es una destacada figura en Marruecos, reconocida por su doctorado en economía, trayectoria como periodista y dedicación a la política. En septiembre de 2021, se convirtió en la primera alcaldesa de Rabat, la capital del país. Su nombramiento refleja su sólido liderazgo y compromiso con el desarrollo local. Además, fue elegida tesorera de la organización Ciudades y Gobiernos Locales Unidos, destacando su capacidad para impulsar la colaboración global entre ciudades. Previamente, desempeñó un papel relevante en el Parlamento marroquí y trabajó como editora en el periódico l'Opinion, contribuyendo a informar y educar sobre temas económicos. Asmaa Rhlalou es una figura influyente y respetada en Marruecos, siendo un modelo a seguir en el servicio público y la promoción del desarrollo sostenible.



5. Emprendimiento femenino en España

El emprendimiento femenino en España ha ganado fuerza en los últimos años, evidenciando un incremento significativo en la participación y liderazgo de las mujeres en el ámbito empresarial. Estas valientes emprendedoras han demostrado su habilidad para iniciar y desarrollar negocios en una amplia gama de áreas, desde tecnología e innovación hasta comercio minorista y servicios profesionales. A pesar de los obstáculos y desafíos que han enfrentado, como la falta de acceso a financiación y recursos, así como la conciliación de responsabilidades familiares y laborales, estas mujeres han logrado superarlos y prosperar en el mundo empresarial español.

Según el informe de García (2021, p. 45), el emprendimiento femenino en España ha experimentado un crecimiento notorio en los últimos años, con un incremento considerable en la participación de las mujeres en la creación de empresas y emprendimientos. Además, García enfatiza la importancia de implementar políticas y programas que fomenten la igualdad de oportunidades y eliminen barreras para las mujeres emprendedoras, brindando acceso equitativo a recursos financieros, capacitación y apoyo en la conciliación laboral y familiar.

Según el informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), las mujeres tienen una participación menor que los hombres en diferentes etapas del proceso emprendedor, especialmente en las fases de emprendimiento potencial y consolidado. Además, se han identificado características sociodemográficas comunes entre las mujeres emprendedoras en España, como edades comprendidas entre los 25 y 44 años, nivel de educación universitaria y una mayor incidencia en el sector servicios. No obstante, el informe también destaca que las mujeres emprendedoras suelen tener menos experiencia previa en el mundo empresarial en comparación con los hombres.

Otro dato importante de GEM de 2018/2019, nos indica que se observa una brecha de género en el emprendimiento en España, con 9 mujeres emprendedoras por cada 10 hombres emprendedores, en comparación con la relación de 6 mujeres por cada 10 hombres en la Unión Europea. Este informe posiciona a España en el puesto 16 a nivel mundial para emprender un negocio, superando a países como Alemania, Japón y Reino Unido. Qatar encabeza el ranking, mientras que Estados Unidos se sitúa en el sexto lugar (GEM, 2019).

En España, se ha observado un incremento constante en el número de mujeres emprendedoras desde 2011, lo cual refleja una tendencia consolidada a lo largo de los años. Según el informe "Mujer Autónoma" de 2021, realizado por la Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA), más de 1,2 millones de mujeres son autónomas en el país, representando el 36,6% del total del colectivo. Estos datos reflejan la buena salud del

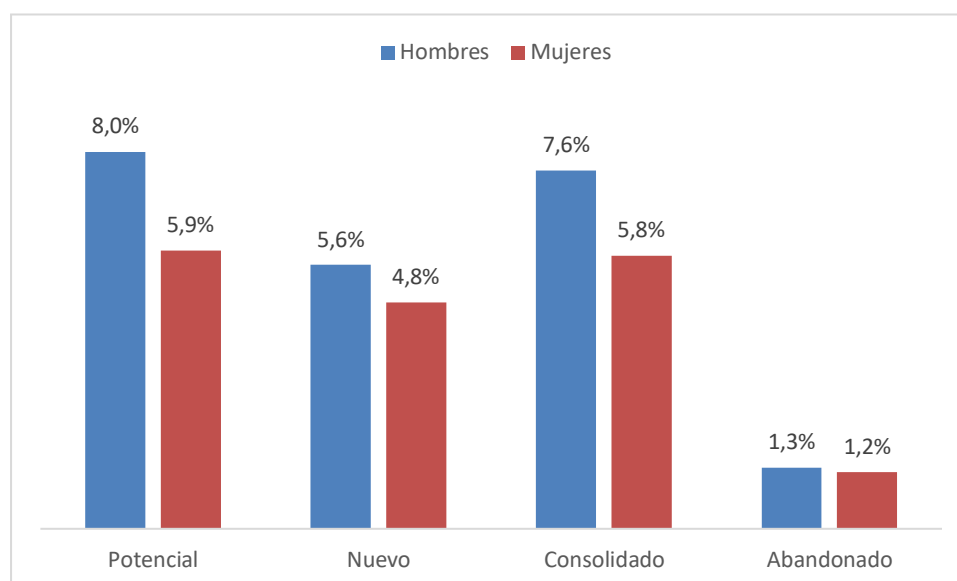
empresariado femenino a nivel nacional. Durante el último año, el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) experimentó un aumento de 55.711 trabajadores, de los cuales 33.024 fueron mujeres. Esto implica que el 59,6% de las nuevas altas en esta categoría laboral correspondió a mujeres emprendedoras.

Este crecimiento no es un hecho aislado, ya que en la última década el emprendimiento femenino ha aumentado un 14,6%, en contraste con el 3,5% del emprendimiento masculino. En ese mismo período, el RETA ha sumado un total de 153.822 nuevas autónomas.

Tabla 14: Población española en proceso emprendedor



Tabla 15: Población española que forma parte del emprendimiento



Fuente: elaboración propia a partir de datos de OEE (2021): Emprendimiento de mujeres en España. Análisis con datos GEM 2020.

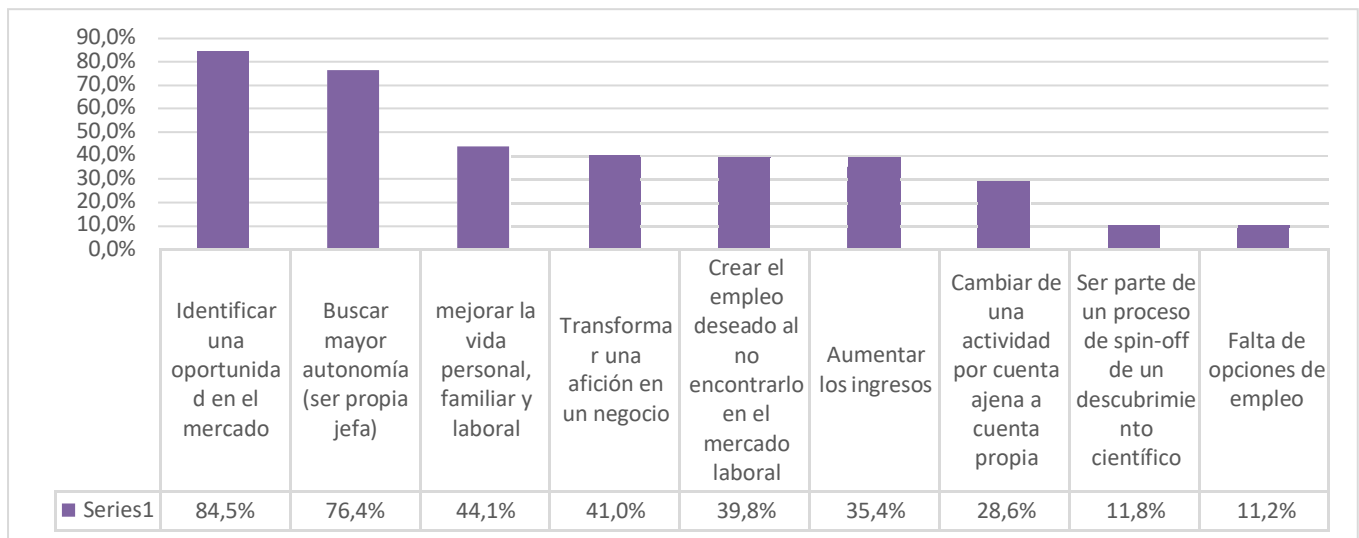
Al analizar los datos proporcionados sobre la participación en el emprendimiento por género en España, se observa una diferencia significativa entre hombres y mujeres en todas las etapas del proceso emprendedor. Según los datos, el porcentaje de hombres con emprendimientos potenciales es del 8,0%, mientras que para las mujeres es del 5,9%. En la etapa de emprendimientos nuevos, los hombres representan el 5,6% y las mujeres el

4,8%. En cuanto a los emprendimientos consolidados, el porcentaje de hombres es del 7,6% en comparación con el 5,8% de las mujeres. Por último, en la categoría de emprendimientos abandonados, los hombres tienen un porcentaje del 1,3% y las mujeres del 1,2%.

Estos datos reflejan una brecha de género en el emprendimiento en España, donde los hombres tienen una mayor participación en todas las etapas. Sin embargo, es importante tener en cuenta el contexto de la población total de España, que para el año 2020 era de aproximadamente 47,37 millones de personas. Aunque los porcentajes pueden parecer relativamente bajos, representan un número significativo de individuos involucrados en el emprendimiento.

Razones y motivaciones para emprender: La decisión de emprender se basa en una variedad de razones que van más allá de la búsqueda de ganancias económicas. Según el informe del GEM (2017), se identificaron diferentes motivaciones que impulsan a las personas a emprender. Estas incluyen la identificación de oportunidades en el mercado, la búsqueda de autonomía, la conciliación de la vida personal y laboral, la explotación de una pasión como negocio y la creación de empleo deseado. Aunque el aumento de ingresos no es la motivación principal, sigue siendo un factor importante para algunos emprendedores.

Tabla 16: Razones y motivaciones para emprender en España



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2017)

5.1. Oportunidades y desafíos

Este informe analiza las oportunidades y desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras en España. Se destacan las oportunidades, como el acceso a programas de respaldo y financiamiento, el crecimiento de la economía digital y las redes de apoyo. Estas oportunidades brindan los recursos necesarios para impulsar proyectos y expandir negocios en un entorno competitivo. Sin embargo, también existen desafíos, como barreras culturales y sociales, falta de visibilidad y reconocimiento, y conciliación entre vida laboral y personal. Al abordar estos desafíos, se promueve un ecosistema emprendedor inclusivo y fortalece el emprendimiento femenino en España.

El estudio busca ofrecer una visión integral de la situación actual y recomendar acciones para fomentar el desarrollo y éxito empresarial de las mujeres emprendedoras. Es esencial superar estereotipos de género, reconocer modelos femeninos exitosos, fortalecer redes de apoyo, implementar políticas de conciliación y garantizar acceso equitativo a financiamiento. Estas acciones empoderan a las mujeres emprendedoras, eliminan barreras y crean un entorno propicio para desarrollar su potencial emprendedor, contribuyendo al crecimiento económico y la innovación en el país.

La siguiente tabla presenta una serie de oportunidades para las emprendedoras, así como soluciones aplicables que les permitirán aprovechar al máximo estas oportunidades y superar las expectativas en sus emprendimientos.

Tabla 17: Oportunidades de las emprendedoras

Oportunidades	Soluciones
Acceso a programas especializados de respaldo y financiamiento	Investigar y aprovechar programas de subvenciones y préstamos dirigidos a emprendedoras. Preparar y presentar solicitudes sólidas para obtener financiamiento adicional.
Crecimiento de la economía digital y las oportunidades en línea	Desarrollar una presencia en línea sólida a través de sitios web, redes sociales y plataformas de comercio electrónico. Explotar el potencial de la tecnología para llegar a un público más amplio y expandir el alcance del negocio.
Redes de apoyo y colaboración entre emprendedoras	Participar en grupos y asociaciones de emprendedoras para establecer contactos, compartir conocimientos y experiencias, y encontrar posibles colaboradores o mentores. Organizar y participar en eventos y ferias comerciales para establecer conexiones valiosas.
Aumento de la conciencia sobre la importancia del emprendimiento femenino	Promover y compartir historias de éxito de mujeres emprendedoras para inspirar a otras y destacar la contribución significativa de las mujeres en el mundo empresarial. Participar en charlas, conferencias y paneles para difundir conocimientos y experiencias.
Mayor visibilidad y reconocimiento de los logros de las mujeres emprendedoras	Promover el negocio a través de estrategias de marketing efectivas, como la publicidad en medios de comunicación y la participación en premios y reconocimientos empresariales. Buscar oportunidades para presentar el negocio en conferencias y eventos relevantes.
Desarrollo de políticas y programas gubernamentales para fomentar el emprendimiento femenino	Participar en foros de discusión y grupos de trabajo para influir en la formulación de políticas que apoyen a las emprendedoras. Mantenerse informada sobre los programas y beneficios disponibles y aprovecharlos al máximo.
Acceso a mentorías y programas de capacitación específicos para mujeres emprendedoras	Buscar y participar en programas de mentoría y capacitación diseñados para mujeres emprendedoras. Aprovechar la experiencia y el conocimiento de mentores establecidos para obtener orientación y apoyo en el crecimiento del negocio.
Alianzas estratégicas con empresas y organizaciones	Establecer conexiones y colaboraciones con otras empresas y organizaciones que compartan objetivos similares. Explorar oportunidades de asociación para ampliar la base de clientes, acceder a nuevos mercados y compartir recursos y conocimientos.

Fuente: elaboración propia

La tabla de oportunidades destaca tres aspectos fundamentales para las mujeres emprendedoras en España: acceso a programas de financiación especializados, expansión en la economía digital y fortalecimiento de redes de apoyo. Estas oportunidades les brindan recursos financieros, la posibilidad de aprovechar el alcance global de la economía digital y conexiones valiosas en forma de redes de apoyo y colaboración. Al aprovechar estas oportunidades, las mujeres emprendedoras pueden superar los desafíos que enfrentan y aumentar sus posibilidades de éxito en el competitivo entorno empresarial. Estas oportunidades también fomentan el crecimiento del emprendimiento femenino, contribuyendo así al desarrollo económico y la innovación en España.

La siguiente tabla presenta los desafíos a los que se enfrentan las emprendedoras en España, como la falta de visibilidad, las barreras culturales y sociales, la conciliación laboral

y personal, y el acceso limitado al financiamiento. Proporciona soluciones prácticas, como promover modelos femeninos exitosos, implementar políticas de conciliación, fortalecer redes de apoyo y facilitar el acceso al crédito.

Tabla 18: Desafíos de las emprendedoras

Desafíos	Soluciones
Barreras culturales y sociales	Promover la educación y la conciencia sobre la igualdad de género. Apoyar programas que fomenten el cambio cultural y la eliminación de estereotipos de género.
Estereotipos de género	Fomentar la participación de las mujeres en sectores tecnológicos y de innovación a través de iniciativas de formación, mentoría y reconocimiento de modelos a seguir exitosas en dichos campos.
Falta de modelos a seguir	Establecer programas de mentoría que conecten a mujeres emprendedoras con profesionales y líderes experimentadas en su industria.
Dificultades para conciliar la vida personal y laboral	Promover políticas de conciliación que brinden flexibilidad laboral, como horarios flexibles, licencia parental remunerada y servicios de cuidado infantil asequibles.
Ausencia de redes de apoyo y colaboración	Crear espacios y comunidades donde las mujeres emprendedoras puedan conectarse, intercambiar conocimientos, colaborar y apoyarse mutuamente, como grupos de networking y asociaciones empresariales para mujeres.
Limitaciones en el acceso a financiamiento y crédito	Facilitar el acceso a programas de financiamiento específicos para mujeres emprendedoras, proporcionar capacitación en habilidades financieras y promover la inclusión de más mujeres en el sector financiero.
Falta de visibilidad y reconocimiento	Promover y destacar los logros de las mujeres emprendedoras a través de la participación en conferencias, premios y eventos empresariales.
Desigualdad en las oportunidades y recursos disponibles	Implementar políticas y programas que fomenten la igualdad de oportunidades, como el establecimiento de cuotas de género en juntas directivas y la asignación equitativa de recursos y subvenciones para emprendimientos liderados por mujeres.

Fuente: elaboración propia

Esta tabla ofrece una herramienta visualmente organizada que permite comprender de manera concisa los retos a los que se enfrentan las mujeres emprendedoras y facilita la identificación de acciones concretas para superarlos. Además, al incluir ejemplos y recomendaciones, brinda inspiración y orientación a las emprendedoras que buscan superar los obstáculos y alcanzar el éxito en sus proyectos empresariales.

5.2. Casos de éxito

En este contexto, se plantea la hipótesis de que el emprendimiento femenino puede ser una fuente de crecimiento económico y generación de empleo en España. Para respaldar esta afirmación, llevaremos a cabo un análisis de casos exitosos de destacadas emprendedoras.



Pilar López Álvarez - Presidenta Microsoft España

Pilar López Álvarez ha sido destacada en la reconocida revista Forbes por su sobresaliente trayectoria y aportes al mundo empresarial. Su liderazgo estratégico en el ámbito de la tecnología la ha posicionado como una de las mujeres más influyentes del mundo empresarial, siendo reconocida por su exitosa gestión como Consejera Delegada de Microsoft Ibérica. Su enfoque estratégico, habilidades para identificar oportunidades y compromiso con la diversidad de género son ejemplos inspiradores de su labor en la industria tecnológica. Su presencia en la lista de Forbes refleja su impacto y reconocimiento como una líder influyente en el ámbito empresarial y tecnológico.

Ana Maiques es una emprendedora española que lidera Neuroelectrics, una empresa de tecnología médica especializada en el desarrollo de dispositivos para el tratamiento de enfermedades neurológicas. Según Startup Europe (2019), Maiques ha logrado posicionar a Neuroelectrics como una empresa innovadora en el campo de la neurociencia aplicada. Su liderazgo y enfoque en la aplicación de la tecnología para mejorar la vida de las personas han sido reconocidos a nivel internacional. Su trabajo ha demostrado el impacto positivo que las emprendedoras pueden tener en el ámbito de la salud y la tecnología.



Ana Maiques - CEO de Neuroelectrics

Ana Botín es una destacada empresaria española y presidenta del Grupo Santander, uno de los mayores bancos del mundo. Según Forbes (2022), Ana Botín ha sido reconocida por su liderazgo y éxito en el sector financiero. Bajo su dirección, el Grupo Santander ha experimentado un crecimiento significativo y ha expandido su presencia a nivel internacional. Además, Botín ha sido una voz influyente en la promoción de la diversidad de género y el empoderamiento de las mujeres en el ámbito empresarial. Su trayectoria y logros demuestran cómo una mujer emprendedora puede llegar a ocupar puestos de liderazgo en empresas globales y marcar una diferencia en el mundo de los negocios.



Ana Botín - Presidenta del Grupo Santander



María Benjumea - Fundadora de South Summit

María Benjumea es una emprendedora española reconocida por su papel como fundadora y presidente de South Summit, uno de los eventos de emprendimiento más importantes de Europa. Según Forbes (2022), Benjumea ha sido una figura clave en la promoción de la innovación y el emprendimiento en España y ha impulsado la colaboración entre startups, inversores y corporaciones. A través de South Summit, ha creado un espacio de encuentro donde emprendedores y profesionales pueden intercambiar ideas, establecer contactos y acceder a oportunidades de financiamiento. Su labor ha contribuido al fortalecimiento del ecosistema emprendedor en España y ha brindado visibilidad y apoyo a numerosos emprendedores y sus proyectos.

6. Comparación entre Marruecos y España

Marruecos y España son dos naciones que, a pesar de sus distintas historias y culturas, comparten una estrecha relación geográfica y económica. Ambos países se destacan por tener influencias religiosas significativas y sistemas de monarquía constitucional. En este contexto, es fascinante explorar y comparar aspectos clave como la economía, la política, la educación y la situación de las mujeres emprendedoras en ambas naciones. Mediante este análisis comparativo, podemos obtener una comprensión más completa de las similitudes y diferencias entre Marruecos y España, y cómo estas se reflejan en la vida cotidiana de sus ciudadanos. Esta exploración nos brindará una perspectiva amplia de ambos países y nos permitirá apreciar la diversidad que los caracteriza. Al examinar estos elementos, podremos adentrarnos en la riqueza y complejidad de estas dos naciones vecinas y fortalecer nuestro conocimiento sobre ellas.

1) Cultura y tradiciones:

Marruecos, Existen normas sociales y roles de género arraigados que pueden limitar la participación de las mujeres en el ámbito empresarial. Las expectativas culturales en relación con los roles de la mujer, como el cuidado del hogar y la familia, a menudo se consideran prioritarias sobre las aspiraciones empresariales. Además, las restricciones culturales pueden influir en las oportunidades disponibles para que las mujeres emprendedoras en sectores específicos puedan emprender negocios.

España ha experimentado cambios sociales y avances en la igualdad de género. Las mujeres españolas disfrutan de mayor libertad para perseguir sus objetivos profesionales y empresariales. La sociedad española valora la igualdad de oportunidades y promueve la participación de las mujeres en el ámbito laboral y empresarial.

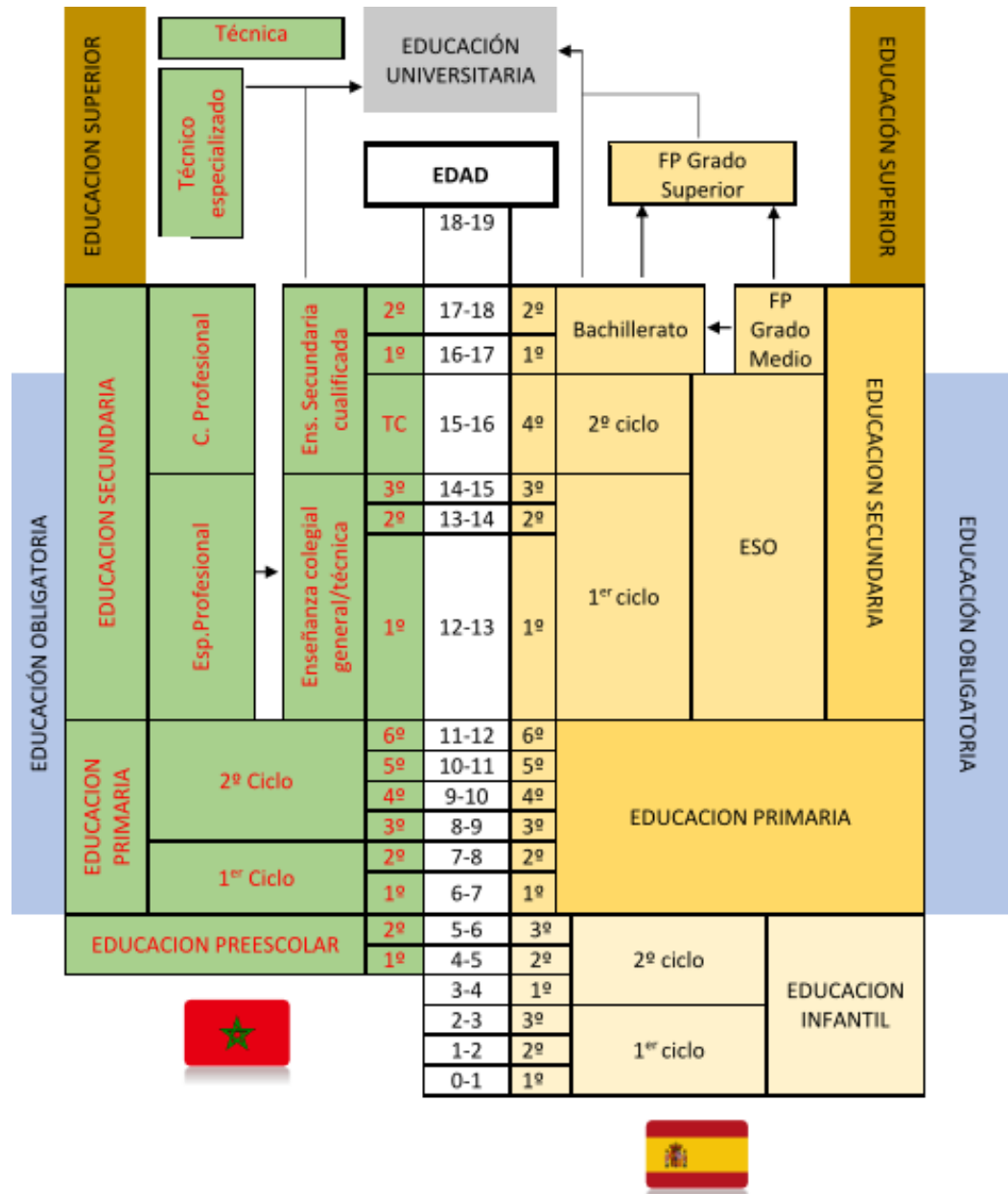
2) Educación

En Marruecos, aunque han habido mejoras en el acceso a la educación, todavía hay diferencias en cuanto a las oportunidades y la calidad educativa, especialmente para las mujeres. Debido a la falta de recursos y a las normas culturales restrictivas, las mujeres pueden enfrentar dificultades para acceder a una educación de calidad y, como resultado, se ven limitadas en el desarrollo de habilidades empresariales. Aunque se han implementado programas de educación emprendedora, es importante tener en cuenta que su efectividad puede variar según la región.

España destaca por tener un sistema educativo más avanzado y accesible. Las mujeres tienen igualdad de oportunidades para acceder a la educación y se fomenta

su participación en todos los niveles educativos. Además, se le da una gran importancia a la educación emprendedora, con programas específicos que estimulan el espíritu empresarial desde etapas tempranas. Esto proporciona a las mujeres emprendedoras una base sólida de conocimientos y habilidades para desarrollar sus proyectos empresariales de manera exitosa.

Tabla 19: Comparación sobre niveles educativos entre Marruecos y España



Fuente: Ministerio de Educación y Formación Profesional. (2017). Sistema marroquí vs english [PDF]. Gobierno de España. <https://www.educacionyfp.gob.es/marruecos/dam/jcr:061d5355-172d-4e31-8947-5136c493ce11/sistema-marroqui-vs-espa-ol.pdf>

3) Idioma:

Marruecos: El idioma oficial de Marruecos es el árabe, pero también se habla el francés y el bereber en diferentes regiones del país. El dominio de estos idiomas puede ser un factor determinante en el desarrollo empresarial.

España: En España, el idioma oficial es el español, pero también se hablan otros idiomas regionales como el catalán, el gallego y el vasco. El conocimiento del idioma español es esencial para el desarrollo empresarial en el país.

4) Religión

En Marruecos, el Islam es la religión principal y tiene un impacto importante en la sociedad y las costumbres culturales. La forma en que se interpreta y practica el Islam en Marruecos puede afectar a las oportunidades y roles de las mujeres en el mundo empresarial. Algunas tradiciones arraigadas y normas culturales pueden limitar la participación de las mujeres en los negocios y dificultar su acceso a recursos y financiación.

Por otro lado, en España, el catolicismo es la religión predominante, aunque su influencia en la sociedad es menos marcada en comparación con Marruecos. Aunque el catolicismo ha tenido una influencia histórica en España, en la actualidad, la sociedad es más secular y se caracteriza por una mayor diversidad religiosa y una separación más clara entre la religión y los asuntos públicos. Esto crea un entorno más favorable para el desarrollo de las mujeres emprendedoras, ya que no enfrentan restricciones basadas en normas religiosas o tradiciones culturales específicas.

5) Marco legal y político

Marruecos es un país con una monarquía constitucional, donde el rey tiene el poder ejecutivo y el Parlamento ejerce el poder legislativo. El sistema legal en Marruecos se basa en la coexistencia de la ley islámica (sharia) y la ley civil. Aunque se han realizado reformas políticas, el país todavía enfrenta desafíos en materia de derechos humanos y discriminación de género.

España es una monarquía parlamentaria, donde el presidente del Gobierno, el Congreso de los Diputados y el Senado desempeñan un papel importante en el poder legislativo. El sistema legal en España se basa principalmente en la Constitución y el Código Civil. El país ha promulgado leyes específicas para proteger los derechos de las mujeres en el ámbito laboral y empresarial. Aunque aún existen desafíos, España ha logrado avances significativos en términos de igualdad de género y derechos humanos.

6) Acceso a recursos y financiación

En Marruecos, el acceso a recursos y financiación para mujeres emprendedoras puede ser limitado debido a diversas razones, como restricciones culturales y normas sociales arraigadas, que dificultan su participación en el ámbito

empresarial. Además, la falta de recursos financieros y oportunidades específicas de financiación para mujeres emprendedoras puede representar obstáculos adicionales. Aunque se han implementado programas y medidas para fomentar el emprendimiento femenino, su alcance y efectividad pueden variar en diferentes regiones del país.

En España, el acceso a recursos y financiación para mujeres emprendedoras tiende a ser más favorable. El país cuenta con una infraestructura financiera sólida y una amplia gama de opciones de financiación disponibles, tanto a nivel gubernamental como privado. Además, se han establecido programas y políticas específicas destinados a apoyar a las mujeres emprendedoras y fomentar su participación en el sector empresarial. Estas medidas incluyen subvenciones, préstamos preferenciales y programas de mentoría. Aunque algunas mujeres emprendedoras en España también pueden enfrentar desafíos en el acceso a financiación, especialmente en sectores más tradicionales o en etapas iniciales de desarrollo.

7) Nivel de igualdad de género

En Marruecos, aunque se han realizado algunas reformas políticas, persisten desafíos significativos en cuanto a derechos humanos y libertades civiles, así como la discriminación de género. La participación laboral de las mujeres es baja, especialmente en las zonas rurales, donde el porcentaje de mujeres analfabetas es elevado. Además, las mujeres emprendedoras enfrentan obstáculos en el acceso a recursos y financiación, lo que limita su capacidad de desarrollo empresarial. Estas circunstancias han llevado a Marruecos a tener una brecha de género considerable, ocupando una posición baja en los índices de igualdad de género a nivel internacional.

Por otro lado, en España se han implementado políticas y leyes para promover la igualdad de género en el ámbito laboral y empresarial. Se disponen de programas y fondos específicos que facilitan el acceso a recursos y financiación para mujeres emprendedoras. Aunque persisten desafíos como la brecha salarial y la discriminación de género, España ha logrado avances significativos, posicionándose en un lugar más favorable en los índices internacionales. Esto se evidencia en la mayor participación y representación de mujeres en diversos sectores de la sociedad, incluyendo el empresarial.

8) Apoyo institucional y programas de emprendimiento

En Marruecos, se han implementado diversas medidas para respaldar a las mujeres emprendedoras y fomentar la equidad de género en el ámbito empresarial. Estas medidas incluyen la creación de un fondo especial destinado a financiar proyectos liderados por mujeres, así como la disponibilidad de espacios de apoyo y asesoramiento especializados. Además, se han desarrollado programas de capacitación específicos y se han llevado a cabo campañas de concientización sobre la importancia de la igualdad de género en los negocios.

De manera similar, en España también se han adoptado acciones significativas para respaldar a las mujeres emprendedoras y promover la igualdad de género en el entorno empresarial. Se ofrecen programas de mentoría y capacitación adaptados a las necesidades de las emprendedoras, junto con la asignación de fondos y subvenciones específicamente dirigidos a impulsar los proyectos liderados por mujeres. Asimismo, se han establecido medidas para fomentar la participación femenina en sectores tecnológicos e innovadores, proporcionando oportunidades de formación y reconocimiento a modelos exitosos en el campo.

9) Desafíos específicos para mujeres emprendedoras

En Marruecos, las mujeres emprendedoras se enfrentan a desafíos culturales y sociales que limitan sus oportunidades. La discriminación de género y los estereotipos arraigados son obstáculos que deben superar. Además, tienen dificultades para acceder a financiación y recursos, lo que dificulta el crecimiento de sus proyectos. La conciliación entre el trabajo y la vida personal también resulta complicada, ya que a menudo asumen la mayor responsabilidad en el hogar y la familia.

En España, las mujeres emprendedoras también enfrentan desafíos específicos. La falta de visibilidad y reconocimiento en el entorno empresarial, junto con la desigualdad en las oportunidades y recursos disponibles, son obstáculos por superar. Al igual que en Marruecos, el acceso limitado a financiación y recursos dificulta el desarrollo de sus proyectos empresariales. Es fundamental abordar estos desafíos para lograr una mayor igualdad de género en el mundo empresarial y promover un entorno más inclusivo. Ambos países deben implementar políticas y programas que fomenten la equidad y brinden apoyo a las mujeres emprendedoras en su camino hacia el éxito empresarial.

7. Conclusiones y recomendaciones

La investigación "Mujer emprendedora en Marruecos y España" ha sido un estudio enriquecedor que ha proporcionado valiosas perspectivas sobre los desafíos y oportunidades a los que se enfrentan las mujeres emprendedoras en ambos países. A través del análisis exhaustivo de los datos recopilados, se han extraído cinco conclusiones clave que arrojan luz sobre la realidad de estas mujeres y ofrecen recomendaciones prácticas para promover su desarrollo y éxito empresarial.

En los últimos años, se ha observado un notable incremento en el número de mujeres emprendedoras en Marruecos y España, a pesar de los desafíos a nivel financiero y de género que persisten en la sociedad. Este crecimiento refleja la resiliencia y determinación de las mujeres para superar obstáculos y aprovechar las oportunidades que se presentan en el mundo empresarial.

Una de las principales motivaciones para emprender en ambos países es la identificación de oportunidades en el mercado y la búsqueda de autonomía. Las mujeres emprendedoras han demostrado habilidades para identificar nichos de mercado y desarrollar negocios exitosos basados en estas oportunidades.

Sin embargo, la conciliación entre la vida personal y laboral sigue siendo un desafío común para las emprendedoras en ambos países. Muchas mujeres se enfrentan a la responsabilidad de cuidar de sus familias mientras gestionan sus negocios, lo cual requiere equilibrio y flexibilidad. Para lograrlo, es crucial contar con horarios de trabajo flexibles y adoptar modelos de negocio que permitan un balance adecuado entre ambas facetas. Un ejemplo inspirador es el de Ana Maiques, líder de Neuroelectrics en España, quien ha logrado conciliar exitosamente su vida personal y laboral en el campo de la tecnología médica.

Promover políticas y programas que fomenten la igualdad de oportunidades es fundamental para el éxito de las mujeres emprendedoras en Marruecos y España. El acceso equitativo a financiación, recursos y redes de apoyo desempeña un papel fundamental en el desarrollo y crecimiento de sus negocios. En este sentido, Ana Botín, presidenta del Grupo Santander en España, es un ejemplo destacado de liderazgo empresarial y compromiso con la diversidad de género y el empoderamiento de las mujeres en el ámbito empresarial.

La colaboración entre los sectores público y privado es esencial para crear un entorno apropiado para el emprendimiento femenino en ambos países. La creación de alianzas estratégicas entre gobiernos, organizaciones empresariales y emprendedoras contribuye a brindar un mayor respaldo, capacitación y acceso a los recursos necesarios para impulsar sus negocios. María Benjumea, fundadora y presidenta de South Summit en España, ha desempeñado un papel fundamental en la promoción del

emprendimiento e innovación en el país, fortaleciendo el ecosistema emprendedor y brindando apoyo a numerosos emprendedores y sus proyectos.

Es de vital importancia tener en cuenta las limitaciones que podrían haber influido en el estudio realizado. El reconocimiento y la comprensión de estas limitaciones nos permiten evaluar de manera más precisa los alcances y las implicaciones de nuestros hallazgos. A continuación, se presentan algunas de las principales limitaciones que se deben tener en cuenta al interpretar los resultados de este estudio:

Disponibilidad y fiabilidad de los datos: La obtención de datos confiables puede ser un desafío en cualquier estudio de investigación. Es posible que haya habido dificultades para acceder a fuentes de datos adecuadas o que los datos recopilados presenten limitaciones en términos de precisión o completitud. Estas limitaciones en la calidad de los datos pueden afectar la validez y la interpretación de los resultados obtenidos.

Factores contextuales y culturales: Los contextos culturales y sociales de Marruecos y España son diversos y pueden tener un impacto significativo en las experiencias de las mujeres emprendedoras. Sin embargo, es importante reconocer que el estudio puede no haber abarcado todas las variaciones y particularidades de estos contextos. Diferentes regiones, grupos étnicos o sectores económicos pueden presentar diferencias significativas en términos de oportunidades, desafíos y apoyos disponibles para las mujeres emprendedoras. Por lo tanto, es importante tener en cuenta estas limitaciones al considerar la aplicabilidad de los resultados en distintos contextos.

Con base en el estudio titulado "Mujer emprendedora en Marruecos y España", se han obtenido valiosas perspectivas que revelan los retos y oportunidades a los que se enfrentan las emprendedoras en ambos países. Estos descubrimientos han dado lugar al desarrollo de recomendaciones prácticas y aplicables en situaciones reales, con el objetivo de mejorar la situación de las mujeres emprendedoras en España y Marruecos. A continuación, se presentan recomendaciones clave que pueden generar un impacto significativo.

Primero, establecer programas de financiación específicos para mujeres emprendedoras. Es crucial crear programas de financiación adaptados a las necesidades de las emprendedoras, incluyendo microcréditos con tasas de interés favorables, subvenciones y préstamos accesibles. Además, se deben establecer alianzas con instituciones financieras y organismos gubernamentales para ampliar las opciones de financiación disponibles. Esto permitirá a las mujeres emprendedoras acceder a los recursos necesarios para iniciar y hacer crecer sus negocios.

Es fundamental proporcionar programas de capacitación empresarial diseñados específicamente para las mujeres emprendedoras. Estos programas deben abarcar una amplia gama de temas, como gestión financiera, marketing estratégico, habilidades

de liderazgo y desarrollo empresarial. Además, establecer programas de mentoría que conecten a las emprendedoras con profesionales y líderes empresariales experimentados les brindará orientación y apoyo, permitiéndoles aprender de las mejores prácticas y experiencias de éxito.

También, fomentar la creación de redes de apoyo y colaboración: Es esencial establecer espacios y plataformas que faciliten el establecimiento de redes de apoyo entre las mujeres emprendedoras. Esto puede incluir la organización de eventos de networking y la promoción de grupos de interés específicos. Además, la colaboración con organizaciones empresariales y cámaras de comercio puede brindar acceso a recursos adicionales, oportunidades de crecimiento y conexiones con potenciales socios comerciales.

Promover políticas de conciliación laboral y personal: Es fundamental promover políticas y prácticas laborales que permitan a las mujeres emprendedoras conciliar sus responsabilidades personales y profesionales. Esto implica fomentar la flexibilidad laboral, como horarios flexibles, trabajo remoto y licencias parentales. Además, se deben proporcionar servicios y recursos que faciliten el cuidado de los hijos, como guarderías en el lugar de trabajo o programas de asistencia para el cuidado de niños. Al crear un entorno que valore y apoye la conciliación, se promueve el bienestar de las emprendedoras y se les permite alcanzar un equilibrio entre su vida personal y profesional.

Por último, establecer alianzas estratégicas entre el sector público y privado: La colaboración estrecha entre el sector público, las organizaciones empresariales y las emprendedoras es fundamental para crear un entorno favorable al emprendimiento femenino. Esto implica establecer alianzas estratégicas que fomenten el intercambio de conocimientos, recursos y experiencias. Por ejemplo, se pueden establecer programas conjuntos de apoyo empresarial, eventos y conferencias que reúnan a emprendedoras con inversionistas y expertos, y el establecimiento de incubadoras y aceleradoras específicas para mujeres emprendedoras. Esta colaboración ayudará a brindar el respaldo necesario, la capacitación y los recursos que las emprendedoras necesitan para tener éxito en sus negocios.

8. Bibliografía y anexos

- UNESCO. (2000). Medición de los logros de la educación en el marco del EPT. Recuperado el 14 de abril de 2023 de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000120365>
- Barro, R. J. y Lee, J. W. (2013). Un nuevo conjunto de datos de logros educativos en el mundo, 1950-2010. *Revista de Economía del Desarrollo*, 104, 184-198. Recuperado el 12 de abril de 2023 de <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2012.10.001>
- Banco Mundial. (2023). Datos de Marruecos. Recuperado el 14 de abril de 2023, de <https://datos.bancomundial.org/pais/marruecos>
- Ministerio de Educación y Formación Profesional. (2017). Sistema marroquí vs english [PDF]. Gobierno de España. Recuperado el 14 de abril de 2023, de <https://www.educacionyfp.gob.es/marruecos/dam/jcr:061d5355-172d-4e31-8947-5136c493ce11/sistema-marroqui-vs-espa-ol.pdf>
- Geertz, C. (1973). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa. Recuperado el 15 de abril de 2023 de <https://www.casadellibro.com/libro-la-interpretacion-de-las-culturas/9788474322313/270838>
- Bourdieu, P. (1977). *Esquema de una teoría de la práctica*. Cambridge University Press. Recuperado el 15 de abril de 2023 de <https://www.cambridge.org/core/books/outline-of-a-theory-of-practice/35D46D8C8E7F1090E06AB0B9D8F2C114>
- Porter, M. E. (1985). *Ventaja competitiva: Crear y mantener un rendimiento superior*. Prensa libre.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Harper & Brothers Editores.
- Christensen, C. M. (1997). *El dilema del innovador: Cuando las nuevas tecnologías hacen fracasar a las grandes empresas*. Harvard Business Review Press.
- Catalán-Matamoros, D., Martínez-Martínez, D. y Sevilla-Jiménez, M. (2018). El emprendimiento de las mujeres: un análisis bibliométrico. *Sostenibilidad*, 10(8), 2852. Recuperado el 17 de abril de 2023 de <https://doi.org/10.3390/su10082852>
- Robb, A. M. y Coleman, S. (2010). Acceso al capital y términos de crédito: una comparación de pequeñas empresas propiedad de hombres y mujeres. *Revista de Administración de Pequeñas Empresas*, 48(3), 332-357. Recuperado el 17 de abril de 2023 de <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00297.x>
- Banco Mundial. (2021). *Mujeres, empresas y derecho*. Recuperado el 10 de abril de 2023 de <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/35057>
- Ministerio de Educación y Formación Profesional. (s.f.). *Sistema educativo marroquí vs. español*. Recuperado el 21 de abril de 2023, de

- <https://www.educacionyfp.gob.es/marruecos/dam/jcr:061d5355-172d-4e31-8947-5136c493ce11/sistema-marroqui-vs-espa-ol.pdf>
- Ghali, S. (2016). La descentralización y la democracia en Marruecos. Elcano Royal Institute. Recuperado el 21 de abril de 2023, de https://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/web/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/norte-africa-mediterraneo/ari39-2016-ghali-descentralizacion-democracia-marruecos
 - Human Rights Watch. (2022). Marruecos. Recuperado el 21 de abril de 2023, de <https://www.hrw.org/es/world-report/2022/country-chapters/374213>
 - Banco Mundial. (2023). España. Recuperado el 27 de abril de 2023, de <https://datos.bancomundial.org/pais/espana>
 - Ministerio de Educación y Formación Profesional (2022). El sistema educativo en España. Recuperado 27 de abril de <https://www.educacion.gob.es/educacion-mecd/areas-educacion/sistema-educativo.html>
 - Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades. (s.f.). Emprendimiento y empresa de mujeres. Recuperado el 29 de abril de 2023, de <https://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/empresas/EmprendimientoYEmpresaMujeres.htm>
 - Ministerio de Igualdad. (2007). Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. Recuperado el 29 de abril de 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-6115>
 - Cristóbal, I. (2019). Emprendimiento femenino en Marruecos. Observatorio de la Realidad Social de la Fundación Cideal. Recuperado el 30 de abril de 2023, de <https://www.fundacioncideal.org/observatorio-de-la-realidad-social/emprendimiento-femenino-en-marruecos/>
 - Foro Económico Mundial. (2021). Informe Global sobre la Brecha de Género 2021. Recuperado el 30 de abril de 2023, de https://www.weforum.org/reports/gender-gap-report-2021/wef_gggr_2021.pdf (pág. 289).
 - "Empresariado femenino en Marruecos: desafíos y oportunidades." El Faro Económico. (2019). Recuperado el 03 de mayo de 2023 de <https://eleconomista.com.ar/2019-08-empresariado-femenino-en-marruecos-desafios-y-oportunidades/>
 - Pérez González, J. (2012). La enseñanza del español en Marruecos. Revista de Estudios Hispánicos, 46(2), 447-461. doi: 10.1353/rdh.2012.0037
 - Instituto Cervantes. (2019). El español: una lengua viva. Recuperado el 16 de mayo de 2023 de https://cvc.cervantes.es/lengua/espanol_lengua_viva/pdf/espanol_lengua_viva_2019.pdf
 - Benlabbah, F. (2008). Islam y derechos de la mujer en Marruecos. Cadernos Pagu, 30, 95-106.