



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

INSTITUTO DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS

ÁREA ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN

**MUJERES EMPRENDEDORAS: UN ESTUDIO
MULTI-CASO EN LA CIUDAD DE PACHUCA
DE SOTO**

PROYECTO TERMINAL
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA
EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA
LIC. NANCY HERNÁNDEZ AMBRIS

DIRECTORA DE PROYECTO:
MTRA. MARÍA DOLORES MARTÍNEZ GARCÍA

SAN AGUSTÍN TLAXIACA, HGO., JUNIO 2018



DR. JULIO CÉSAR LEINES MEDÉCIGO
 DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR
 PRESENTE.

La comisión evaluadora del proyecto terminal titulado **“Mujeres emprendedoras: un estudio multi-caso en la ciudad de Pachuca de Soto”**, realizado por la sustentante Nancy Hernández Ambrís, con número de cuenta 137338, perteneciente al programa de Maestría en Administración, una vez que ha revisado, analizado y evaluado el documento recepcional de acuerdo con lo estipulado en el Artículo 73 del Reglamento General de Estudios de Posgrado, tiene a bien extender la presente

AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

Por lo que la sustentante deberá cubrir los requisitos del Reglamento General de Estudios de Posgrado y demás reglamentos aplicables al caso, para acceder al examen de Grado en el que sustentará y defenderá el documento de referencia.

Atentamente
“AMOR, ORDEN Y PROGRESO”
 San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo, a 15 de agosto 2018

El comité



 Dr. Martín Aubert Hernández Calzada
 PRESIDENTE


 Mtra. Adriana Luz-María Montiel Ávila
 SECRETARIO


 Mtra. María Dolores Martínez García
 VOCAL


 Dra. Jessica Mendoza Moheno
 SUPLENTE

Vo. Bo. 


 Dr. Jesús Ibarra Zamudio
 DIRECTOR

JAEH BIBLIOTECA



Son varias las personas que formaron parte directa e indirectamente del presente trabajo de investigación. Quiero agradecer a la Mtra. María Dolores Martínez García, directora de este proyecto, quien me apoyó de manera institucional y personal, alentándome siempre a seguir adelante.

A mis padres y hermano por todas las enseñanzas y paciencia, por ser mi razón para ser cada día una mejor persona, estudiante y profesionista.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT), por el apoyo económico recibido durante mis estudios.

A mis mejores amigos y a quienes me brindaron palabras sinceras de aliento y motivación.

ÍNDICE

Resumen	6
Introducción	6
Capítulo 1: Metodología	8
1.1 Planteamiento del Problema	10
1.2 Justificación	10
1.3 Objetivos	11
1.3.1 General.....	11
1.3.2 Objetivos específicos	11
1.4 Preguntas de investigación	11
1.4.1 Pregunta General.....	11
1.4.2 Preguntas específicas.....	12
1.5 Matriz de Congruencia	13
1.6 Diseño de la Investigación.....	14
1.6.1 Estructura de la Investigación	15
1.6.2 Instrumento de recolección de datos.....	15
1.6.3 Etapas de la investigación.....	17
1.6.4 Variables de estudio	18
1.6.5 Empresas objeto de estudio	18
Capítulo 2. Marco teórico y conceptual	19
2.1 Emprendimiento	21
2.1.1. Definiciones	21
2.1.2 Características	23
2.1.3 Importancia	25
2.2 Emprendedor	26
2.2.1 Definición.....	26
2.2.1.1 Intraemprendedores.....	27
2.2.2 Perfil del emprendedor.....	28
2.3 Emprendimiento femenino.....	29
2.3.1 Definiciones	29
2.3.2 Estudios previos.....	30
2.3.3 Importancia	40
2.3.4 Beneficios	40
2.3.5 Motivos para incursionar en el emprendimiento	41

2.3.6 Dificultades al emprender	44
2.3.7 Características de las mujeres emprendedoras	48
2.3.8 Deficiencias en las empresas.....	49
2.3.9 Retos	51
Capítulo 3. Marco Contextual	53
3.1 Emprendimiento en México.....	55
3.2 Mujeres emprendedoras en México.....	57
3.2.1 Dificultades	58
3.2.2 Programas de Apoyo al emprendimiento femenino en México.....	60
3.3 Emprendimiento femenino en Hidalgo	60
3.3.1 Antecedentes de las empresas	60
a) DHM	61
b) AAL	61
c) DJJ	62
d) QNO	62
Capítulo 4. Resultados	63
a) Datos Personales	65
b) Situación Familiar	67
c) Experiencia Laboral.....	68
d) Motivos para incursionar en el emprendimiento.....	68
e) Obstáculos para emprender	70
f) Datos generales de la empresa	71
g) Capacidades Organizativas	75
Organización y dirección.....	75
Manejo de las Finanzas	76
Competencia	77
Mercadotecnia	77
Operaciones y logística.....	78
Tecnología.....	79
Manejo de Recursos Humanos.....	80
Conclusiones	82
Referencias bibliográficas	89
ANEXOS	95

Anexo. 1 Encuesta para el Estudio Exploratorio de Mujeres Emprendedoras en la ciudad de Pachuca de Soto, Hidalgo	96
--	----

ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICAS, FIGURAS E IMÁGENES

TABLAS

1. Matriz de congruencia	13
2. Estructura de la investigación.....	15
3. Estructura del instrumento.....	16
4. Características de las empresas estudiadas	18
5. Definiciones de emprendimiento	22
6. Importancia del emprendimiento desde diversas perspectivas.....	25
7. Características de los emprendedores	29
8. Estudios previos sobre el emprendimiento femenino.....	31
9. Dimensiones del modelo de Goffee y Scase	37
10. Motivaciones para incursionar en el emprendimiento	41
11. Características de los factores Pull y Push.....	43
12. Dificultades del emprendimiento femenino	44
13. Emprendimiento en México	55
14. Generalidades de las empresas	72
15. Porcentaje de empresas que tienen identificadas departamentos	75
16. Grado de utilización de las técnicas económico - financieras (escala 1 – 6).....	76
17. Financiamiento de las inversiones en activos fijos	76
18. Situación media de la empresa con respecto a la competencia.....	77
19. Porcentaje de implantación de equipamiento de medios de comunicaciones e informáticos	79
20. Intención de invertir en equipamiento de comunicación e informático	79

GRÁFICAS

1. Actividades económicas de las empresas en México	56
2. Edad de los empresarios en México.....	56
3. Principales motivaciones para emprender.....	57
4. Edad	65
5. Estado civil.....	65
6. Nivel de estudios.....	66
7. Número de hijos	67
8. Edad de las mujeres al crear su empresa	69
9. Motivos para incursionar en el emprendimiento	69
10. Años de funcionamiento de las empresas	71
11. Mujeres y hombres empleados	73
12. Horas dedicadas al manejo de la empresa.....	74
13. Fuentes de capital para crear la empresa	75
14. Uso de aplicaciones informáticas	80
15. Actividades de administración de Recursos Humanos	81

FIGURAS

1. Etapas de la investigación.....	17
2. Características del emprendedor.....	28
3. Conformación de los ecosistemas de emprendimiento.....	39
4. Obstáculos de las mujeres emprendedoras en México	59

IMAGENES

1. Actividad emprendedora en etapas iniciales.....	23
--	----

Resumen

El presente trabajo de investigación, constituye un estudio exploratorio y descriptivo, cuya estrategia cualitativa es la de estudio de casos múltiples en empresas de la ciudad de Pachuca de Soto, Hidalgo, creadas por mujeres. A través del presente trabajo se profundiza en tres principales aspectos: la caracterización de las empresas, motivaciones para incursionar en el emprendimiento y dificultades al emprender.

Se sustentará con la revisión de algunos estudios previos que permitan brindar un soporte teórico y metodológico, con lo cual se pretende además realizar comparaciones con lo hallado en ésta investigación.

Palabras clave: mujer emprendedora, empresa, motivación, dificultades al emprender

Introducción

Diversos países en el mundo buscan alentar a cada vez más personas a incursionar en el emprendimiento, debido a que está relacionado con el crecimiento económico y la generación de nuevas fuentes de empleo.

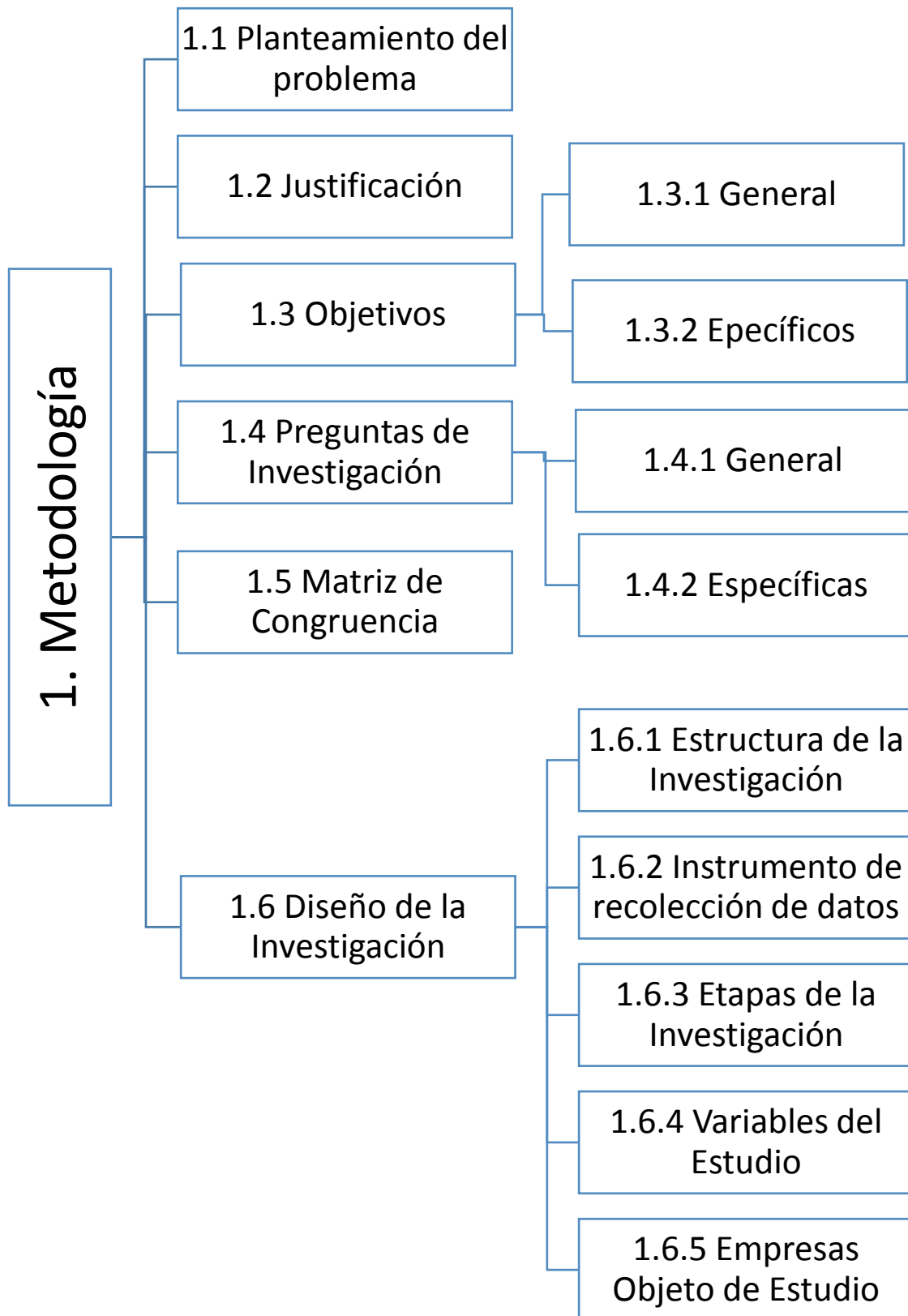
El estudio del emprendimiento es un campo relativamente nuevo y que se encuentra en desarrollo en México; aún más aquel que llevan a cabo las mujeres, también conocido como emprendimiento femenino. El reciente interés por estudiar éste fenómeno se debe en cierta medida al crecimiento de la participación de éstas en el emprendimiento. Muchos estudios previos sobre el emprendimiento se han realizado en países con altos índices de desarrollo, y se basan en su mayoría solo en hombres emprendedores. Sería incorrecto pensar que se obtendrán resultados similares en todos los países donde se lleve a cabo el proceso del emprendimiento.

Si bien algunas estadísticas apuntan hacia un crecimiento en el número de mujeres que emprenden un negocio, resultan dispares en comparación al número

de hombres que lo hacen, ya que éstas lo hacen en menor medida. Estas cifras resultan más frecuentes en países en vías de desarrollo como México, ya que existen entornos económicos, sociales y políticos que llegan a ser una barrera que limita el potencial de la capacidad emprendedora en las mujeres.

A lo largo de la historia, las mujeres han buscado su integración en diferentes ámbitos laborales y educativos, que les permita poder contribuir al desarrollo de la sociedad, aun cuando en muchos casos se les sigue relegando a labores del hogar y la crianza (Galeana, 2013). Esta situación, tiene consecuencias negativas en el entorno en el cual se desenvuelven ésta mujeres, viéndose reflejadas en la discriminación y estereotipos (ONU Mujeres, 2015) en muchos sectores hacia sus capacidades y habilidades. Esperan mejorar su situación económica, social y política para poder incursionar en diferentes ámbitos laborales, que les permita sobresalir, dirigir, escalar posiciones directivas y hasta incursionar en el emprendimiento, es decir crear sus propias empresas. Emprender puede significar para las mujeres el fortalecimiento de habilidades como la conciliación en situaciones de crisis, para organizar y liderar cualquier iniciativa que se propongan.

Capítulo 1: Metodología



Fuente: Elaboración propia

1.1 Planteamiento del Problema

Diversas instituciones en México tanto públicas como privadas se han dado a la tarea de incrementar apoyos financieros para que el número de mujeres en el emprendimiento, pueda crecer. Sin embargo, se da por hecho que la falta de recursos es la única razón por la cual no se emprende, dejando de lado aspectos como los obstáculos que enfrenta la mujer de manera personal, como por ejemplo al combinar su vida familiar y laboral o los que deriven por cuestiones de género.

Para poder diseñar programas integrales y políticas de apoyo dirigidas a las mujeres, se necesita estudiar a profundidad el fenómeno del emprendimiento de las mujeres. Por eso, identificar el perfil de las mujeres emprendedoras puede ser un recurso útil que ayude a desarrollar programas y políticas orientadas a estimular sus capacidades, aumentar el éxito de sus empresas, desarrollar un mejor ambiente que promueva su actividad emprendedora, además de poder aportar al desarrollo económico del país.

1.2 Justificación

Llevar a cabo este estudio, permite expandir el conocimiento sobre las mujeres emprendedoras, si se toma en cuenta que de acuerdo al Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y su Reporte Regional México 2015 (Hernández, Lizbeth, & Herrera, 2015), las regiones con la mayor tasa de actividad emprendedora son África y América Latina, con una tasa promedio de 20% es decir, uno de cada cinco adultos está iniciando una empresa o tiene una empresa nueva (menos de 3.), de ahí la importancia del estudio de éste fenómeno en crecimiento.

Por otra parte, son escasos los estudios sobre la situación de las mujeres emprendedoras en el estado de Hidalgo, por lo que se pretende identificar las condiciones de la mujer y sus trayectorias en el emprendimiento, mediante acercamientos prácticos, teóricos y conceptuales provenientes de distintos estudios, lo cual representa una oportunidad para comprender éste fenómeno, ya que se conoce poco del rol que desempeña. Se puede incluso afirmar que el poco éxito de algunas políticas o iniciativas públicas para fomentar este emprendimiento, de deben en cierta parte al desconocimiento de ésta actividad empresarial.

Además estudiar este fenómeno, contribuye a propiciar la existencia de más oportunidades económicas para ellas, mejorando su situación actual, desde el contexto social, educativo y familiar. Se pretende contribuir también al conocimiento de sus necesidades para que los programas de apoyo tanto públicos como privados, puedan orientarse eficientemente a promover un emprendimiento femenino exitoso. Aunado a ello, se espera alentar a que más mujeres incursionen en el emprendimiento.

1.3 Objetivos

1.3.1 General

Identificar la caracterización del emprendimiento llevado a cabo por mujeres, profundizando en factores como los motivos que las llevaron a crear empresas, los obstáculos que han enfrentado en su trayectoria en el emprendimiento y las características de las empresas. Se espera contribuir al conocimiento de las condiciones de la mujer y su trayectoria en el proceso del emprendimiento y que pueda además guiar a futuras emprendedoras.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar la forma en que se encuentran estructuradas y administradas las empresas.
- Conocer las motivaciones de carácter extrínseco e intrínseco que impulsaron a las mujeres a incursionar en el emprendimiento.
- Indagar sobre las dificultades a las que se han enfrentado las mujeres durante el proceso del emprendimiento conociendo algunos antecedentes.

1.4 Preguntas de investigación

1.4.1 Pregunta General

- *¿Cuál es el perfil de las mujeres emprendedoras en la ciudad de Pachuca de Soto?*

1.4.2 Preguntas específicas

- *¿Cuáles son las características de las empresas creadas por mujeres?*
- *¿Cuáles fueron las motivaciones que impulsaron a las mujeres a incursionar en el emprendimiento?*
- *¿Cuáles son las principales dificultades a las que se han enfrentado en el proceso de emprendimiento?*

1.5 Matriz de Congruencia

En la siguiente Matriz de Congruencia descrita en la tabla 1, se muestra el proceso de la investigación de manera que exista una congruencia entre cada una de las partes involucradas en dicho procedimiento.

Tabla 1. Matriz de Congruencia

“Mujeres emprendedoras: un estudio multi-caso en la ciudad de Pachuca de Soto”			
Objetivo General: Identificar la caracterización del emprendimiento llevado a cabo por mujeres, profundizando en factores como los motivos que las llevaron a crear empresas, los obstáculos que han enfrentado en su trayectoria en el emprendimiento y las características de las empresas. Se espera contribuir al conocimiento de las condiciones de la mujer y su trayectoria en el proceso del emprendimiento y que pueda además guiar a futuras emprendedoras.			
Pregunta General: <i>¿Cuál es el perfil de las mujeres emprendedoras en la ciudad de Pachuca de Soto?</i>			
Objetivos Específicos	Identificar la forma en que se encuentran estructuradas y administradas las empresas.	Conocer las motivaciones de carácter extrínseco e intrínseco que impulsaron a las mujeres a incursionar en el emprendimiento.	Indagar sobre las dificultades a las que se han enfrentado las mujeres durante el proceso del emprendimiento conociendo algunos antecedentes.
Preguntas de Investigación	¿Cuáles son las características de las empresas creadas por mujeres?	¿Cuáles fueron las motivaciones que impulsaron a las mujeres a incursionar en el emprendimiento?	¿Cuáles son las principales dificultades a las que se han enfrentado en el proceso de emprendimiento?

Fuente: Elaboración propia

1.6 Diseño de la Investigación

El diseño de la presente investigación es de corte transversal y no experimental. Tiene un carácter descriptivo y explicativo, con un enfoque cualitativo. Se realizó un muestreo por conveniencia (debido a su aportación al presente estudio y no por su representatividad en la población), no probabilístico y dirigido. Tiene un propósito exploratorio, cuya estrategia cualitativa es la de estudio de casos múltiples. Se sustentó con la revisión de algunos estudios previos que permitieron brindar un soporte teórico y metodológico.

Las participantes, mujeres que hayan creado su propia empresa, debieron estar vinculadas con esta por un periodo mínimo de dos años, esto se toma en consideración de acuerdo a los criterios para la definición de *emprendedora* según Avolio (2008).

Para la recolección de datos se utilizó una encuesta en la cual se plantean preguntas abiertas, de opción múltiple y de escala Likert. Esta se aplicó a cuatro mujeres que se encontraran emprendiendo un negocio formal, asentadas en la ciudad de Pachuca de Soto, Hgo. El número de participantes se determinó en base a los tamaños de muestra comunes en estudios cualitativos, donde de acuerdo al tipo de estudio (estudio de caso) el tamaño mínimo de la muestra sugerido es de uno a varios casos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006).

El sector económico en el que se encontraron dichas empresas así como el tamaño, fue indiferente para el estudio, puesto que el objetivo fue indagar en los aspectos que conllevan el emprendimiento de mujeres, no en la conformación de las empresas.

Por cuestiones de confidencialidad, los nombres de las emprendedoras, así como el nombre de sus empresas, han sido omitidos.

1.6.1 Estructura de la Investigación

En la siguiente tabla se describe a detalle aspectos metodológicos del presente trabajo.

Tabla 2. Estructura de la Investigación

Propósito	Conocer y comprender a través del marco teórico propuesto, las características del emprendimiento femenino
Diseño de Investigación	Investigación corte transversal y no experimental. Tendrá un carácter descriptivo y explicativo, con un enfoque cualitativo. Tiene un propósito exploratorio, cuya estrategia cualitativa es la de estudios de casos múltiples.
Unidad de análisis	Mujeres que se encuentren emprendiendo un negocio formal, vinculadas con este por un periodo mínimo de dos años y que estén asentadas en la ciudad de Pachuca de Soto, Hgo.
Ámbito geográfico	Municipio de Pachuca de Soto, Hidalgo
Universo	Mujeres emprendedoras establecidas en Pachuca de Soto.
Tipo de muestra	Muestreo homogéneo, no probabilístico y dirigido.
Muestra	Cuatro mujeres que hayan creado una empresa que a la fecha siga en función.
Recolección de información	Encuesta conformada por preguntas abiertas, de opción múltiple y de escala Likert.
Informadores clave	Mujeres emprendedoras
Herramientas e interpretación de evidencia	Gráficas, imágenes, tablas y resumen de información recopilada

Fuente: Elaboración propia

1.6.2 Instrumento de recolección de datos

La selección de las variables resultó esencial para la selección del instrumento seleccionado para la presente investigación. El que fue utilizado, consta de un cuestionario con preguntas abiertas, de opción múltiple y de escala Likert, el cual está basado en el utilizado para la Tesis Doctoral Un Estudio Exploratorio de las Mujeres Empresarias en el Perú (Avolio, 2008), al cual se le han hecho adecuaciones para la población mexicana. Además se hizo uso de un extracto de la estructura de la Encuesta sobre Administración de Empresas (Martínez, Sánchez, Somohano, Pérez, & Marín, 2008) referente a información socio-demográfica y de estructuración de las empresas. De ésta forma se espera que sea preciso, entendible y que además permita al investigador hacer la una correcta interpretación de la información. A continuación se muestran las partes que lo conforman en la tabla 3.

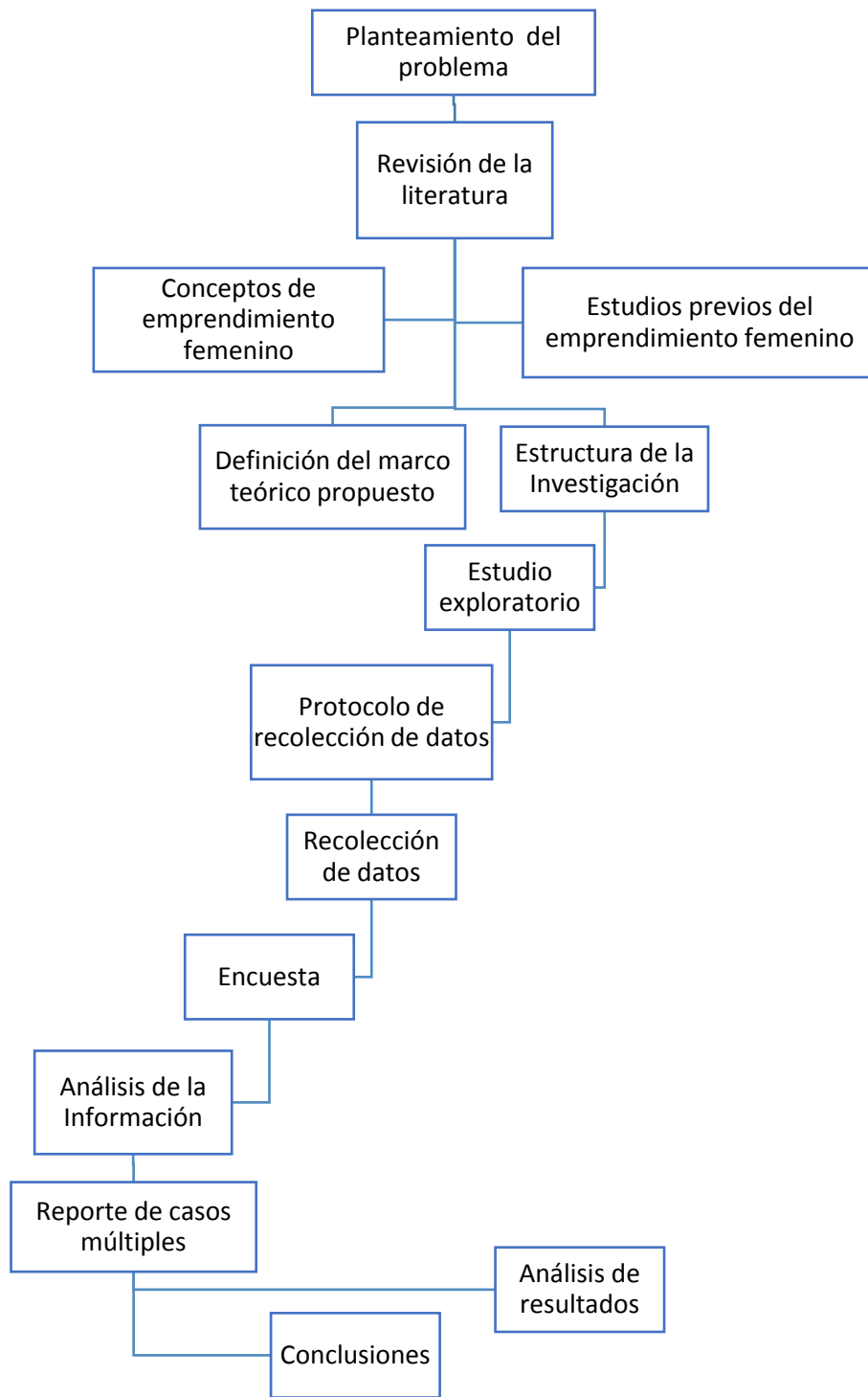
Tabla 3. Estructura del instrumento

Bloque	Nombre del Bloque	Temas a tratar	Preguntas
1	Datos personales	<ul style="list-style-type: none"> – Aspectos generales de las mujeres (edad, nivel de estudios, estado civil y número de hijos) 	1 a 7
2	Situación familiar	<ul style="list-style-type: none"> – Emprendimiento en padres o tutores (ramo, edad, nivel de estudios) y su influencia en las mujeres para incursionar en el emprendimiento – Vida familiar y emprendimiento – Manejo de la empresa desde el hogar – Limitación del crecimiento de la empresa por motivos familiares – Pareja y su emprendimiento 	8 a 28
3	Experiencia laboral	<ul style="list-style-type: none"> – Experiencia previa a la creación de sus empresas – Otras fuentes de ingresos económicos 	29 a 37
4	Motivos para incursionar en el emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> – Inicio en el emprendimiento – Principales razones para crear empresas – Influencia de experiencias previas en otros trabajos para emprender – Discriminación en trabajos previos – Apoyo emocional 	38 a 50
5	Obstáculos para emprender	<ul style="list-style-type: none"> – Retos al iniciar y dirigir su empresa – Conocimientos necesarios – Aspectos relevantes del emprendimiento identificados por la mujeres 	51 a 56
6	Datos generales de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> – Tiempo de funcionamiento – Actividad económica de la empresa – Productos o servicios que ofrece – Mercado al que se dirige – Número de empleados – Empresa familiar – Tiempo dedicado al manejo de su empresa – Fuentes de capital para crear su empresa – Apoyos económicos recibidos 	57 a 67
7	Capacidades organizativas de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> – Organización y dirección – Manejo de las finanzas – Competencia – Mercadotecnia – Operaciones y logística – Tecnología – Manejo de Recursos Humanos 	68 a 86

Fuente: Elaboración propia

1.6.3 Etapas de la investigación

Figura 1. Etapas de la investigación



Fuente: Elaboración propia

1.6.4 Variables de estudio

- Características de las empresas
- Motivación para emprender
- Dificultades del emprendimiento

1.6.5 Empresas objeto de estudio

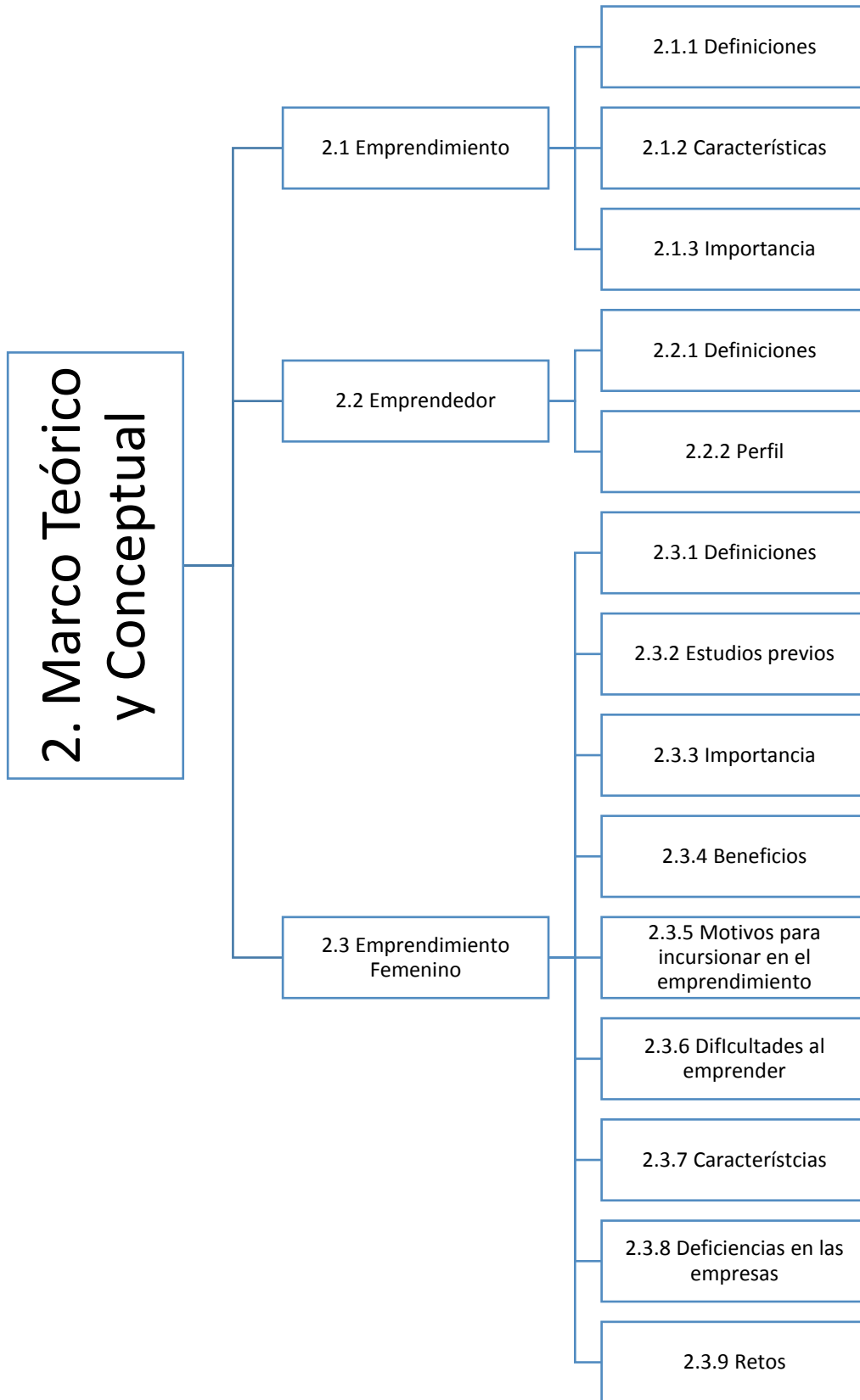
Con base en la recolección de datos de las empresas en donde se realizó la presente investigación, se les clasifica como se muestra en la tabla 4, de acuerdo a la Estratificación de los Establecimientos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2009).

Tabla 4. Características de las empresas estudiadas

Empresa	Sector	Tamaño
1.DHM	Construcción	Pequeña
2.AAL	Manufactura	Mediana
3.DJJ	Servicios	Pequeña
4. QNO	Servicios	Pequeña

Fuente: Elaboración propia

Capítulo 2. Marco teórico y conceptual



Fuente: Elaboración propia

2.1 Emprendimiento

2.1.1. Definiciones

El concepto de emprendimiento fue abordado desde la perspectiva económica hasta la década de los 80, cuando se comenzó a estudiar su relación entre la creación y dirección de empresas con algunos elementos personales y contextuales.

Existen dos acepciones de la Real Academia Española (RAE) al concepto de emprender: La primera, lo define como el hecho de acometer y comenzar una obra; la segunda, como tomar el camino con resolución para llegar a un punto y se refiere a la capacidad de hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta, siendo utilizada para identificar a quien comenzaba una empresa, término que fue ligado a empresarios innovadores o aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados (Brousse & Bugman, 2005).

Por su parte Timmons (1994), considera que éste fenómeno puede entenderse como un proceso de creación, de aprovechamiento de una oportunidad, aun cuando se tengan los recursos actualmente controlados o limitados.

Para HarperCollins (2003) el término inglés *entrepreneurship* o emprendimiento en castellano es definido como el estado de ser de un empresario o las actividades asociadas con ser un empresario.

La empresa, palabra proveniente del inglés *enterprise*, es una organización, especialmente un negocio o un plan importante y difícil, especialmente relacionado a la obtención de dinero. También puede definirse como una unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos (RAE, 2017). Para efectos del presente trabajo, el término de empresa se referirá a las organizaciones dedicadas a actividades industriales, comerciales o de servicios con fines lucrativos.

El emprendimiento puede ser definido como aquel motor de la economía moderna y del desarrollo social a través del crecimiento económico, la generación de empleo y el fomento a la innovación (Bosma & Levie, 2010, citado en Herrera & Gutiérrez), es además esa capacidad de una persona para alcanzar una meta u

objetivo, iniciando un nuevo proyecto que le permita ir más allá de donde ha llegado antes y alcanzar así mayores logros (Herrera & Gutiérrez, 2014)

A lo largo del tiempo, diversos autores y estudiosos del tema han realizado algunas definiciones de lo que significa emprender. La tabla 5, muestra algunas comúnmente usadas:

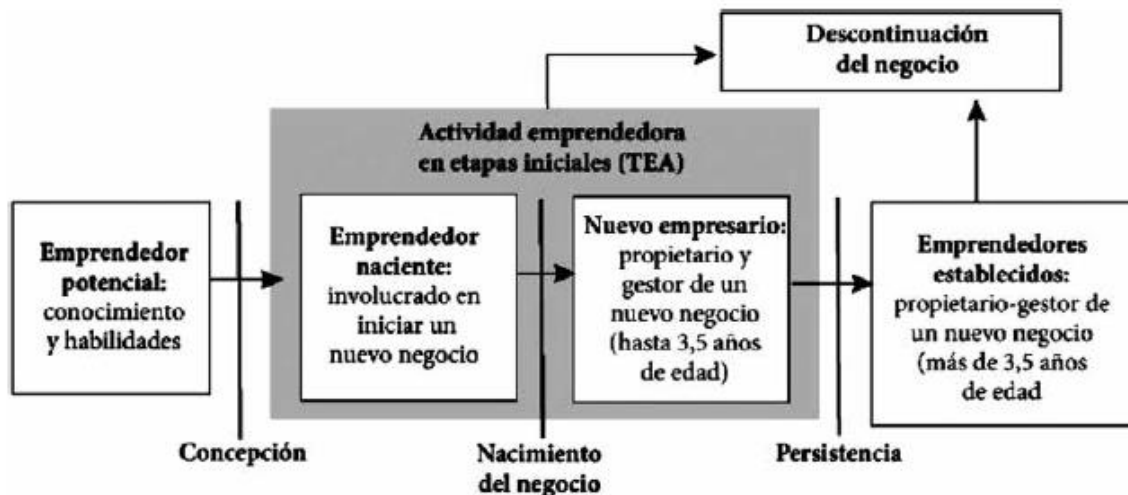
Tabla 5. Definiciones de Emprendimiento

Autor	Definición
Knigh F. (1921)	Ganancias producto de la incertidumbre y el riesgo
Schumpeter J. (1934)	Llevar a cabo las nuevas combinaciones de la empresa - nuevos productos, nuevos servicios, nuevas fuentes de materia prima, nuevos métodos de producción, nuevos mercados, nuevas formas de organización.
Hoselitz B. (1952)	Manejo de la incertidumbre... coordinación de recursos productivos, introducción de innovaciones y la previsión de capital.
Casson M. (1982)	Decisiones y juicios acerca de la coordinación de recursos escasos
Stevenson H., Roberts M. & Grousbeck H. (1989)	Ir tras de una oportunidad sin tomar en cuenta los recursos actualmente controlados.
Hart M., Stevenson H. y Dial J. (1995)	Búsqueda de una oportunidad sin considerar los recursos actualmente controlados pero obligado por las elecciones previas de los fundadores y su experiencia industrial relacionada.

Fuente: Dolliger, M. (2003) *Entrepreneurship Strategies and Resources*. Prentice Hall. 3era.Edición. Nueva Jersey. Citado en: Muñiz, L. (2006). "Emprendedores" Un modelo de programa educativo para el fomento del espíritu emprendedor (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Autónoma de México. Ciudad de México.

El GEM (2012) define el emprendimiento como una secuencia de cuatro etapas que se diferencian por la duración de cada una como se muestra en la imagen 1.

Imagen 1. Actividad emprendedora en etapas iniciales



Fuente: Castiblanco (2013)

El emprendedor que logre que su empresa le genere ingresos por más de tres meses, tendrá una empresa naciente. Si le genera ingresos por más de 42 meses de forma continua, ha superado el periodo de mortalidad de la empresa y puede considerársele como un negocio establecido.

Cada emprendimiento debe ser adecuado al lugar donde se realiza, ya que obedece a necesidades diferentes.

2.1.2 Características

Entre las principales características que podemos encontrar del emprendimiento, según los autores anteriormente mencionados, podemos desatacar las siguientes:

- Creación e innovación
- Integración de recursos
- Oportunidad de obtener ganancias bajo riesgo o con el conocimiento de que existirá la incertidumbre

Se puede decir que emprender es la creación de una organización económica innovadora con la finalidad de obtener una ganancia creciendo y desarrollándose bajo condiciones de riesgo y de incertidumbre. Esta definición lleva consigo tres implicaciones:

- Creación: implica originar por lo que la compra de una empresa o su transferencia a nuevos propietarios, no representa la acción de emprender.
- Organización económica: significa que el objetivo de las empresas será utilizar de manera eficiente los recursos con los que cuenta de manera que pueda utilizarlos para generar riqueza.
- Riesgo e incertidumbre: el emprendedor se encuentra constantemente bajo condiciones que no puede saber ni controlar. El riesgo se refiere a esa posibilidad de que se produzca un contratiempo o inconveniente y para el emprendimiento significa que puede no tener resultados positivos ante alguna decisión. Por su parte, la incertidumbre es la falta de seguridad, de confianza o de certeza sobre algo, que para el emprendedor significa la posibilidad de confiar o no en sus pronósticos de cómo se desarrolla el ambiente donde se desenvuelven.

Son dos las principales elementos que convergen para consolidar el emprendimiento: los empresarios, líderes que están dispuestos a tomar constantes riesgos para lograr sus objetivos personales y laborales, así como el lugar de emprendimiento en el que se encuentren, el cual puede incrementar sus posibilidades de crecimiento o limitarlas (Naranjo, Campos, & Natzin, 2016). Emprender llevar consigo el deseo de llevar a cabo la acción de aplicar la creatividad en diversos ámbitos, pero sobre todo en el empresarial. Es crear y construir algo de valor, desde ceros, aprovechándose de una idea y oportunidad.

Todas las actividades relacionadas con detectar oportunidades y crear organizaciones para concretarlas, comprenden el proceso de emprender. Es un proceso mediante el cual un individuo realiza esfuerzos organizados para buscar oportunidades con el fin de crear valor y crecimiento, satisfaciendo deseos y

necesidades por medio de la innovación y la exclusividad sin importar los recursos que el emprendedor posea en ese momento (Robbins & Coulter, 2005)

2.1.3 Importancia

El emprendimiento guarda una estrecha relación con la dinámica productiva de los países, el crecimiento económico, el desarrollo social y la formación de una cultura necesaria para el progreso (Duarte, 2007). Por otro la importancia de éste fenómeno para los emprendedores se puede entender desde diversas perspectivas que consideran algunos aspectos positivos que se generan en el emprendedor, como se muestra en la tabla 6.

Tabla 6. Importancia del emprendimiento desde diversas perspectivas

Perspectiva	Importancia del emprendimiento
Comportamental	Desarrolla en el emprendedor el gusto por cumplir metas y establecer estrategias para alcanzarlas. A lo largo del tiempo, se pierde el miedo al riesgo
Psicológica	El emprendedor se vuelve perseverante, pero analiza más a detalle las decisiones que considera adecuadas, basándose en sus éxitos o fracasos, aunque algunos muestran un “exceso de confianza” o “generalizan demasiado a partir de algunas pocas características”.
Económica	Busca mejorar su calidad de vida a través de la generación de mayores ingresos. Se vuelve un dinamizador del desarrollo económico
Antropológica	El emprendedor se convierte en un agente de cambio social, que es capaz de integrar fuerzas económicas y sociales, volviéndose la imagen del desarrollo de la sociedad.
Procesos	El emprendedor puede desarrollar una relación dialógica entre su desarrollo y la creación de valor económico. Desea y hace lo posible por desarrollar procesos claros basándose en las oportunidades que logra identificar.

Fuente: Elaboración propia con base en Rodríguez (2010).

De esta manera se puede decir que la importancia del fenómeno del emprendimiento radica en la oportunidad de mejorar la economía de una región, pero además, significa en el emprendedor, una oportunidad para mejorar sus capacidades y habilidades relacionadas al manejo de una empresa y a su incursión en el mercado laboral.

El emprendimiento lleva consigo el desarrollo de ciertas competencias como la habilidad de comunicarse clara y concretamente, de solucionar problemas, ser analítico, diseñar e implantar ideas innovadoras, plantear objetivos alcanzables y dirigir a los equipos de trabajo hacia el cumplimiento de las metas de la empresa. Estas habilidades pueden desarrollarse por medio de redes de trabajo, la cuales implican un proceso de involucramiento de los participantes, un interés personal de establecer metas, mayor confianza entre los interesados, crecimiento mutuo, desarrollo en mayor número de ámbitos de la vida cotidiana, beneficios personales y no sólo laborales (Ojeda, 2011).

2.2 Emprendedor

2.2.1 Definición

El término “Entrepreneur” fue utilizado por primera vez en textos de economía por el francés Richard Cantillon. Pinchot (1987) quien acuñó el término “intrapreneurship” para referirse a los aventureros que viajaban al Nuevo Mundo en búsqueda de oportunidades de mejores oportunidades de vida sin saber con certeza que conseguirían (Escalona, 2009), e incluso se hace referencia a los hombres que realizaban expediciones militares. Posteriormente dio paso al término de “emprendedor” que es aquella persona que posee la habilidad o “espíritu” que hace que existan iniciativas de proyectos y negocios en las empresas (Castiblanco, 2013). La palabra “emprendedor, proviene del inglés Entrepreneur (Harper, 2003) y es definido como aquella persona que inicia su propio negocio, especialmente cuándo este involucra riesgo.

El emprendedor es alguien que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a precios, ganancias y pérdidas, nivelando así la demanda y la oferta generando ganancias propias si es que especula correctamente y si no, asume las pérdidas que le puede generar. Todo ello le

permitirá con el tiempo generar experiencia para poder disminuir la incertidumbre en las decisiones que tome en su empresa (Castillo, 1999).

Por otra parte, de acuerdo a Formichella (2002), ser emprendedor se refiere a la capacidad de poder crear algo nuevo o de dar un nuevo uso a algo ya existente, lo cual permita impactar en su vida y en la comunidad que habita. Es ser capaz de crear, llevar a cabo nuevas ideas, generar bienes y servicios, asumir riesgos y enfrentar problemas, pero además es alguien que logra identificar las oportunidades que le brinda su entorno. Los emprendedores poseen iniciativa propia y saben cómo construir la estructura o conseguir los elementos necesarios para llevar a cabo sus proyectos (Castiblanco, 2013).

Para Schumpeter (citado en Carrasco & Castaño, 2008), el emprendedor es el fundador de una nueva empresa, un innovador que rompe con una forma tradicional de hacer las cosas, con las rutinas establecidas, quien debe poseer la habilidad del liderazgo y el talento para identificar la mejor manera posible de actuar; ve las cosas como nadie más las ve, no son solo administradores, ni inversores, son un tipo especial de personas.

2.2.1.1 Intraemprendedores

Aparte de los emprendedores existen otros actores empresariales importantes, denominados *intraemprendedores*, quienes son individuos que manifiestan un comportamiento al desarrollo de emprendedor interno, generando y desarrollando oportunidades de negocio, manteniéndolo estable. Estos aportan su visión empresarial, su compromiso, su esfuerzo y su investigación para que la empresa crezca (Castiblanco, 1999).

Es por medio de la cultura organizacional que se puede promover desalentar la participación del intraemprendedor; aspectos como la alta formalización, toma de decisiones centralizada e intolerancia a la experimentación, convierte a éstos actores en personas pasivas y con desinterés en participar en la empresa (Kanter, citado por Trujillo y Guzmán, 2008).

Se llega incluso a cuestionar si llega a ser más importante que el mismo emprendedor, que mientras este crea empresas, el intraemprendedor, las dirige al

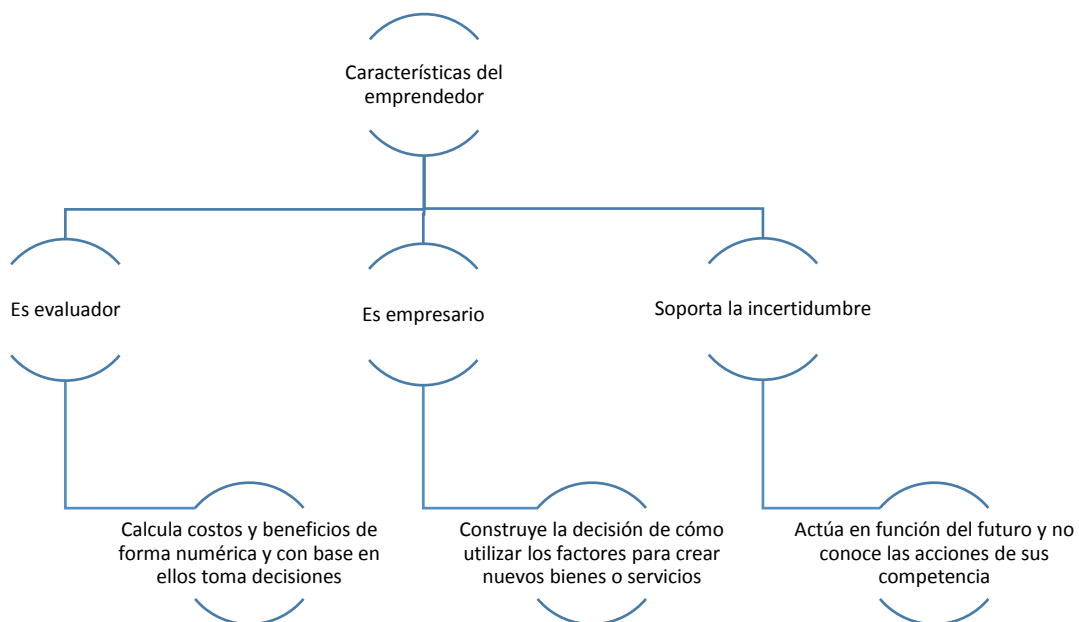
éxito. La falta de intraemprendedores involucrados en las empresas puede ser de mayor peso que las del emprendedor mismo, viéndose reflejado en el fracaso y desaparición de éstas.

2.2.2 Perfil del emprendedor

El emprendedor según Baumol (1990), se desenvuelve en un espacio económico y social, esto se debe a la interconexión entre su contexto interno (factores individuales y personales) y externo (factores del entorno y contextuales) de manera que reúne una serie de habilidades, cualidades, capacidades psíquicas e intelectuales que interactúan para establecer un equilibrio en el desempeño exitoso de sus actividades. Desde una perspectiva psicológica, el emprendedor es un individuo que posee ciertas características de personalidad que lo predisponen a actuar. Un ser que orienta sus acciones en función de los beneficios económicos que puede recibir y de la motivación hacia el logro (Sánchez, 2003)

De acuerdo a Mises (citado en Castillo, 1999), para que un individuo se considere emprendedor, debe poseer tres características como se muestra en la figura 2.

Figura 2. Características del emprendedor



Fuente: Elaboración propia con base en Formichella (2002)

Un emprendedor eficaz, obtiene una ventaja sobre sus competidores si está alerta a las señales del mercado. El emprendimiento no se enfoca en el conocimiento de oportunidades sino en su capacidad de estar alerta a los cambios en el mercado (Castillo, 1999). El emprendedor posee una serie de características como se describen en la tabla 7.

Tabla 7. Características de los emprendedores

Característica	Descripción
Pasión por el negocio	El emprendedor deberá tener mucho interés y pasión por el negocio, ya que existirán muchos obstáculos que vencer y sin ésta característica el negocio no obtendrá el éxito deseado
Autoconfianza	Los emprendedores tienen mucha confianza en sus habilidades y en el concepto del negocio.
Necesidad de logros	Es el deseo del emprendedor de alcanzar el éxito y triunfar
Manejo de riesgos	Los empresarios calculan los riesgos en la primera etapa del negocio y lo controlan
Iniciativa	El empresario tiene disposición para realizar las ideas que le apasionan
Tolerancia al cambio	El emprendedor de éxito ve el cambio como normal, responden a éste y lo explota como oportunidad.

Fuente: Elaboración propia con base en Briseño (2016)

Se puede hablar incluso de un espíritu emprendedor, que se entiende como las características de la personalidad que se manifiestan en la forma de pensar y actuar vinculadas con la búsqueda y el aprovechamiento de las oportunidades (Carlos, Contreras, Silva & Liquidano, 2015).

2.3 Emprendimiento femenino

2.3.1 Definiciones

Cabe hacer mención que los autores que definen el concepto de emprendimiento, no hacen distinción de género entre hombres y mujeres, puesto que se refieren a

individuos capaces de crear sus propias empresas, sin embargo algunos otros, basados en las diferencias existentes en la forma en que emprenden hombres y mujeres, han hecho algunas definiciones de lo que el emprendimiento femenino conlleva, las cuales se exponen a continuación.

El emprendimiento femenino según (Santamaría & Tapia, 2017), puede definirse como la actividad de carácter innovador y creativa, realizada por una mujer para alcanzar su independencia económica, individual o en colaboración, y generar así oportunidades de empleo y mejoramiento de la calidad de vida para otras personas en los diferentes ámbitos profesionales, sociales y personales.

Una mujer emprendedora puede ser definida como una persona con confianza, innovación y creatividad, capaz de lograr una independencia financiera, de manera individual o en colaboración, generando oportunidades de empleo para otros, a través de la iniciativa, el establecimiento y funcionamiento de las empresa, al mismo tiempo que lleva su vida personal, familiar y social (Sunanda & Naik, 2016). Es una persona quien ya sea de manera individual o junto con un grupo de socios, empieza o le es heredado un negocio y quien se encuentra interesada en asumir riesgos y responsabilidades financieras, administrativas, sociales y de participar en actividades cotidianas de gestión administrativa (Parvin, Rahman, & Jia, 2012). Las mujeres emprendedoras pueden ser definidas como la mujer o el grupo de mujeres que inicia, organiza y opera una empresa de negocios (Pandian, 2011).

2.3.2 Estudios previos

La importancia económica y social de las mujeres en el emprendimiento ha despertado el interés de diversos investigadores, aplicados a diferentes contextos. A continuación se muestran los resultados obtenidos de varias investigaciones al respecto en la tabla 8. Cabe hacer mención que algunos de los siguientes autores utilizan el término de empresarias, sin embargo se refieren a mujeres que hayan creado sus empresas (empreendedoras).

Tabla 8. Estudios previos sobre el emprendimiento femenino

Referencia	Objetivo del estudio	Conclusiones
(Álvarez, Noguera, & Urbano, 2012)	Analizar los factores del entorno que influyen en la probabilidad de que las mujeres sean emprendedoras en el ámbito de España, utilizando la Teoría Económica Institucional (North, 1990 y 2005) como marco teórico de referencia.	Los principales resultados indican que los factores informales (percepción de habilidades para emprender y rol familiar) tienen un efecto significativo sobre la probabilidad de ser mujer emprendedora, mientras que los factores formales (financiación, políticas de apoyo no económicas y formación) no tienen ningún efecto. De esta manera, se puede afirmar que los factores informales son más relevantes para el emprendimiento femenino que los formales. Así mismo, estos resultados permiten avanzar en el análisis de la actividad emprendedora desde el enfoque institucional, dando mayor robustez a los factores del entorno como condicionantes de la creación de empresas especialmente, para el caso de las mujeres emprendedoras.
(Berdugo & Gámez, 2015)	Indagar sobre los principales motivos que llevaron a las mujeres a crear empresas, los obstáculos que han enfrentado en su trayectoria empresarial y las características de sus empresas.	La mayoría de las mujeres no tenía experiencia previa en el emprendimiento, mientras que algunas se habían familiarizado con el tema por estudios universitarios o mediante cursos, seminarios y diplomados. La edad promedio de las mujeres al crear la empresa fue de 29 años. El estado civil que predomina es el de las mujeres solteras.
(Blasco-Buriel, Brusca-Alijarde, Esteban-Salvador, & Labrador-Barrafón, 2016)	Construir un modelo de análisis de la satisfacción de las mujeres empresarias asumiendo que esta satisfacción repercutirá en mayores niveles de éxito de sus empresas.	Las empresarias se encuentran bastante satisfechas con su actividad emprendedora. Asimismo, para alcanzar un mayor éxito, las empresarias deben crear un negocio en el que tengan una formación adecuada, en un sector en el que tengan experiencia y en el que existan buenas oportunidades de

		negocio, buscando un nicho de mercado en el que tengan ventajas competitivas.
(Brousse & Bugman, 2005)	Analizar la caracterización y la situación que enfrentan las mujeres emprendedoras de la ciudad de Valdivia.	En la mayoría de los casos, es la familia quien las ha impulsado a emprender. En su mayoría no han enfrentado dificultades de género ni ningún tipo de discriminación y que incluso en varias ocasiones les significó una ventaja. Por otro lado, las políticas públicas en materia laboral debieran tender a hacer más compatible el trabajo de las mujeres en el hogar y fuera de él. Promover y fomentar la generación de nuevos negocios, facilitar el acceso de financiamiento bancario a mujeres e informar sobre instituciones de orientación y redes de trabajo para nuevas emprendedoras, prolongaría el éxito a más mujeres.
(Buendía-Martínez, 2013)	Analizar las relaciones entre empoderamiento femenino, actividad empresarial y desarrollo rural en América Latina.	Existen relaciones de dependencia entre el empoderamiento femenino y el desarrollo rural por medio de la actividad emprendedora y del desarrollo. Una de las principales conclusiones del trabajo es que el empoderamiento femenino facilita y refuerza de manera evidente la actividad emprendedora femenina y el desarrollo de los países, y de manera indirecta, el desarrollo rural. El empoderamiento femenino, facilita el desarrollo económico y por ende el desarrollo rural.
(Castiblanco, 2013)	Revisar el surgimiento del emprendimiento como categoría teórica y su relación con los emprendimientos realizados por mujeres.	La forma de manejo de las empresas de las mujeres es diferente, se caracteriza por una menor orientación al logro y mayor cohesión, una menor búsqueda de ganancias pero más búsqueda de independencia.
(Cesaroni & Senturi, 2016)	Presentar las principales observaciones de una investigación empírica cuyo objetivo es	No se encontró una evidencia significativa que afirme que el género influya para que se autorice o no un crédito. Sin embargo, aunque las mujeres si llegan a tener

	<p>responder a las siguientes preguntas de investigación: (1) ¿Los hombres y mujeres emprendedores solicitaron nuevos préstamos bancarios durante épocas de crisis? (2) ¿Obtuvieron préstamos bancarios requeridos en las mismas condiciones? (3) ¿Qué variables, distintas del género, influyen en el acceso al crédito bancario?</p>	<p>acceso a los créditos, el monto que le es autorizado, suele ser menor al solicitado. Se muestra que las instituciones financieras fueron más cautelosas al ofrecer créditos a mujeres, por lo que las empresas dirigidas por mujeres pidieron préstamos bancarios más raramente que los dirigidos por hombres. Género, edad y educación de los empresarios, historial crediticio y la industria sólo afectan un poco el acceso al crédito durante la crisis</p>
<p>(De la Fuente-Cabrero, Segovia-Pérez, & Figueroa-Domecq, 2014)</p>	<p>Analizar el efecto que una medida de apoyo a la financiación del emprendimiento femenino tiene sobre el nivel y las características de dicho emprendimiento, así como saber si su existencia tiene una influencia positiva en las actividades de emprendimiento, en función del número y cuantía de proyectos financiados.</p>	<p>Existen diferencias entre el emprendimiento femenino y masculino y que las mujeres incrementan sus actividades de emprendimiento cuando existen apoyos específicos de instituciones financieras. Se deben crear políticas adaptadas a las necesidades diferenciadas de las mujeres y los distintos segmentos.</p>
<p>(Jency & Siniya, 2016)</p>	<p>Conocer el crecimiento y los problemas que enfrentan las mujeres al emprender, así como saber si conocen programas institucionales de apoyo a los empresarios</p>	<p>Las mujeres en su mayoría no conocían los apoyos que el gobierno brinda para la creación de empresas.</p>
<p>(Jorge, Andreassi, & Toneli, 2015)</p>	<p>Analizar las situaciones críticas que han afrontado las mujeres empresarias y cómo las superaron.</p>	<p>Las cuestiones prácticas de la gestión de sus empresas y algunos sentimientos, se encontraban relacionados al dirigir sus empresas, es decir, algunas cuestiones</p>

		personales se mezclaban en sus aspectos profesionales.
(León & Huari, 2010)	Identificar las variables que determinan la probabilidad de que la mujer peruana adulta y jefa de hogar decida emprender algún negocio o empresa propia.	La probabilidad de que la mujer emprenda negocios está determinada por la edad, el capital social personal, el tamaño de la familia, por el nivel de educación alcanzada y el ingreso per cápita del hogar. La probabilidad de que una mujer adulta y jefa de hogar emprenda algún negocio es mayor en la medida en que tenga una mayor edad, aumente el número de miembros en el hogar y participe en alguna organización social. En tanto que disminuirá, dicha probabilidad, cuando alcance mayores niveles de educación e ingreso familiar per cápita
(Ortiz, Duque, & Camargo, 2008)	Presentar las tendencias de las investigaciones que se han realizado en varios países del mundo alrededor del emprendimiento femenino.	Es necesario formular políticas que faciliten la creación de empresas por parte de las mujeres y fortalecer en la academia los programas de desarrollo empresarial al incluir aspectos específicos relacionados con la disposición y la capacidad de la mujer para emprender.
(Patel, 2015)	Mostrar cómo ha cambiado la situación de las mujeres empresarias a lo largo de más de cincuenta años y cuales han sido los retos u obstáculos a los que se han enfrentado. Así mismo saber si el género ha influido en su proceso de emprendimiento.	Algunas mujeres se han preocupado por mejorar las condiciones que propicien el emprendimiento femenino, sobre todo aquellas que forman parte de un estrato social mediano. Es necesario empoderar a las mujeres para que tengan el valor de reclamar mejores oportunidades y para ello se puede empezar desde las escuelas promoviendo el emprendimiento
(Ramadani, 2015)	Estudiar algunas condiciones de mujeres empresarias y algunos problemas que tienen que enfrentar al emprender	Las mujeres emprenden para elevar su potencial. Las habilidades que consideran necesarias son la comunicación, para poder generar ideas, metas, planes y políticas. Las mujeres enfrentan distintas dificultades como poder operar en el

		mercado, poder tener un balance entre su vida privada y laboral. Algunas recomendaciones pueden ayudar a mejorar el ambiente en el cual las mujeres puedan emprender más fácilmente: Mas acceso a financiamientos, es decir que las instituciones bancarias puedan incrementar el número de financiamientos para empresas de mujeres y llevar a cabo programas educativos para animar a las mujeres desde temprana edad a poder empoderarse y tener la iniciativa de poder emprender
(Rodríguez & Santos, 2008)	Analizar las diferencias de género que persisten en el proceso de creación de empresas y que influyen negativamente en las mujeres que deciden convertirse en empresarias	Se encontraron algunas diferencias de género en el proceso de creación de empresas desarrollado en la provincia de Sevilla. Estas diferencias indican que el desempeño de varía según el sexo del emprendedor, lo que parece estar dificultando la participación de las mujeres en la actividad empresarial.
(Ruiz, Camelo, & Corduras, 2010)	Establecer una visión amplia de las características más destacadas de la actividad emprendedora femenina en relación a la masculina en España.	Se necesita una mayor coordinación y divulgación más eficaz de las ayudas y medidas de apoyo. Además, para conseguir la diversificación, será necesario complementar la formación sectorial con un asesoramiento específico por sectores, y una mayor coordinación entre los distintos organismos y comunidades autónomas que prestan apoyo. También se deberá fomentar el desarrollo de equipos empresariales mixtos, como algo natural y positivo para la diversidad e innovación, donde hombres y mujeres pueden aportar lo mejor de sus características y experiencias diferenciales, impulsando la corresponsabilidad. Por último, el seguimiento, evaluación y ajuste de las políticas y programas, a la realidad económica y empresarial,

		es una condición necesaria de toda acción de gobierno.
(Saavedra & Camarena, 2015)	Describir la situación del emprendimiento femenino en Latinoamérica, para ello se analizaron las razones para emprender un negocio, las diferencias entre el nivel educativo de mujeres y hombres emprendedores, las restricciones que enfrentan las mujeres emprendedoras para acceder a fuentes de financiamiento que les permitan desarrollarse, además, se examinan las políticas de apoyo al emprendimiento femenino.	Son más las mujeres que los hombres quienes inician un negocio por necesidad; generalmente las mujeres cuentan con un mayor nivel de estudios que los hombres, y la tasa de sobrevivencia de las empresas dirigidas tanto por hombres como por mujeres son similares.
(Steege, Schreuders, & Trompenaars, 2014)	Proveer resultados preliminares de un estudio explorando los dilemas y elementos que faciliten el éxito a los cuales se enfrentan mujeres emprendedoras. Expandir el conocimiento sobre el tema de mujeres emprendedoras para contribuir a la teoría, la práctica y la percepción de éste tema.	Las mujeres tienen una visión 'Gestalt' en el mundo, lo que les permite identificar oportunidades en el medio ambiente a través del enfoque socialmente responsable basada en los valores, que está dirigido a generar mayores ganancias de cifra de negocios a largo plazo. Los principales dilemas del negocio a los que se enfrentan, son los relacionados a la presión por parte de los clientes y de las demandas del mercado de los negocios, que siempre están cambiando. Los dilemas personales a los que se enfrentan son el cumplimiento de compromisos con la familia y amigos.

Fuente: Elaboración propia

Estos estudios muestran que el emprendimiento femenino, es llevado a cabo y percibido de distintas formas. Las mujeres enfrentan diversos obstáculos siendo

los principales la falta de recursos económicos, falta de conocimientos para crear una empresa, responsabilidades familiares y discriminación por su género.

Por otra parte existe cierta discrepancia en las principales razones para emprender. Por una parte, lo hacen por la necesidad de incrementar sus ingresos, mientras que algunas por tener cierta independencia, logro personal o por estatus.

Incrementar los apoyos económicos de parte de instituciones gubernamentales, educación temprana que fomente la incursión en el emprendimiento, empoderar a la mujer y fomentar la equidad de género, son algunas de las propuestas que estos autores hacen para poder incrementar el número de mujeres que emprenden.

De acuerdo a Goffee y Scase (1985), existen (a) mujeres con alto arraigo a los roles tradicionales y (b) mujeres con bajo arraigo a los roles tradicionales. Las mujeres de la primera categoría tienen alto arraigo a una cultura de dominación masculina que revela en un bajo nivel de educación de la mujer o educación orientada hacia actividades típicamente femeninas como enfermera, ama de casa, secretaria, asistente, etcétera, con muy bajas posibilidades de crecimiento profesional. La segunda categoría se refiere al progresivo ingreso de las mujeres a áreas profesionales anteriormente consideradas como actividades masculinas, orientadas hacia un nivel gerencial y ejecutivo, como ejecutiva, empresaria y emprendedora.

El bajo arraigo al rol tradicional se relaciona en una educación universitaria o educación superior en áreas profesionales como negocios, leyes, medicina, ingeniería, o, también, cuando la actividad personal muestra un alto nivel de logro y originalidad, como se muestra en la tabla 9.

Tabla 9. Dimensiones del modelo de Goffee y Scase

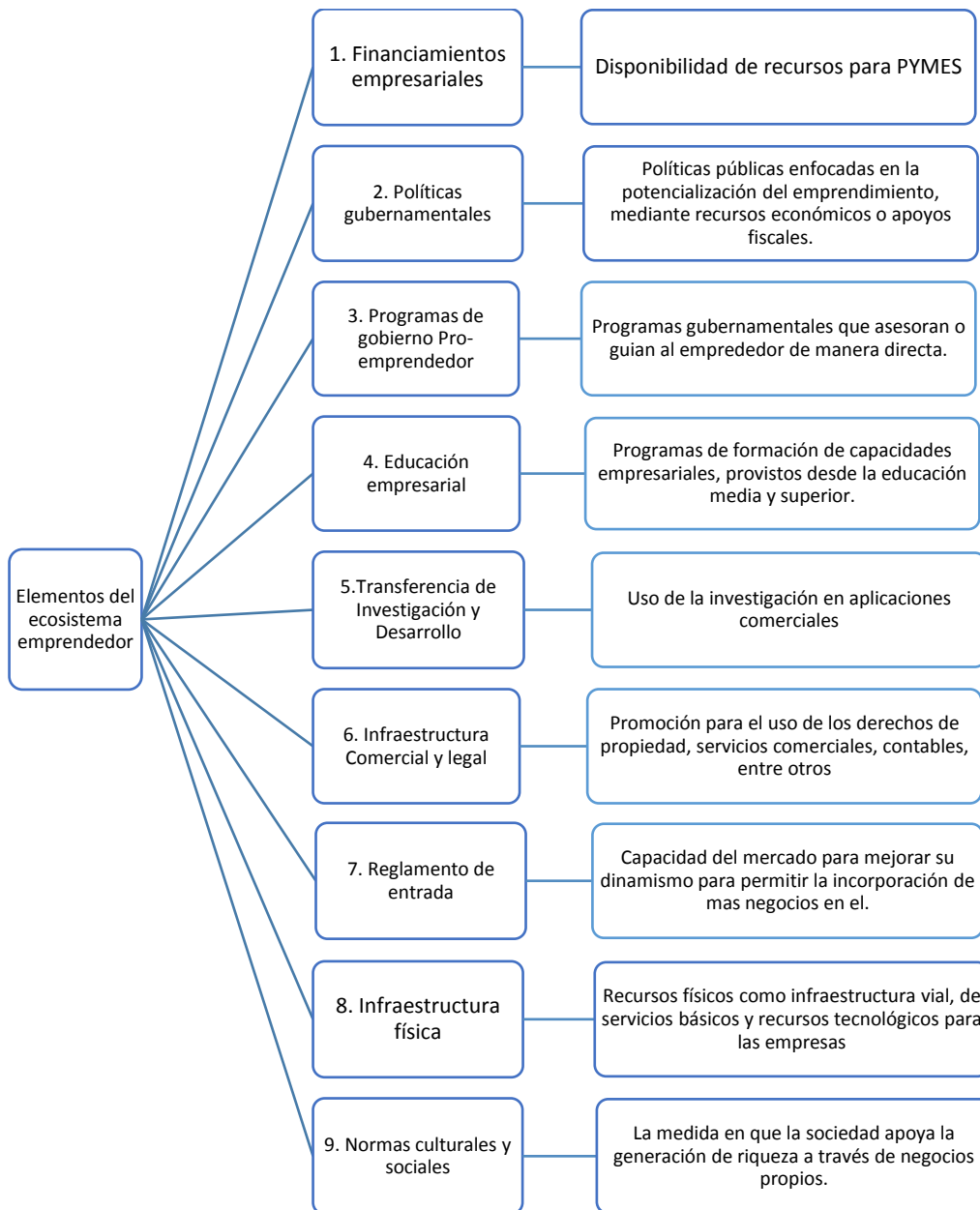
Factores	Concepto	Fuente de evidencia
Dimensión 1: Alto arraigo al rol tradicional	Alto arraigo a una cultura de dominación masculina reflejada en un bajo nivel de educación, educación hacia actividades típicamente femeninas como	Nivel de educación relacionado con actividades tradicionalmente femeninas (secretaria, enfermería, educación) y experiencia

de las mujeres	empleado o enfermería, secretaria o ama de casa, con bajas probabilidades de crecimiento profesional.	laboral relacionada con actividades tradicionalmente femeninas (secretaria, asistente, etc.)
Dimensión 2: Bajo arraigo al rol tradicional de las mujeres	El progresivo ingreso a áreas profesionales consideradas como masculinas, orientadas hacia un nivel gerencial y ejecutivo. Se muestra a través de una educación universitaria o superior, en áreas profesionales como negocios, leyes, medicina, ingeniería, o también, cuando la actividad personal muestra un alto nivel de logro y originalidad.	Nivel educativo relacionado con actividades tradicionalmente no reservadas para mujeres (negocios, leyes, medicina, ingeniería, etc.) y experiencia laboral relacionada con actividades tradicionalmente no reservadas para mujeres (gerentes, profesionales, ejecutivas, emprendedoras)

Fuente: Elaboración propia, en base a Goffee y Scase (1985)

Por otro lado, algunos autores han destacado la importancia de la creación de “Ecosistemas de Emprendimiento” definido como aquel mecanismo conformado por un número indeterminado de personas o instituciones de los sectores público, privado y social que ven en la inversión en emprendedores una vía confiable para producir el cambio sistémico a través de la innovación (Ashoka, 2016), los cuales se conforman de nueve principales elementos, como se explica en la figura 3.

Figura 3. Conformación de los Ecosistemas de Emprendimiento



Fuente: Elaboración propia con base en Ashoka (2016)

Dichos ecosistemas permiten mejorar en diferentes rubros como la innovación y el posicionamiento de los emprendedores, que a su vez permita impactar favorablemente en cinco rubros específicos:

- a) Creación de oportunidades laborales
- b) Fortalecimiento y expansión de cadenas de valor a nivel local

- c) Empoderamiento de hombres y mujeres en la participación económica y social
- d) Educación con efectos en el desarrollo
- e) Búsqueda del bienestar y de una mejor calidad de vida

2.3.3 Importancia

De acuerdo a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2010), el emprendimiento femenino y la actividad emprendedora de la mujer en América Latina es un concepto reciente ligado al concepto de empoderamiento de la mujer, que significa un proceso en que la mujer alcanza el control de su propia vida y condiciones. Es un proceso de cambio de dependencia, marginalización e inseguridad a independencia, participación, toma de decisiones y autoestima fortalecida.

El emprendimiento se considera un motor para el crecimiento económico de cualquier país. En este contexto, se vuelve importante prestar especial atención al rol de la mujer en la carrera empresarial y las limitaciones a las que se enfrenta en este escenario, puesto que representa un grupo social de fuerza en aumento, teniendo cada vez mayor incidencia y participación en la creación de empresas (Fernández, Cea, Doll, Santander, & Yáñez, 2014).

2.3.4 Beneficios

La economía a nivel mundial puede beneficiarse de una mayor participación de las mujeres en la fuerza de trabajo, como lo indica el Fondo Monetario Internacional (FMI), en donde además se expone la desigualdad de género en el contexto laboral que deriva en la disminución o en el poco crecimiento de las economías en los países. El aumento de la participación femenina en el emprendimiento es uno de los medios más eficaces para aumentar la igualdad y la promoción de un crecimiento económico inclusivo y sostenible.

Por otra parte los programas públicos y privados de financiamiento dirigidos especialmente a las mujeres que emprenden un negocio, permite no solo que estos puedan crearse o crecer, sino que si se toma en consideración que la mayor

parte de los ingresos que las mujeres obtienen, se destinan a mejorar la calidad de vida de sus familias, dígase educación, salud y nutrición.

2.3.5 Motivos para incursionar en el emprendimiento

Algunos estudios sugieren que los motivos para emprender, difieren en hombres y mujeres. En la tabla 10, se muestran las motivaciones que algunos autores han identificado en sus investigaciones.

Tabla 10. Motivos para incursionar en el emprendimiento

Autor	Motivaciones
(Blasco-Buriel, Brusca-Alijarde, Esteban-Salvador, & Labrador-Barrafón, 2016)	Las mujeres emprenden para tener flexibilidad en sus horarios y poder conciliar su vida personal y laboral o debido a que no sentían a gusto en sus anteriores trabajos. Casi en su mayoría emprenden con sus propios recursos (ahorros)
(Briseño, Briseño, & López, 2016).	Algunas mujeres tienen como objetivo paralelo al económico, el poder ayudar a otras personas, sobre todo mujeres. Además busca tener una mejor calidad de vida para su familia y su comunidad. Existen casos en que se emprende por necesidad económica, por realizar una actividad que le genere ingresos y donde el tiempo le permita estar con su familia o por motivos de discriminación por ser mujer y no lograr tener el empleo que deseaba.
(Brousse & Bugman, 2005)	Factores tales como una oportunidad de mercado, la satisfacción personal y el deseo de independizarse y la generación de ingresos, se han transformado en las principales motivaciones a la hora de comenzar una empresa.
(Cromie, 1987)	Mientras que los hombres al emprender tienen como objetivo tener autonomía, progresar, lograr una satisfacción personal y una mejor posición económica,

	<p>las mujeres lo hacen debido a una insatisfacción en su carrera profesional y están menos interesadas en el aspecto económico. Al mismo tiempo ven al emprendimiento como un medio para satisfacer sus necesidades personales y profesionales, para lograr cierto status en su comunidad y para contribuir a la sociedad, brindando fuentes de trabajo para otras mujeres.</p>
<p>(Jorge, Andreassi, & Tóneli, 2015)</p>	<p>La principal motivación para emprender es el deseo de superación.</p>

Fuente: Elaboración propia

Las razones que han llevado a las mujeres a emprender, van desde aspectos personales, hasta aspectos externos, siendo este positivo en algunos casos, ya que existían las oportunidades para hacerlo, pero negativo en otros casos al tener malas experiencias que las orillaron a crear sus propias formas de generar ingresos.

En resumen, algunas de las motivaciones de las mujeres para emprender son:

- Dificultad para encontrar un trabajo con aceptable remuneración.
- Búsqueda de vías para salir del desempleo.
- Contribuir al ingreso familiar.
- Mejorar su situación laboral.
- Equilibrar trabajo y familia.
- Búsqueda de trabajo estable.
- Desarrollar ideas originadas en experiencia profesional previa.
- Dejar trabajos que explotan sus capacidades.
- Deseos de no depender de otros.
- Poner en práctica conocimientos teóricos o que la experiencia le ha brindado
- Intención de explotar ventajas del descubrimiento de nichos de mercado.

- Romper el techo de cristal de trabajos previos¹.

Por otro lado de acuerdo a McClelland & Swail (2010), se pueden identificar factores positivos y negativos en el emprendimiento femenino; los positivos o de atracción, son aquellos que se refieren a las oportunidades existentes para emprender, mientras que los negativos o de empuje se refieren a la necesidad económica como motivos para emprender, ya sea por motivos de desempleo, insatisfacción en el actual empleo o un mercado laboral inflexible.

Por otra parte, algunos autores consideran otro tipo de motivaciones definidas como los factores *push*, *pull* o factores situacionales, como se describe en la siguiente tabla.

Tabla 11. Características de los factores Push y Pull para emprender

Categoría	Características
Factores Push	Son factores que están relacionados con situaciones como la insatisfacción con un trabajo asalariado por una remuneración injusta o falta de potencial de desarrollo de carrera; la necesidad de un horario flexible; ingresos insuficientes que obligan a la mujer a asumir de manera parcial o total la responsabilidad económica del hogar; o la existencia de una empresa familiar donde se requiere la presencia de la mujer.
Factores Pull o situacionales	Son situaciones que motivan voluntariamente a las mujeres a convertirse en emprendedoras y están relacionadas con la independencia, la autosatisfacción, la orientación empresarial y el deseo de estatus social y poder. Los factores situacionales se refieren al caso en que la mujer se convierte en emprendedora por la sucesión en una empresa familiar, por la existencia de modelos que proveen apoyo o asistencia en el proyecto empresarial.

Fuente: Elaboración propia, con base en Orhan y Scott (2001).

¹ La metáfora del “techo de cristal” acuñada por el movimiento feminista de los años ochenta en Estados Unidos, alude a la barrera invisible, es decir normas no escritas que impiden el avance de las mujeres en su carrera laboral. Entre las principales causas de su existencia se encuentran los prejuicios sobre la capacidad de las mujeres (Galeana, 2013).

Grande (2001), considera otra razón que tienen las personas para emprender, la influencia de la familia: considera que aquellas que tuvieron familiares cercanos (padres principalmente) que hayan creado algún negocio, tienen actitudes más favorables hacia el emprendimiento y valoran más el autoempleo.

2.3.6 Dificultades al emprender

Las mujeres enfrentan diversos obstáculos a lo largo del proceso de creación de sus empresas, como por ejemplo tener el deseo de hacer crecer su pequeña empresa, y verse obstaculizado generalmente a la falta de recursos o capital o el hecho de que incursionan mayormente en el sector de servicios debido a que suele requerir menores recursos económicos y humanos (Anna, Chandler, Jansen, & Mero, 2000). En la tabla 12 se muestran algunas dificultades en el emprendimiento femenino que han mencionado algunos autores.

Tabla 12. Dificultades del emprendimiento femenino

Autor	Dificultades identificadas
(Berdugo & Gámez, 2015)	Las empresas son en su mayoría, micro y pequeñas. Al parecer, esto está relacionado con las dificultades que tienen que afrontar las mujeres para acceder al crédito del sector financiero. Muchas de las fuentes de sus recursos provienen de sus ahorros o de familiares. En algunos casos, de amigos, y, un porcentaje pequeño, de los bancos. La inversión inicial es pequeña y el número de empleos generados también es reducido. Las empresas se localizan en los sectores de servicios y de comercio, en actividades catalogadas como típicamente “femeninas”, y en menor proporción en el sector manufacturero.
(Castiblanco, 2013)	Aquellos países en los que culturalmente las mujeres siguen siendo vistas como las encargadas del cuidado del hogar y de los hijos, presentan mayores obstáculos para el emprendimiento femenino. Quienes se aventuran a iniciar negocios son vistas como disruptivas del orden social

	establecido y a menudo son penalizadas socialmente por su interés en ser independientes y generar ingresos propios
(De la Fuente-Cabrero, Segovia-Pérez, & Figueroa-Domecq, 2014)	Una de las variables más importantes que limita el emprendimiento femenino, es la auto percepción de la mujer sobre la dificultad para acceder a la financiación externa, pudiendo decirse que es un problema de confianza y falta de apoyo al emprendimiento femenino
(Hossain, Naser, Zaman, & Nuseibeh, 2009)	En países en vías de desarrollo, las mujeres suelen ser educadas en un ambiente socio-cultural conservador, que trae consigo que las mujeres se vuelvan inseguras y se sientan incapaces de incursionar en algunos ámbitos, como el empresarial. Además sus familias y organismos que financian negocios, tienen cierta renuencia a asumir riesgos en empresas creadas por mujeres, a quienes no les considera responsables en la toma de decisiones ni capaces de ofrecer garantías de pago
(Jency & Siniya, 2016)	Los principales obstáculos a los que se enfrentaban las mujeres son los relacionados al desconocimiento o falta de financiamientos y la comercialización.
(Ndemo & Maina, 2007)	La toma de decisiones puede significar una barrera para las mujeres. La mujer en la empresa que ha creado desea tomar decisiones independientes, sin embargo factores como la falta de recursos, la hacen depender de otras personas, como por ejemplo cónyuges o su familia, si estos financian su empresa.
(Rodríguez & Santos, 2008)	La poca participación de las mujeres, parece coincidir con un potencial emprendedor más reducido en las mujeres, así como con los diferentes comportamientos adoptados por mujeres y hombres durante el desarrollo del proceso de creación de empresas. Dichas diferencias van a depender de la diferente percepción por parte de las mujeres de los

	posibles obstáculos y oportunidades existentes al inicio de la actividad empresarial. La discriminación laboral y social de las mujeres influye en las características de sus empresas y en sus comportamientos empresariales, siendo el principal obstáculo al emprender, las diferencias de géneros encontradas en el desarrollo del proceso de creación de empresas.
(Saavedra & Camarena, 2015)	El tamaño de operación de los negocios es menor en las empresas lideradas por mujeres y aunado a ello, las políticas de fomento empresarial que apoyan a las pequeñas empresas no están dirigidas específicamente a las emprendedoras.
(Steege, Schreuders, & Trompenaars, 2014)	La tendencia general en las organizaciones e instituciones financieras es poner ciertas barreras a financiar empresas creadas por mujeres.
(Sunanda & Naik, 2016)	Los desafíos en el camino de la capacidad empresarial de las mujeres están en la falta de confianza inicial debido a obstáculos socio-culturales, riesgos orientados al mercado, la falta de conocimiento de la administración de empresas, carecen de conciencia acerca de las posibles fuentes de asistencia financiera y deben balancear su vida y el trabajo.
(Vier, Gazola, & Moreno, 2013)	Algunas de las principales dificultades para la creación de empresas son la falta de experiencia en el ramo, tener hijos pequeños, falta de tiempo para participar en redes de trabajo, dificultad para conseguir capital inicial y falta de apoyo de la familia.

Fuente: Elaboración propia

Como se pudo observar, los obstáculos a los que se enfrentan las mujeres son muy variables; pueden ser por cuestión de género, falta de recursos, falta de conocimientos, no existen políticas enfocadas al incremento del emprendimiento

femenino y deben balancear el manejo de la empresa y las responsabilidades familiares y personales.

Por otra parte, se han identificado algunos otros obstáculos (Järviluoma, Moisala, & Vilkkö, 2003):

Obstáculos de tipo cultural y simbólico: Existen factores reales y obstáculos de tipo cultural o simbólico que limitan el acceso de las mujeres a las oportunidades de desarrollo personal y empresarial. Estos factores se pueden clasificar en dos tipos:

a) Obstáculos Reales

- Bajo nivel escolar.
- Falta de recursos económicos.
- No contar con un patrimonio propio para respaldar una operación crediticia.
- Falta de capacitación y experiencia laboral.
- El tiempo que demanda el trabajo doméstico y el cuidado de los hijos obliga a descuidar el negocio.
- Falta de libertad para trasladarse de un lugar a otro (su pareja no les da permiso).
- Insuficientes redes de trabajo y servicios de apoyo.
- Discriminación laboral por razones de género (embarazo, maternidad), estado civil, etnia, etc.

b) Obstáculos simbólicos

- Prejuicios sobre el papel de la mujer como madre y ama de casa, por lo que cualquier actividad fuera de esa visión produce sentimientos de culpa.
- Falta de auto-reconocimiento.
- Baja autoestima.
- Falta de seguridad para tomar sus propias decisiones.
- Dependencia emocional.
- Temor al fracaso.

- Falta de apoyo de la pareja o de la familia para desarrollar e impulsar sus proyectos.
- Las mujeres continúan asumiendo la responsabilidad del cuidado y educación de los hijos y el trabajo doméstico

En el ámbito laboral y empresarial, se observa un desequilibrio entre los géneros, entendiéndose como género a la construcción cultural de la diferencia sexual, es decir como las personas se autoidentifican y categorizan, lo cual ha sido producto de factores sociales, como los papeles que históricamente se han asignado a hombres (p.e. proveedor del hogar, jefe de familia) y mujeres (p.e. la crianza de los hijos, labores del hogar) (Conway, Bourque & Scott, 1987).

Algunos estudios que se han hecho sobre el emprendimiento ponen énfasis en la figura del hombre como emprendedor, quien tiene esa capacidad de asumir riesgos, tolerar la ambigüedad y la inestabilidad de los mercados (Heller, 2010), de manera que se generaliza que toda aquella persona que emprende, es hombre. Esta puede verse como una manifestación de ciertos estereotipos de género presentes en la actividad emprendedora acrecentando al mismo tiempo la discriminación hacia la mujer (Heller, 2010).

A pesar del avance registrado en las últimas décadas en la influencia social y económica del de la mujer, se sigue encontrando que las mujeres, desarrollan sus empresas en ambientes donde aún persisten los estereotipos de género. Éstos, tienen gran peso al analizar las diferencias existentes en los resultados cuando se compara el crecimiento y desarrollo de hombres y mujeres. (Delmar & Holmquist, 2004).

Existen algunas barreras sistémicas que las limitan a solo quedar en empresas pequeñas y que incluso operan en la informalidad. Estas limitantes no solo se ven reflejadas en sus ingresos, sino que les impide darse cuenta de sus capacidades y potencial productivo.

2.3.7 Características de las mujeres emprendedoras

De acuerdo a Malone, et al., (2010), la mujer emprendedora tiene una tendencia a la independencia financiera, debido a que esta percibe un ambiente desfavorable

económicamente hablando, de su entorno; le preocupa su retiro y futuro financiero. La edad de las mujeres emprendedoras es un factor diferenciador. Para Malone (2010), las mujeres con más edad eran las que contaban con mayores estudios universitarios, mayores ingresos y tenían menos preocupaciones financieras.

Anna et al., (2000) considera que en su mayoría el tamaño de las empresas que crean las mujeres, es pequeño solo en tamaño, sino en ingresos y número de empleados en comparación con las empresas de hombres. Esto puede deberse a que las mujeres generalmente emprenden en el sector comercio al por menor y la industria de servicios.

De acuerdo al GEM (2015), las mujeres emprendedoras latinoamericanas, en su mayoría, crean sus empresas entre los 31 y 45 años, que coincide con sus edades mas productivas y reproductivas.

Para iniciar o hacer crecer sus empresas, la mayoría de las mujeres hacen uso de sus propios recursos económicos, ya que al ser empresas pequeñas las que crean generalmente, sus estrategias financieras suelen ser más sencillas (Minniti & Langowitz, 2005). Aunque en una menor proporción, existen empresarias que hacen uso de financiamientos, cuyas empresas por lo regular tienen una estructura organizativa basada en equipos, con un liderazgo fuerte.

Las emprendedoras perciben el éxito en sus empresas de manera diferente a los hombres; éstas consideran que no sólo el crecimiento de los ingresos es importante, sino que existen otros factores como los objetivos empresariales o personales. Los primeros están relacionados a la calidad de los productos o servicios que ofrece, la atención al cliente y su posición en el mercado (Valencia, 2005), mientras que los segundos se refieren a las metas que se plantean de manera personal.

2.3.8 Deficiencias en las empresas

Algunas investigaciones y estudios dan cuenta de las siguientes particularidades de los negocios emprendidos por mujeres:

- Generalmente se concentran en “subsectores” de actividad con menor valor agregado, tales como el comercio ambulante, la producción de alimentos, la costura o los servicios educativos, los cuales a menudo son una extensión de las actividades del hogar. Estos subsectores de menor valor agregado utilizan menos tecnología y se ubican al final de la cadena productiva, con reducidos márgenes de utilidad.
- A diferencia de los hombres, en algunas sociedades las normas culturales limitan el acceso de la mujer al espacio público de mercados preferentes, fianzas, información, oportunidades de inversión y redes de comercialización.
- Las mujeres suelen arriesgarse menos que los hombres, en gran medida porque tienen la responsabilidad del bienestar de sus hijos.
- No están preparadas para desarrollar negocios exitosos, entre otras razones debido a falta de capacitación, experiencia laboral y recursos financieros; o bien por causa de aspectos culturales como sentimientos de culpa, la doble jornada, el temor al fracaso, etc.
- No cuentan con respaldo de garantías para obtener créditos en la banca comercial o de desarrollo.
- Las micro emprendedoras tienden a seguir estrategias de crecimiento “horizontal y no vertical”; es decir, buscan extender la cartera de sus negocios en lugar de especializarse y hacer crecer alguno de ellos.
- Las mujeres tienden a enfocarse hacia negocios de poco riesgo y bajo crecimiento, considerándolos como más seguros.
- Se les dificulta entrar o permanecer en los nichos de mercado en que predominan los hombres, y optan por desistir o retirarse.

Generalmente, las mujeres emprenden de forma emergente para resolver necesidades de subsistencia haciéndolo sin información previa que permita conocer el mercado en el que competirán. No se llevan a cabo procesos administrativos como planes de negocios o determinación de su rentabilidad. Por

otro lado no se cuentan con registros que permitan tomar decisiones basadas en información financiera y contable.

Tienden además a descapitalizarse frecuentemente debido a que se destinan las utilidades y el capital de trabajo a la economía familiar de la emprendedora. Debido a las responsabilidades domésticas, descuidan el negocio y pierden clientes, lo que provoca una falta de credibilidad en ellas.

Por otra parte, en su mayoría desconocen los programas públicos de servicio y apoyo para el desarrollo empresarial (NAFINSA, 2009).

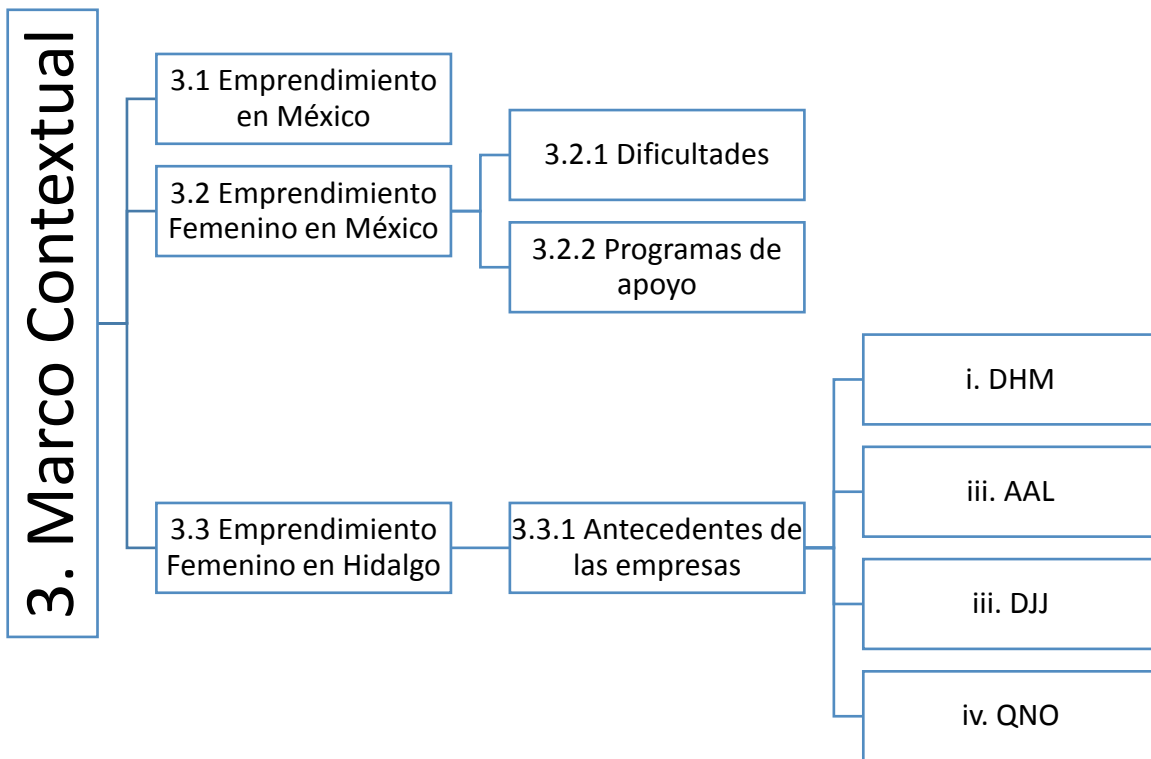
2.3.9 Retos

Las mujeres emprendedoras tienen la visión y la expectativa de crecer, desarrollarse y llegar a ser emprendedoras exitosas; sin embargo, existen algunos retos que deben superar desde su condición de ser mujer para lograr su objetivo; algunos de ellos tienen que ver con los siguientes aspectos (NAFINSA, 2009):

- Tener una empresa que opere en forma constante, estable y sea rentable.
- Iniciar o migrar hacia actividades que no sean “típicamente femeninas”, y permitan generar mayores volúmenes de ventas y utilidades.
- Tener los conocimientos técnicos para la operación de la empresa, así como las bases y herramientas para dirigirla y administrarla acertadamente en todas sus áreas.
- Armonizar los horarios y demandas de la vida personal, más las exigencias familiares, con las necesidades de la empresa.
- Competir en nichos de mercado que actualmente son dominados por hombres.
- Poner en marcha diversas herramientas de apoyo para la toma de decisiones en la empresa.
- Utilizar las tecnologías de información y medios de comunicación para hacer más eficiente y competitiva su empresa.
- Conocer y aprovechar diversos mecanismos y programas de apoyo para el desarrollo empresarial.

- Saber usar los servicios de consultoría para mejorar las decisiones estratégicas de su empresa.
- Mejorar su autoconocimiento, confianza, seguridad, asertividad y autoestima, entre otros.

Capítulo 3. Marco Contextual



3.1 Emprendimiento en México

De acuerdo al reporte anual del GEM (2015), México no tiene una economía basada en la eficiencia, sino fortaleza en su manufactura y la mayoría de emprendedores son motivados a emprender más por oportunidad (como una alternativa voluntaria a emprender) que por necesidad (como una decisión forzada por falta de empleo). La mayor participación es de personas entre 25 y 34 años (Kelley, Singer, & Herrington, 2016). Además, se ubica en el lugar 46, de 60, en cuanto a deseabilidad de ser emprendedor. Algunas cifras relevantes sobre el emprendimiento, se exponen a continuación:

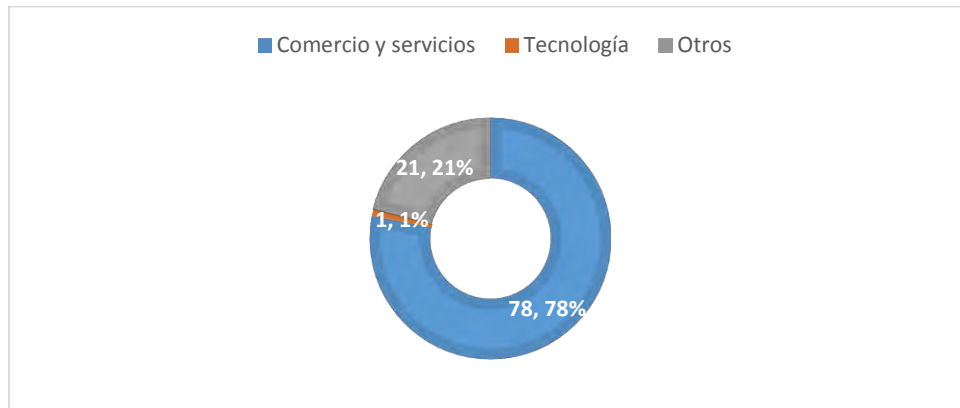
Tabla 13. Emprendimiento en México

Clasificación	Estadística
Percepción Personal	45% ve buenas oportunidades para iniciar un negocio en los próximos seis meses
	49% De los mexicanos considera al emprendimiento como una opción de carrera deseable
	34% tiene miedo al fracaso
	46% cree tener los conocimientos necesarios para emprender
Hombres y mujeres emprendedores	Por cada 10 hombres que inician un negocio, 8.3 mujeres lo hacen
Emprendimientos y empleos	10% de los emprendimientos en etapa temprana espera generar más de seis empleos
	6% espera crear más de 10 empleos
Fases y Tipos de Actividad	6.9% tasa de emprendedores establecidos en México
	21% tasa de población con actividad emprendedora temprana

Fuente: Elaboración propia con base al Global Entrepreneurship Monitor, 2015/16 Global Report.

Por otra parte, las principales actividades económicas de las empresas son las relacionadas al comercio y servicios como se muestra en la gráfica 1.

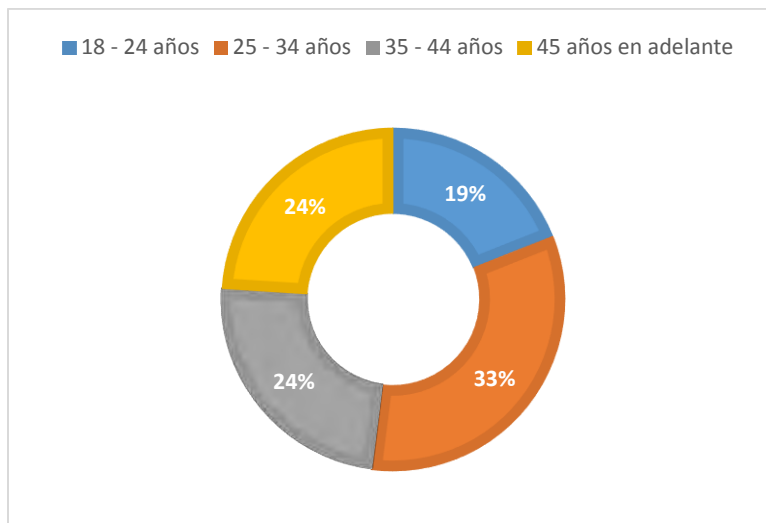
Gráfica 1. Actividades económicas de los emprendedores en México



Fuente: Elaboración propia con base al Global Entrepreneurship Monitor, 2015/16 Global Report.

La edad de la mayoría de los emprendedores, oscila entre los 25 y los 34 años, como se muestra en la gráfica 2.

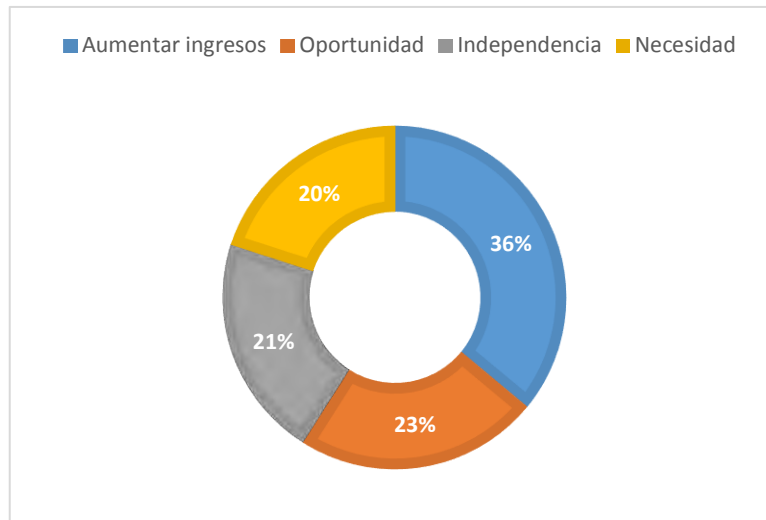
Gráfica 2. Edad de los emprendedores en México



Fuente: Elaboración propia con base al Global Entrepreneurship Monitor, 2015/16 Global Report.

La principal razón para emprender, es el deseo de tener mayores ingresos, como se muestra en la siguiente gráfica.

Gráfica 3. Principales motivaciones para emprender



Fuente: Elaboración propia con base al Global Entrepreneurship Monitor, 2015/16 Global Report.

El 99.7% de las empresas establecidas en México compuestas por las micro, pequeña y medianas empresas, forman en conjunto casi la mitad del producto interno bruto y generan 70% de los empleos en el país (NAFINSA, 2009).

3.2 Mujeres emprendedoras en México

En México, el 51.4% de la población nacional total, es decir alrededor de 61 474 62 habitantes son mujeres, las cuales son propietarias de 31 de cada 100 PYMES (NAFINSA, 2009).

De acuerdo a la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo de 2016 (ENOE) del INEGI; la participación las mujeres en el campo laboral ha aumentado progresivamente en la educación superior y en los sectores público y privado, áreas que tradicionalmente estuvieron ocupadas por los hombres.

Es así que en México la participación de las mujeres en el mercado laboral ha aumentado al pasar del 33% al 39% entre 1995 y 2016. Durante este periodo las

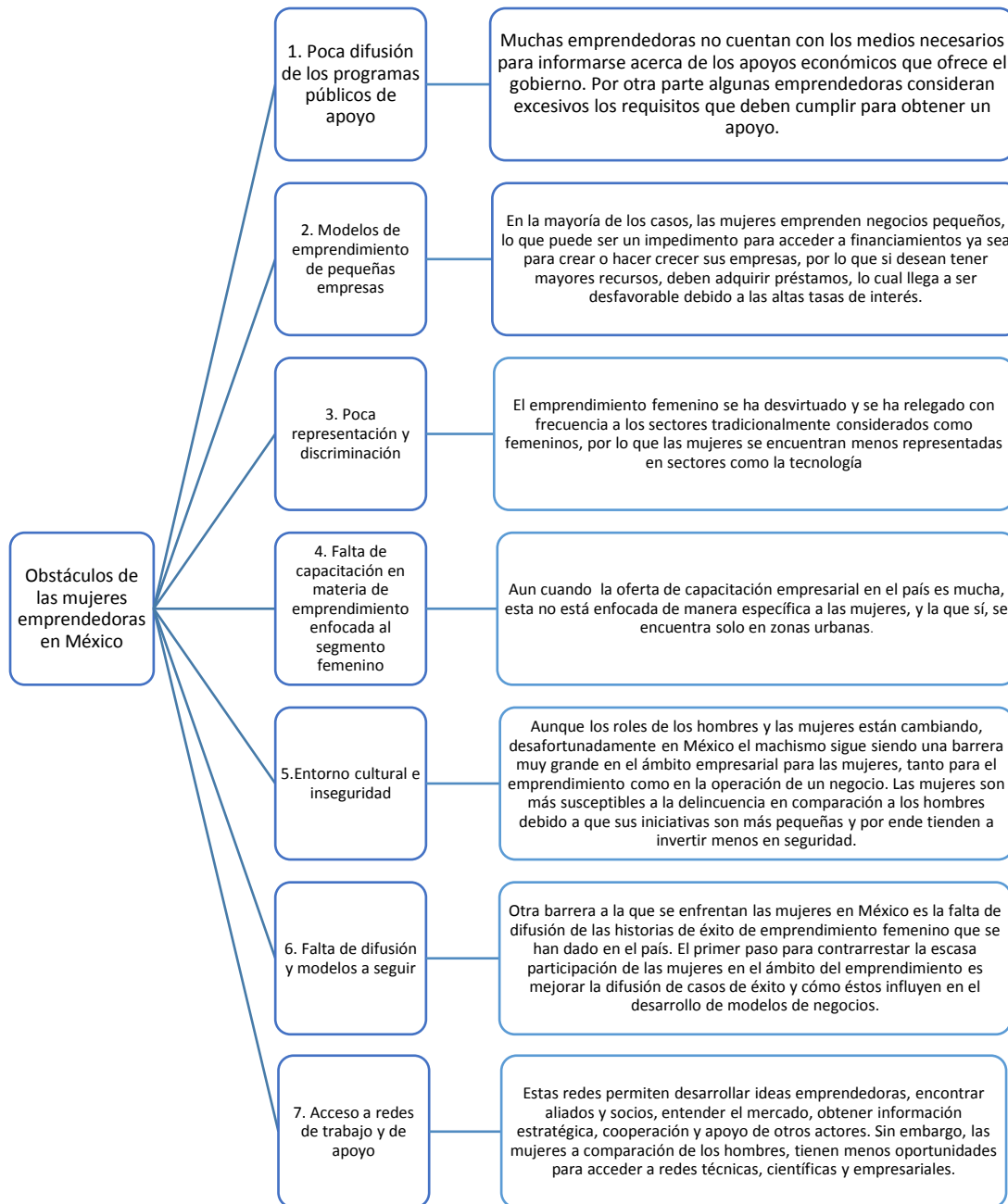
mujeres trabajadoras ocupadas pasaron de 10.5 millones a casi 20 millones, lo cual, aunque responde al aumento en la población, se traduce también en mayores oportunidades de acceso para el mercado laboral.

La tasa de participación de las mujeres en edad de trabajar representa únicamente un 49% frente al 84% de los hombres entre 20 y 29 años de edad y únicamente un 57% frente al 96% de los hombres entre 30 y 39 años de edad, es decir que un aproximado de 57% de las mujeres mexicanas en edad de trabajar no lo están haciendo. En lo que respecta a la participación de las mujeres en las actividades económicas del país, los resultados de la ENOE arrojan que la mayoría de las mujeres ocupadas laboran en el sector terciario, siendo el de servicios, comerciales y profesionales, el que abarca la mayor parte de estas mujeres con un 80% (Santamaría & Tapia, 2017), lo que evidencia el área de oportunidad en el emprendimiento femenino relacionado a áreas como la tecnología.

3.2.1 Dificultades

Aunque el emprendimiento femenino es un fenómeno en crecimiento en México, existen algunos obstáculos que enfrentan estas mujeres como se muestra en la figura 4.

Figura 4. Obstáculos de las mujeres emprendedoras en México



Fuente: Elaboración propia con base en Santamaría & Tapia (2017)

3.2.2 Programas de Apoyo al emprendimiento femenino en México

Las inversiones en programas dirigidos al emprendimiento por mujeres, pueden lograr efectos significativos en el desarrollo y crecimiento de sus empresas, si además tomamos en cuenta que las mujeres generalmente realizan más gastos relacionados a la salud, la educación y el bienestar familiar, en comparación a los hombres que emprenden (Santamaría & Tapia, 2017). Instituciones públicas han trabajado para crear e incrementar apoyos económicos en beneficio de las mujeres al ofrecer financiamientos para la creación de empresas que les puedan permitir lograr una independencia financiera. Algunos ejemplos son;

- *Mujeres PYME*: a través del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) y el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) pretende que se desarrollen más micro, pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres, para ello se cuenta con un financiamiento preferencial además de otras herramientas de desarrollo empresarial. Incluso el presupuesto destinado a este programa durante el año 2016 fue 54% superior al de 2012, pasando de 16 mil 700 millones, a 25 mil 900 millones de pesos (SEGOB, 2016).
- *Programas de Ayuda para Mujeres Emprendedoras (PROMETE)*: a través de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), es un programa de Apoyos a Pequeños Productores que viven en zonas agrarias.
- *Crezcamos juntas*: Crédito exclusivo para mujeres empresarias que tienen un negocio y lo quieren renovar, modernizar, equipar, arreglar y/o expandir. Se otorga a través de Nacional Financiera (NAFINSA) en conjunto con instituciones bancarias.

3.3 Emprendimiento femenino en Hidalgo

3.3.1 Antecedentes de las empresas

Todas las empresas a excepción de DHM, fueron contactadas a través de la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresas A.C. (AMMJE), la cual agrupa a mujeres empresarias propietarias o accionistas, emprendedoras y artesanas que participan en la operación de micro, pequeñas y medianas

empresas en el estado de Hidalgo. A continuación se muestra una reseña de las empresas que participaron en el presente trabajo de investigación.

a) DHM

Esta empresa dedicada a la construcción obtiene sus principales clientes por medio de licitaciones para la construcción de espacios públicos, como parques, carreteras o plazas públicas, es decir sus principales clientes son organismos públicos, sin embargo también brindan servicios al público en general. Ha relaizado obras en cinco municipios del estado de Hidalgo. Es una empresa creada por una mujer que vio una oportunidad para obtener mayores ingresos al incursionar en el ramo de la construcción con la asesoría profesional de ingenieros civiles. Está conformada casi en su totalidad por mujeres, ya que se buscaba brindarles la oportunidad de tener mayores ingresos para sus familias.

b) AAL

Su creadora se desempeñó como profesora de preescolar indígena (actualmente se encuentra jubilada) y ha colaborado como capacitadora en bordados en el Instituto de Capacitación para el Trabajo del Estado de Hidalgo (ICATHI). Creada en el año 2000, AAL es una fuente de empleo para casi 80 personas, la mayoría mujeres, que se dedica a la confección de bordados del tipo “Tenango”, un trabajo manual y artesanal originario de Tenango de Doria, Hgo. Dichos bordados se realizan en ropa, accesorios y productos de decoración. Al inicio de sus operaciones, solo se realizaban trabajos en manta, pero con el tiempo y una demanda creciente, se empezó a trabajar en otras telas como seda y lino, además de que fueron diversificando sus diseños, e incluso se agregaron empaques y etiquetas para dar una mejor presentación a sus productos. Su fundadora, es presidenta del Comité de *Tenangos Bordados de Hidalgo*, el cual en conjunto con el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), realizaron el registro colectivo de este tipo de bordados (incluso desarrollaron un manual para elaborar tenangos adecuadamente), lo cual les asegura un permiso de uso exclusivo para continuar con la tradición de estos en la región, prevenir la piratería y su uso indebido.

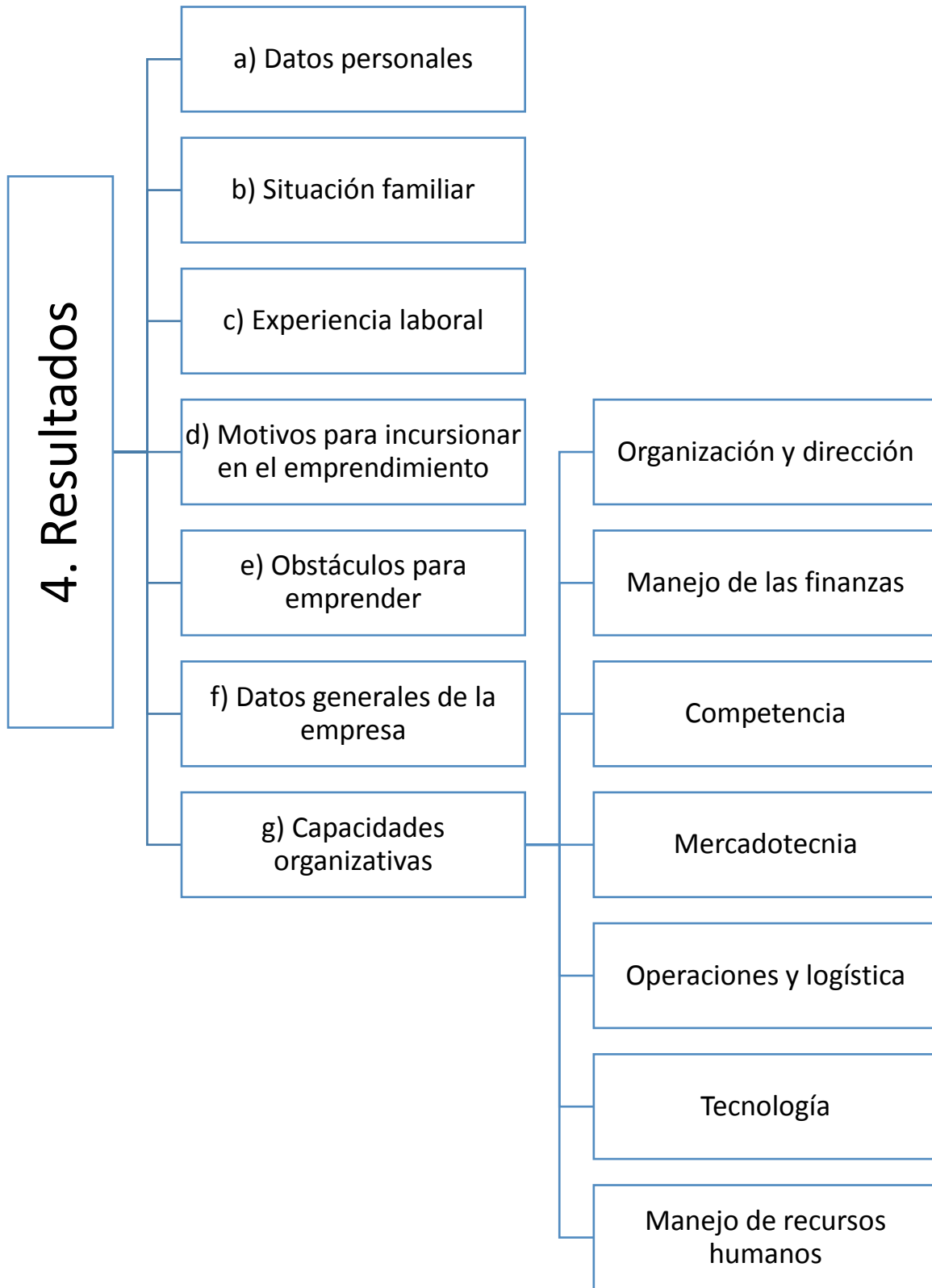
c) DJJ

DJJ es un despacho que brinda asesoría jurídica especializada en atención a multas, juicios de desahucio, pensión alimenticia, divorcios y despidos injustificados entre otros servicios. Fue creada por una abogada en el año 2008, la cual además funge como Vicepresidenta Jurídica de la AMMJE y Presidente de la Comisión de Asuntos Tributarios de la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX).

d) QNO

Creada por una comunicóloga con experiencia en la radio y televisión en el estado de Hidalgo y en la docencia del mismo ramo. Ha cubierto diversos eventos en el estado: políticos, deportivos y culturales principalmente. Brinda servicios de comunicación, como la producción de videos, realización de entrevistas y reportajes, manejo de redes sociales para empresas y capacitación en materia de publicidad.

Capítulo 4. Resultados



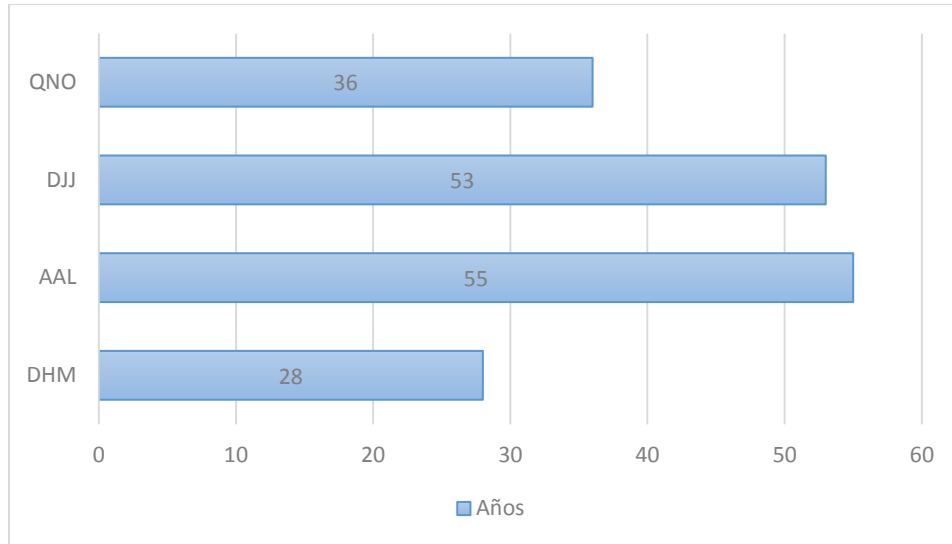
Fuente: Elaboración propia

Con base en la información recopilada a través del cuestionario elegido para la presente investigación, se obtuvieron los siguientes resultados:

a) Datos Personales

El promedio de edad de las emprendedoras es de 43 años. Las edades de las participantes se detallan en la siguiente gráfica.

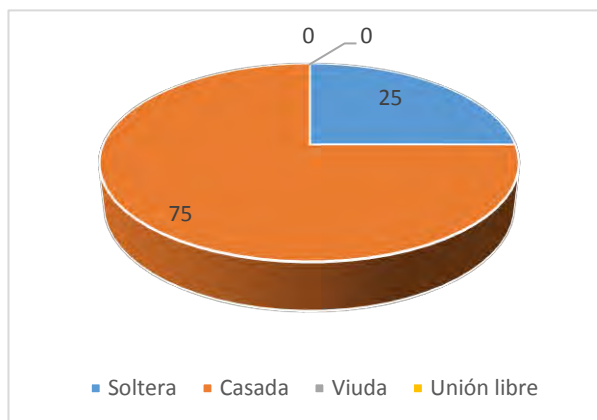
Gráfica 4. Edad de la emprendedora



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017).

El 75% de las participantes está encuentra casada, mientras que el 25% se encuentra divorciada.

Gráfica 5. Estado civil

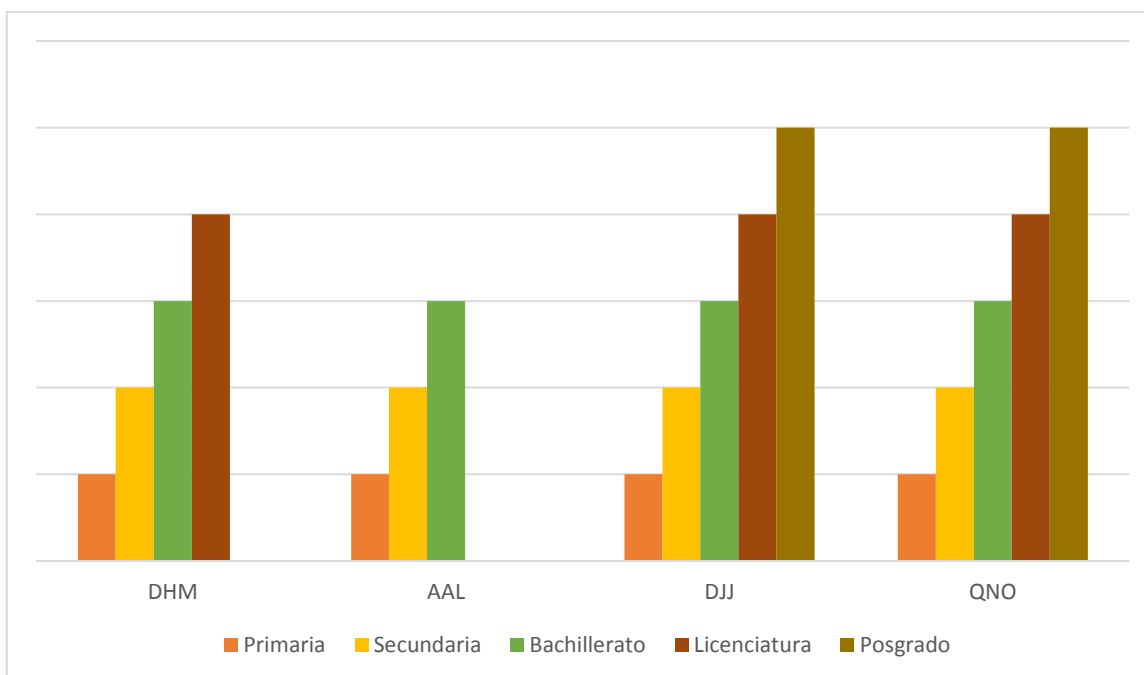


Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

El 50% es originaria de la ciudad de Pachuca de Soto, Hgo., mientras que el 25% es originaria del municipio de Tenango de Doria en el mismo estado y el resto es procedente de la ciudad de Oaxaca, Oax.

El 100% de las participantes cuentan con al menos el bachillerato concluido, mientras que el 75% cuenta con una carrera universitaria y el 50% con un posgrado concluido.

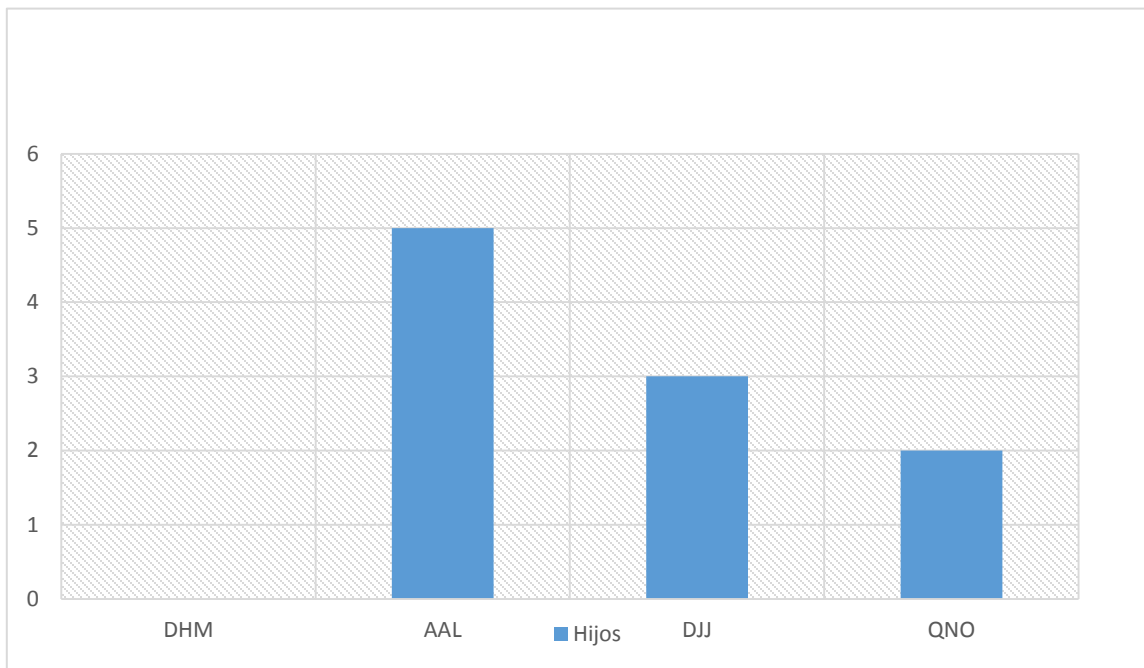
Gráfica 6. Nivel de estudios



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

El 75% de las participantes tiene hijos, como se muestra en la gráfica 7, cuyas edades oscilan entre los 2 y los 36.

Gráfica 7. Número de hijos



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

b) Situación Familiar

Por otra parte, el 25% de las participantes afirmó que al menos uno de sus padres emprendió un negocio, siendo esta acción uno de los factores que influyó para que esta incursionara en el emprendimiento, ya que le permitía trabajar de manera independiente, manejando sus propios tiempos para el manejo de su empresa y para sus responsabilidades familiares.

El 100% de las participantes afirmó que el hecho de emprender un negocio no afecta su vida familiar. Algunas indicaron que incluso algunas actividades propias del negocio, se pueden hacer en casa, combinando así ambas actividades sin descuidar alguna. Una participante indicó que el hecho de emprender impacta de manera positiva no solo en su hogar, sino en su vida, ya que le permite crecer como persona y profesionista, lo cual considera un aspecto positivo para su familia.

Por otra parte ninguna participante indicó que su vida familiar tenga alguna influencia en el manejo de su empresa.

Ninguna participante cuenta con ayuda doméstica externa, todas lo realizan por su propia cuenta.

El 100% de las participantes afirmó que no limita el crecimiento de su empresa debido a sus responsabilidades familiares.

c) Experiencia Laboral

Todas las participantes cuentan con experiencia laboral previa la creación de su empresa (experiencia no relacionada al giro de su empresa), siendo la edad promedio al momento de tener su primer empleo de 18 años. Se han desempeñado como: auxiliar en un proceso electoral, en la elaboración de piñatas, auxiliar en una imprenta y reportera en la radio, siendo esta última cuyo primer empleo se encuentra en el mismo ramo que la empresa que actualmente dirige.

El promedio de años de experiencia laboral previo a la creación de sus empresas es de 8.5.

Las razones por las cuales dejaron de laborar en su último empleo, van desde la remuneración económica (no era suficiente para satisfacer sus necesidades), por seguir con sus estudios, debido a una inconformidad en el manejo de la empresa y el deseo de emprender un negocio propio.

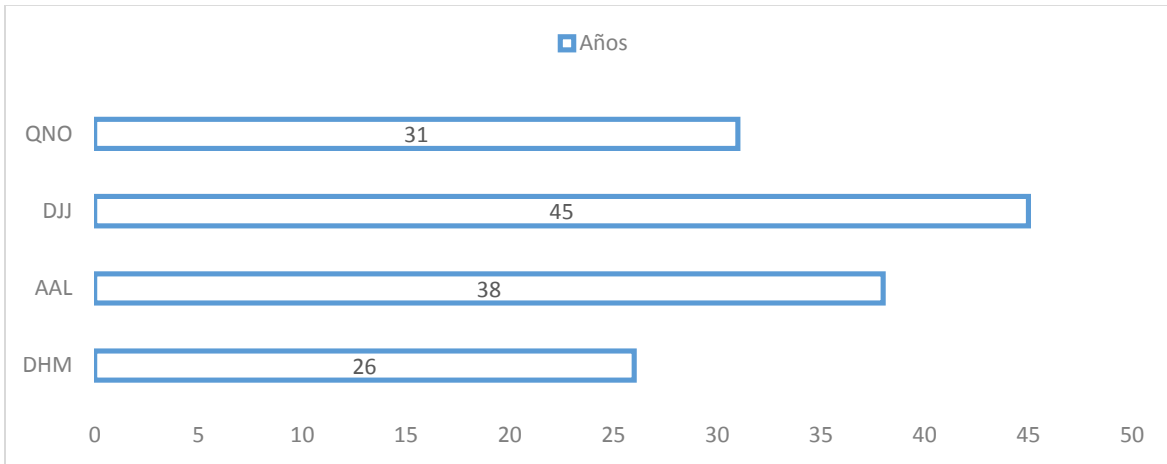
El 50% de las participantes llevó a cabo otras actividades en los cinco años previos a la creación de su empresa, como la docencia o la creación de otro negocio que no prosperó, razón por la cual la participante tuvo que buscar otro empleo.

El 75% afirmó que cuenta con experiencia previa a la creación de su empresa, relacionada con el ramo de ésta, lo cual les ha ayudado a llevar a cabo de una mejor manera el manejo y las decisiones en la empresa. El 25% lleva a cabo otras actividades que le generan ingresos a la par.

d) Motivos para incursionar en el emprendimiento

En la gráfica 8, se muestra la edad de las participantes al momento de crear su empresa, siendo la edad promedio de 35 años.

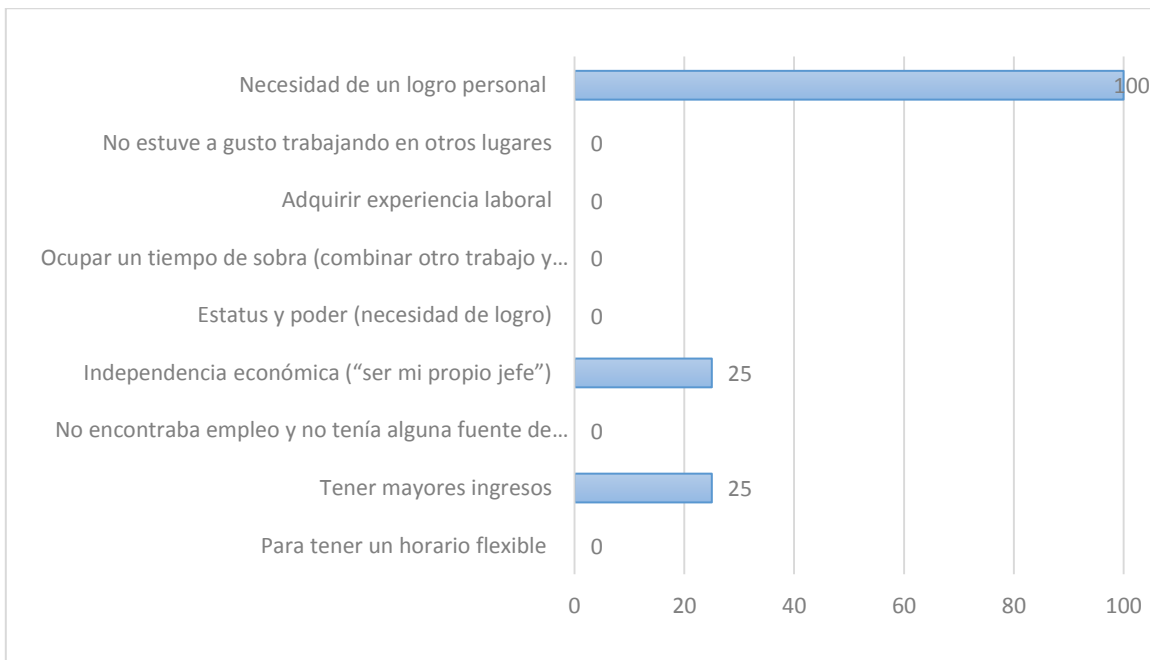
Gráfica 8. Edad de las mujeres al crear su empresa.



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

Como se muestra en la gráfica 9, el 100% de las participantes afirmó que incursionó en el emprendimiento por la necesidad de un logro personal. Además un 25% afirmó que también lo hizo para tener independencia económica y otro 25% debido a que deseaba tener mayores ingresos.

Gráfica 9. Motivos para incursionar en el emprendimiento



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017).

El 50% afirmó haber sido discriminada en algún trabajo previo por el hecho de ser mujer en donde además consideraron que existía una cultura donde se daba preferencia al sexo masculino para crecer profesionalmente. Esto no les permitía tener una percepción de desarrollo y crecimiento en la misma, incluso consideraron que fueron injustamente remuneradas. Esta discriminación percibida por la mitad de las participantes, fue también una de las razones por las que decidieron incursionar en el emprendimiento.

Ninguna participante dejaría de manejar su propia empresa aun si se les presentara una atractiva oferta de trabajo, debido a que les permite manejar sus tiempos para tener tiempo para su familia, porque les permite tener los ingresos deseados y porque crear su empresa fue una de sus mayores metas en la vida. Sin embargo el 100% consideró que si tuviera que buscar trabajo, existiría un mercado que demande las habilidades y experiencia que ha desarrollado al emprender.

El 100% afirmó que desde que maneja su propia empresa tiene más tiempo disponible que cuando realizaba otra actividad económica.

El 25% tuvo apoyo emocional para crear su empresa, el cual fue brindado por su pareja. La familia del 75% de las mujeres reaccionó positivamente a su decisión de emprender un negocio.

e) Obstáculos para emprender

Los obstáculos que han enfrentado las participantes son muy variados. Por un lado algunas mencionan el aspecto interno (mantener la constancia con los trabajadores que tiene a cargo), otros se relacionan con el financiamiento, ya que no se tiene el suficiente capital para comprar nuevos y más recientes insumos o maquinaria que permitan crear productos innovadores, otros tiene que ver con el tiempo con el que dispone para su familia, ya que considera que suele ser difícil combinar ambas responsabilidades a la par y otro se relaciona con la edad, ya que no la consideran con la experiencia suficiente para llevar a cabo algunos trabajos.

El 50% considera que no tenía la experiencia necesaria para emprender un negocio. Todas las participantes consideraron que tenían la formación académica

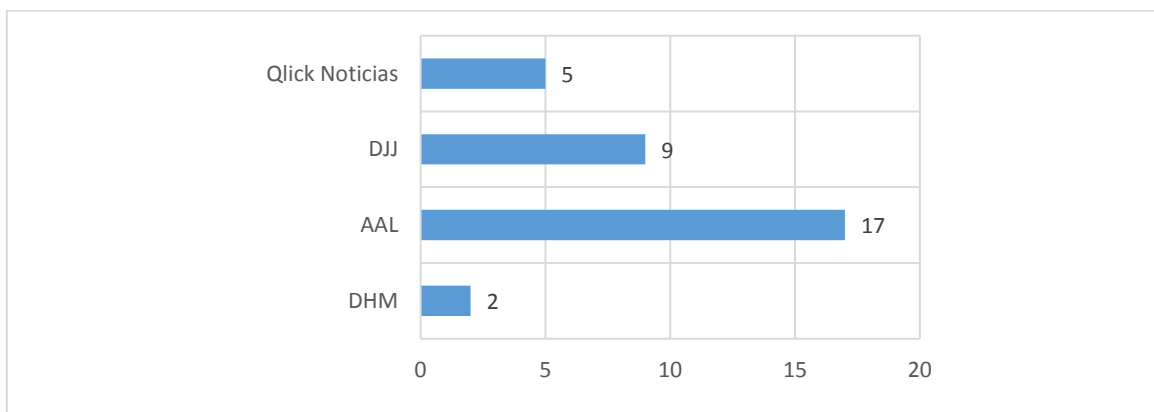
necesaria para emprender, sin embargo consideran necesarios otros conocimientos fuera de su ramo, como administración mercadotecnia y contabilidad para facilitar el manejo y control de sus empresas. Una participante indicó que los conocimientos que consideraba necesarios ya los obtiene por medio de asesoramiento profesional.

Las participantes consideraron otros aspectos necesarios para poder emprender exitosamente; el 25% considera necesaria la exportación de productos o servicios, otro 25% destacó la importancia de analizar resultados, para establecer las mejores estrategias para el logro de las metas, mientras que otro 25% cree que la fortaleza es el motor principal del emprendedor. El 50% considera que ha experimentado discriminación al ofrecer sus productos o servicios por cuestiones de género y edad. Una de las participantes señaló que en una organización le impidió ofrecer sus servicios de asesoría jurídica por el hecho de ser mujer, mientras que otra indicó que se le ha dificultado encontrar clientes para sus servicios de manejo de medios de comunicación, debido a que no la creen capaz de realizar su trabajo, ya que la consideran muy joven para tener la experiencia y la capacidad necesarias.

f) Datos generales de la empresa

Como se muestra en la gráfica 10, los años de funcionamiento de las empresas es variable. La de más reciente creación es DHM con dos años de funcionamiento y la más antigua AAL con 17 años.

Gráfica 10. Años de funcionamiento de las empresas



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

En la tabla 14, se muestran algunas generalidades de las empresas, lo cual permite observar los productos o servicios que ofrece, el mercado en el que se está inmerso, si es del tipo familiar y las asociaciones en las que forma parte.

Tabla 14. Generalidades de las empresas

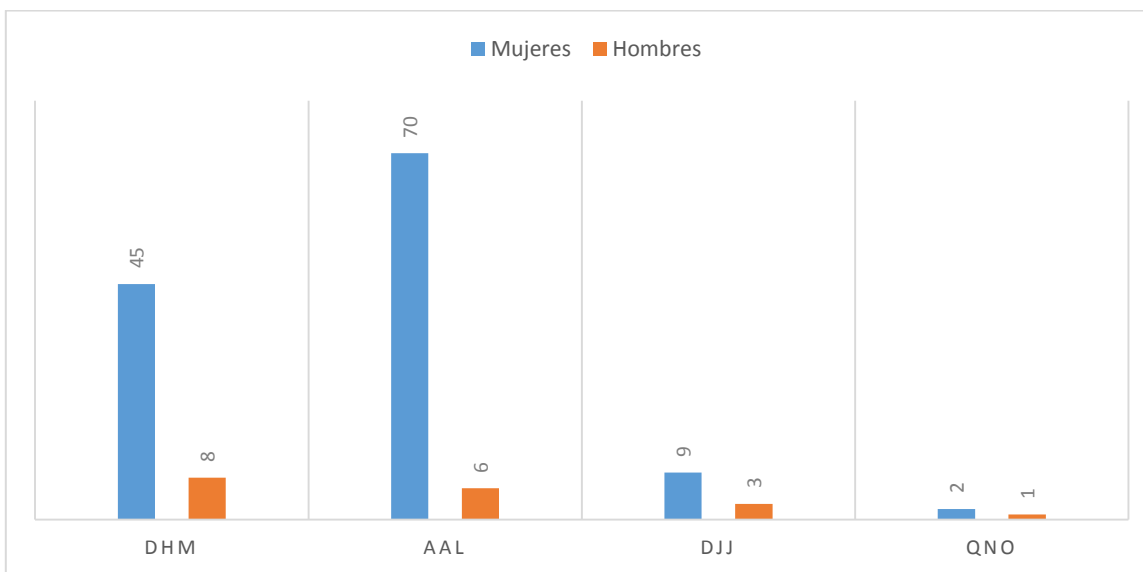
Empresa	Productos o servicios	Mercado al que está dirigido	¿Es una empresa familiar?	Asociación u organización de las que forma parte y beneficios que obtiene al formar parte
1.DHM	Obras de infraestructura	Público en general, aunque sus principales clientes son organismos públicos	Si	Cámara de la Industria de la Construcción (CMIC), a través de la cual tienen acceso a con capacitaciones, actualizaciones, convenios con instituciones públicas y privadas que permiten acceder a apoyos económicos.
2.AAL	Bordados artesanales, principalmente del tipo "Tenango" (manteles, ropa (para niños, dama y caballero) y accesorios	Público en general	Si	Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresa (AMMJE), en la cual se llevan a cabo algunas capacitaciones, redes de trabajo y se informa de formas para obtener financiamientos económicos.
3.DJJ	Asesoría en materia jurídica y contable, especializada en el área fiscal, empresarial, mercantil, laboral, familiar y civil.	Personas físicas y morales que tengan obligaciones fiscales.	No	Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresa (AMMJE), donde se llevan a cabo redes de trabajo, la cual representa las empresas y las dan a conocer en otros mercados. También a la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), la cual

				brinda representación empresarial, capacitaciones a precios preferentes entre otros.
4. QNO	Manejo de medios de comunicación, de redes sociales, así como capacitación, producción audiovisual y noticias	Empresas, emprendedor es y dueños de negocios	No	Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresa (AMMJE), donde brindan espacios para proyectar la empresa y capacitación constante de forma gratuita.

Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

Del número total de trabajadores con los que cuentan las empresas, el 87.5% está constituido por mujeres y el 12.5% por hombres, como se muestra en la Gráfica 11.

Gráfica 11. Mujeres y hombres empleados

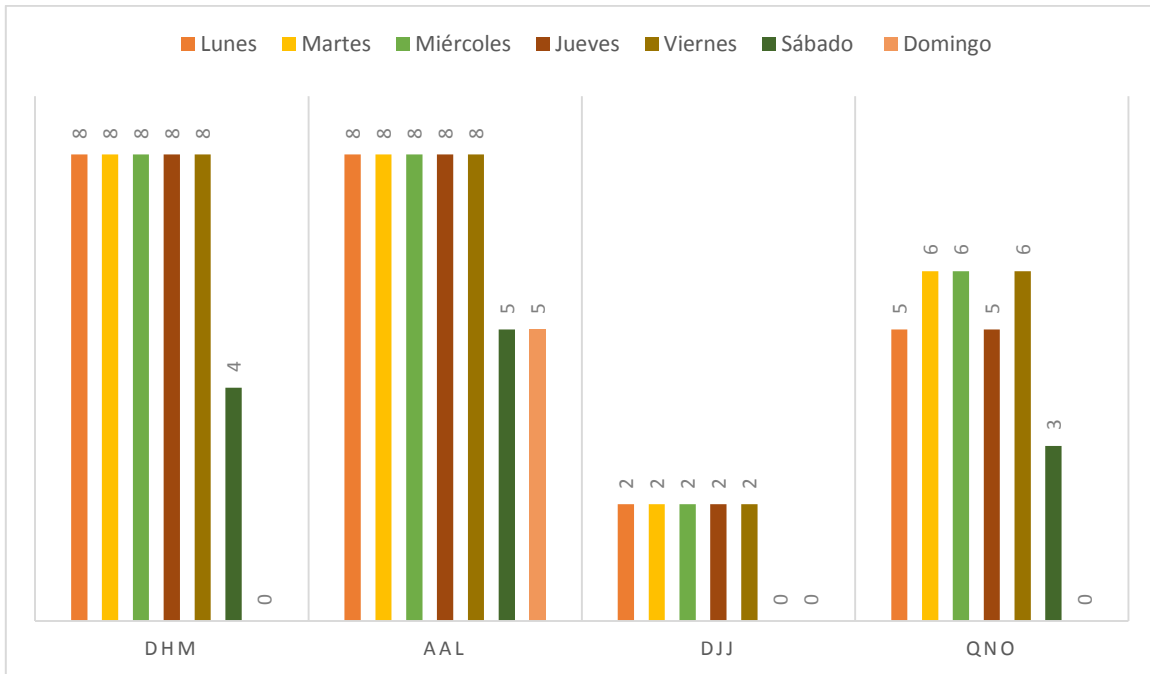


Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

Solamente el 50% de las empresas se encuentran constituidas en alguna sociedad mercantil, como Sociedad Anónima de Capital Variable (S.A. de C.V.) y otra en Sociedad Anónima (S.A.).

Como se puede observar en la gráfica 12, en lo relacionado al tiempo invertido en el manejo de su empresa, se encontró que el promedio de horas por semana es de 34. Además solo el 25% dedica horas de trabajo el día domingo.

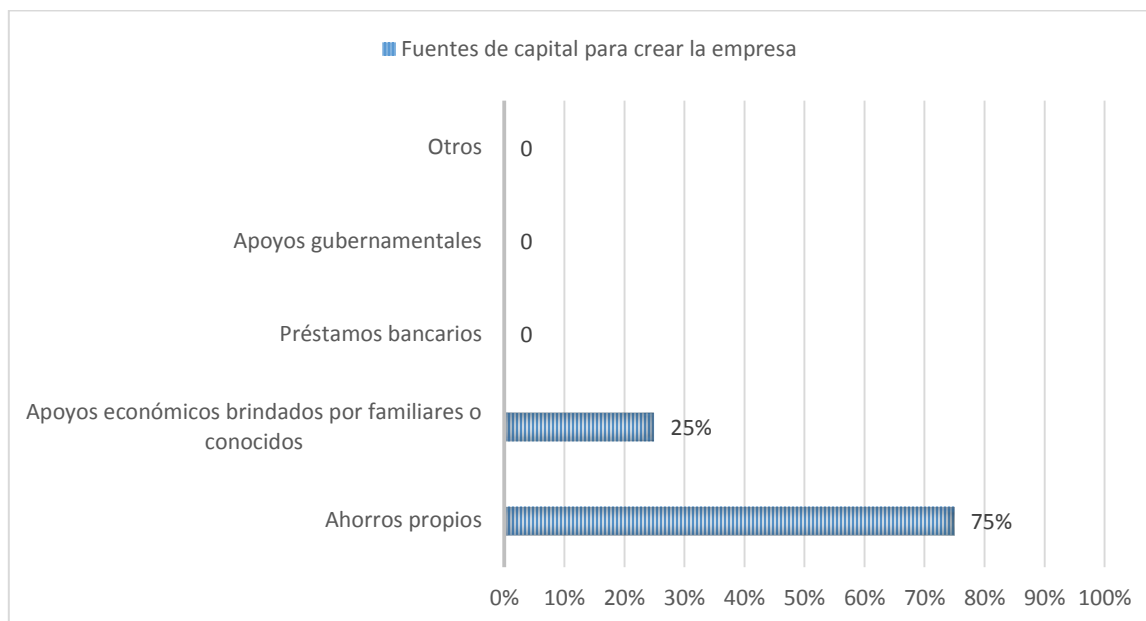
Gráfica 12. Horas dedicadas al día al manejo de la empresa



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

La gráfica 13 indica las fuentes de capital que tuvieron las participantes al iniciar su empresa. Los ahorros propios fueron la principal fuente, seguida de apoyos brindados por familiares o amigos.

Gráfica 13. Fuentes de capital para crear la empresa



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

Ninguna de las participantes afirmó que recibía algún tipo de apoyo de familiares o conocidos para llevar a cabo el desarrollo de su empresa.

g) Capacidades Organizativas

Organización y dirección

Como se muestra en la siguiente tabla, los departamentos que se encuentra identificados e implantados en las empresas en mayor medida, son los de Finanzas, seguidos de los departamentos de ventas y producción.

Tabla 15. Porcentaje de empresas que tienen identificadas departamentos

Departamento	% Empresas
Departamento de Finanzas / Contabilidad	75
Departamento de Producción	50
Comercialización / Ventas	50
Departamento de Recursos Humanos	25
Departamento de Mercadotecnia	25
Departamento de Innovación y Desarrollo	00

Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

En contraparte, el departamento que no se encuentra presente en las empresas es el de Innovación y desarrollo, siendo ésta área menos desarrollada.

En ninguna empresa se realiza un Planteamiento Estratégico. La toma de decisiones no es muy clara, en la mayoría de las empresas se realiza en el momento en el que se necesitan, con un análisis superficial de la situación, basándose en meras suposiciones, incluso se llegan a hacer con base en las necesidades de sus clientes, es decir están en una constante y variante adaptación.

Manejo de las Finanzas

La siguiente tabla muestra el grado de utilización de las técnicas contables en las empresas. Como se puede observar, los grados de utilización son los mismos y se encuentran en un grado medio.

Tabla 16. Grado de utilización de las técnicas económico- financieras (escala 1-5)

Implantación y control de un sistema de contabilidad de costos	2.75
Establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anual	2.75
Análisis de la situación económico - financiera	2.75

Nota: valoración del ítem: 1 mínimo; 5 máximo

Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

En lo relativo a las fuentes de financiamiento, se encontró que las empresas utilizan principalmente dos financiamientos: la reinversión de utilidades, seguida de las aportaciones de accionistas o empresarios.

Tabla 17. Financiamiento de las inversiones en activos fijos

Reinversión de utilidades	3.25
Aportaciones de accionistas o empresarios	2
Financiamiento bancario a plazo superior a un año	1.25
Financiamiento bancario a plazo inferior a un año	1

Nota: valoración del ítem: 1 nunca; 5 siempre

Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

Los financiamientos bancarios, tanto a corto como a largo plazo, son poco importantes para las empresas.

Competencia

En lo referente a los factores más favorables en los que las empresas consideran que están mucho mejor que la competencia, como se aprecia en la tabla 18, son: (i) Calidad de los productos o servicios, (ii) la introducción de innovaciones en productos o servicios y (iii) la productividad de la mano de obra

Tabla 18. Situación media de la empresa con respecto a la competencia

Calidad de los productos o servicios	4.5
La introducción de innovaciones en productos o servicios	4
La productividad de la mano de obra	3.75
El costo unitario de sus productos o servicios	3.5
La cifra media de utilidades antes de intereses e impuestos	2.75

Nota: valoración del ítem: 1 mucho peor que la competencia; 5 mucho mejor que la competencia.

Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

En contraparte, estas empresas señalan estar en una situación menos favorable que sus competidores en aspectos cuantitativos como la cifra media de utilidades antes de impuestos y el costo unitario de sus productos o servicios. Cabe resaltar que en una escala del 1 al 5, solo un factor registra un valor inferior al 3.5, por lo que las empresas consideran que su rendimiento es medianamente satisfactorio (Martínez, Sánchez, Somohano, Pérez, & Marín, 2008).

Mercadotecnia

En el 75% de las empresas, no llevan a cabo estrategias de mercadotecnia, en el resto se llevan a cabo en conjunto con el departamento encargado de ello. Las políticas de venta se llevan a cabo de manera distinta: en DHM se hacen de acuerdo a los contratos que obtengan, en AAL dependiendo del producto en cuestión, en DJJ se realizan en conjunto con sus departamentos de Mercadotecnia, Jurídico y Contable, mientras que en QNO se consideran las estrategias y precios de sus principales competidores para realizarlas tomando en cuenta los valores y filosofía con los que se identifica la empresa.

Los precios se establecen de diferente manera: para DHM cada licitación (medio por el que obtienen la mayor parte de sus clientes) es variable en su presupuesto y necesidades, por lo que analizando ello, es como se establece el precio final de sus servicios. Para la empresa AAL, dependiendo de las cantidades, el tiempo y la complejidad de los bordados solicitados, es como se establecerán los precios. En DJJ el precio dependerá del tiempo y el riesgo implícito que pueden significar las necesidades de los clientes. QNO por su parte, ajusta sus precios al presupuesto de cada cliente.

Operaciones y logística

Debido a que solo una empresa provee productos y no servicios, solo esta pudo responder de qué forma se distribuye el producto que comercializa, el cual se hace de manera directa, en exposiciones o ferias, además de que se encuentran publicitados en algunos sitios web, lo cual permite que se puedan hacer envíos a domicilio.

En lo referente a los aspectos que diferencian a la empresa de sus competidores, por una parte DHM brinda servicios con eticidad, responsabilidad y cumplimiento de lo pactado, mientras que ALL afirmó que sus bordados son de calidad y a precios accesibles, DJJ indicó que brindan un servicio de calidad y un trato cordial y ético hacia sus clientes, mientras que QNO se diferencia de la competencia al ofrecer servicios caracterizados por los valores implícitos de la empresa, así como de la ética que los distinguen al ofrecer contenidos valiosos.

Las cantidades de producción en DHM se establecen con base en el material para construcción con el que se cuente (y si es posible adquirir más), así como del tiempo y el personal disponible. ALL las establece con base en la demanda. El resto de las empresas puesto que brindan un servicio, no respondieron esta pregunta.

El 75% cuenta con almacenes para productos e insumos y en ninguna empresa se lleva a cabo un control de stock o inventario.

Tecnología

El 100% de las empresas hace uso de recursos electrónicos para un mejor manejo y desarrollo de las mismas. En la tabla 19 se muestra la implementación que tienen los diferentes equipamientos informáticos y medios de comunicación en las empresas objeto de estudio. La línea telefónica, el internet y las computadoras se sitúan como el equipamiento más extendido, siendo estas últimas las que destacan en cantidad.

Tabla 19. Porcentaje de implantación de equipamiento de comunicaciones y medios informáticos

Recurso	Porcentaje
Línea telefónica básica	100
Internet	100
Computadoras	100
Impresoras	75

Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

El 100% de las líneas telefónicas básicas e internet, cuentan con al menos un año de antigüedad, además cuenta con al menos una computadora de máximo tres años de antigüedad.

En cuanto a la intención de mejorar sus equipamientos a través de la inversión en los mismos, podemos ver que la inversión en equipo de cómputo es la que despierta mayor interés en su optimización con un 75%, seguido de la adquisición de impresoras.

Tabla 20. Intención de invertir en equipamiento de comunicación e informático

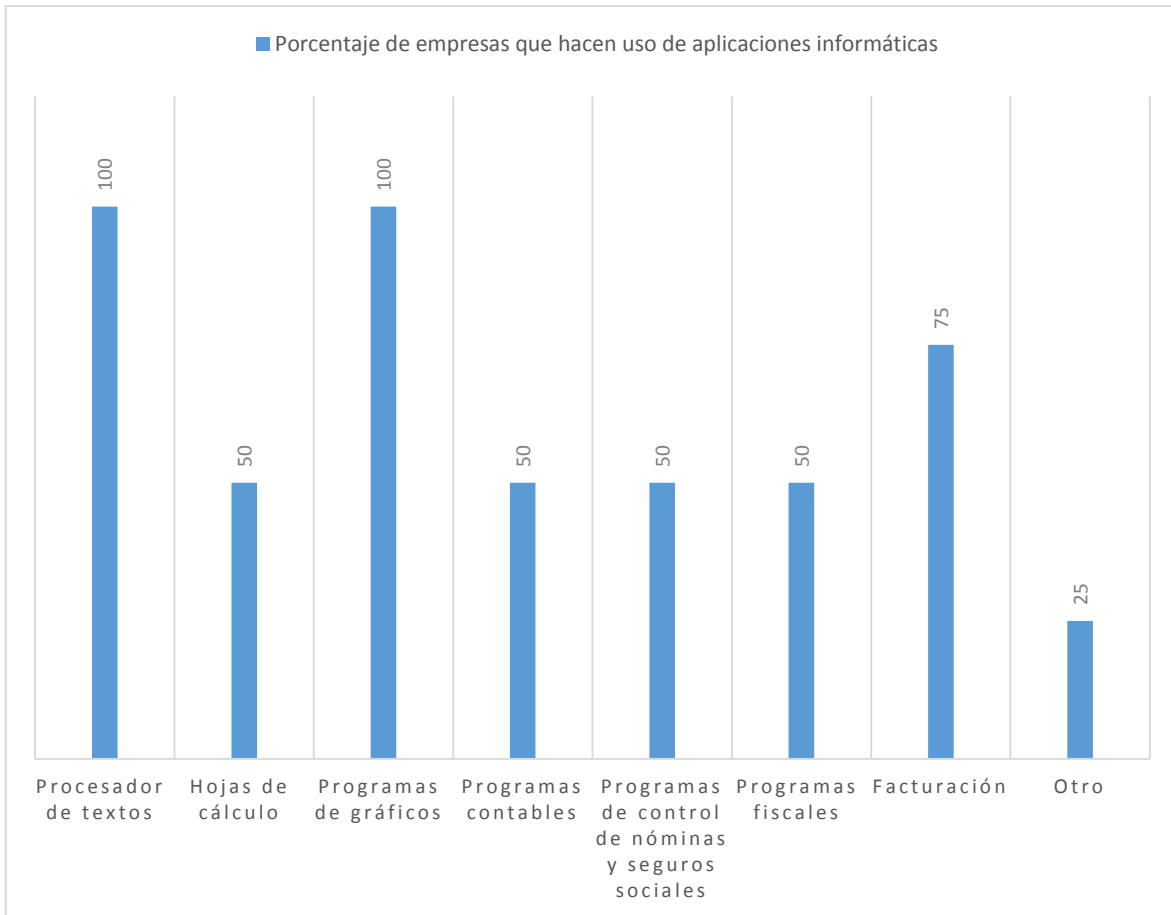
Recurso	Porcentaje
Línea telefónica básica	25
Internet	25
Computadoras	75
Impresoras	50

Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

Se indicaron las principales aplicaciones informáticas utilizadas, siendo los procesadores de texto y los programas gráficos los que son usados en el 100% de las empresas. Los programas diseñados para la facturación son ocupados en el

75% de los casos, y en el 50% las hojas de cálculo, programas contables, de control de nóminas y fiscales son utilizadas de manera habitual. Un programa para el diseño y la edición de video, fue señalado en el apartado de Otros programas.

Gráfica 14. Uso de aplicaciones informáticas

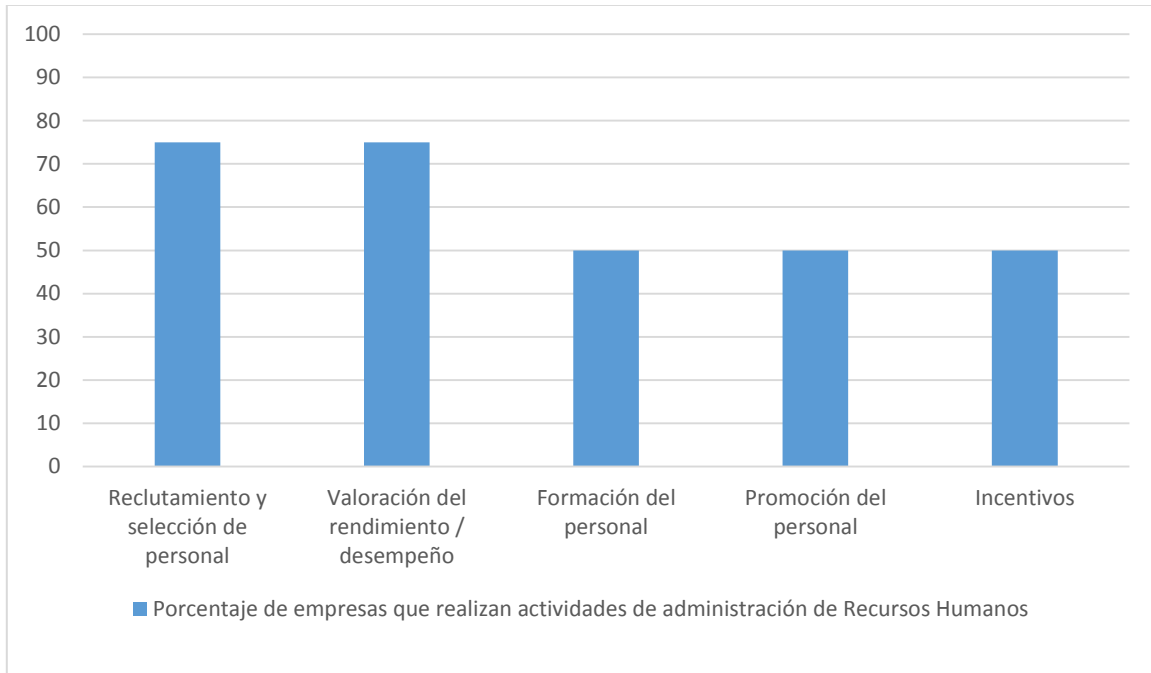


Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

Manejo de Recursos Humanos

El reclutamiento y la selección del personal así como la valoración del rendimiento y desempeño, se lleva a cabo en el 75% de las empresas. La formación y promoción del personal así como los incentivos se realizan en el 50% como se indica en la siguiente gráfica.

Gráfica 15. Actividades de administración de Recursos Humanos



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

Conclusiones

Las mujeres presentan perfiles variados: parecen no conformar un grupo homogéneo, situación que da cuenta de los diversos sectores económicos en los que éstas emprenden. Además se encontraron perfiles demográficos, educativos y laborales variados, como la edad, estado civil, lugar de nacimiento, o el nivel educativo. No parece adecuado afirmar que existe un perfil único de emprendedoras, ya que se estaría simplificando erróneamente sus características y necesidades. Sin embargo se identificaron algunas generalidades: todas han estado casadas, cuentan con estudios mínimos de bachillerato, emprender no afecta sus vidas familiares y personales, ninguna limita el crecimiento de sus empresas debido a responsabilidades familiares además de que cuentan con experiencia laboral previa en

Como afirma Berdugo & Gámez (2015), la mayoría de las participantes no tenían ni la experiencia ni los conocimientos ni capacitaciones necesarias para emprender un negocio, aspectos que consideran necesarios, sobre todo en lo relacionado a contabilidad y finanzas.

Tal como mencionan autores como Castiblanco (2013), las empresas carecen de una estructura; no realizan planeaciones estratégicas, ni establecen metas, ni se realizan inventarios. Se puede afirmar que no están interesadas en innovar en sus respectivos mercados; no existe en ninguna empresa un departamento o encargado de esta actividad y no tienen interés en hacerlo, ya que según en propias palabras de las participantes, así ha funcionado su empresa, además de que no consideran que sean capaces por el momento de ofrecer nuevos servicios y/o productos. No se realizan planes de negocios, ni registros que permitan tomar decisiones basándose en información contable.

Si bien la formación académica, puede llegar a ser un problema para emprender (no les brindó los conocimientos que lograron obtener con la experiencia), no parece tener una influencia mayor en su espíritu emprendedor. No se puede afirmar que hay una relación causal, sin embargo el hecho de crecer en un

ambiente familiar emprendedor puede generar propensión a continuar el mismo camino.

De acuerdo a Blasco-Buriel, et. al.(2016), para que las empresas logren ser exitosas, las empresarias deben crear un negocio en el que tengan una formación profesional adecuada y una experiencia mínima en el sector, es aquí donde resalta el caso de DHM: su creadora no cuenta con alguno de estos dos aspectos, sin embargo hasta la fecha esta empresa sigue en crecimiento y puede decirse que ha sido en gran parte a que su creadora ha contado desde el inicio de operaciones con asesoría profesional, lo cual demuestra la importancia de identificar las debilidades en las empresas y la forma de subsanarlas.

Los sectores económicos a los que pertenecen las respectivas empresas, son variados: tomando en consideración que las participantes incursionaron en el emprendimiento - actividad de acuerdo a Goffee y Scase (1985), relacionada o considerada como típicamente masculina- se puede afirmar que existe un bajo arraigo al rol tradicional de la mujer, incluso han incursionado en nichos de mercado donde predominan los hombres, como la construcción y la abogacía, pero de igual forma se sigue emprendiendo en actividades comúnmente relacionadas al género femenino como la elaboración de bordados.

Las emprendedoras encontraron en las asociaciones de las que forman parte, una oportunidad para crear redes de trabajo y de apoyo, tener una mayor presencia de su marca y además es un medio que les permite estar en constante capacitación y actualización sobre apoyos económicos públicos o privados que les permita crecer su empresa.

En todas las empresas, el número de mujeres empleadas es mayor al de hombres, en casi un 90%, aunque no queda claro si esto se debe a las necesidades de la empresa o al género. Además la mitad de las empresas son familiares.

Las participantes comenzaron a emprender sin contar con algún financiamiento económico público o privado, ya que los ahorros fueron su fuente de capital, pero

con el tiempo han considerado aplicar para conseguir alguno, aunque consideran que los trámites son largos, requieren de mucho tiempo y no desean descuidar su empresa. Hace falta investigar de una manera mas profunda si mas mujeres estuvieran dispuestas a emprender si tuvieran acceso a ellos (De la Fuente-Cabrero, Segovia-Pérez & Figueroa-Domecq, 2014) o incluso si el género influye de manera negativa al otorgar financiamientos a mujeres, como lo menciona Steege et.al. (2014).

Contrario a lo que menciona Jency & Siniya (2016), si existen programas de financiamiento para las empresas creadas por mujeres y además, estas tienen conocimiento de su existencia, en gran parte gracias a las asociaciones de las que forman parte.

Las habilidades administrativas y gerenciales, no son muy diversas, por ejemplo el departamento de finanzas y/o de contabilidad, parece ser el más importante, aunque en contraparte, se encuentra el de Innovación y Desarrollo, ya que en ninguna empresa está presente, siendo esta un área de oportunidad.

Para financiar las empresas, la reinversión de utilidades es la primera opción y casi nunca se hace uso de financiamientos bancarios. La mercadotecnia, aunque la consideran necesaria, no es primordial. El uso y adquisición de recursos tecnológicos, está presente en todos los casos, aunque algunas mencionaron que no contaban con los recursos para obtener algunos más modernos, aunque lo deseaban. En ninguna se realiza un planteamiento estratégico. Además pareciera que las actividades no están establecidas claramente, ya que la toma de decisiones o la forma de dirigir la empresa, se basa en las necesidades de cada cliente, es decir no existen instrucciones claras de cómo llevar a cabo sus servicios. Las operaciones y la logística carecen de una estructura.

El principal diferenciador con respecto de su competencia, es la calidad de los productos o servicios, aunque en contraparte se consideran débiles en cuanto a las utilidades obtenidas.

El reclutamiento y selección de personal, así como la valoración de su desempeño, son actividades primordiales en casi todas las empresas, donde en segundo término se encuentra su formación y promoción, mientras que los incentivos son casi inexistentes.

Las mujeres empresarias parecen demostrar un alto grado de dedicación para el desarrollo de sus empresas, el cual se expresa en el número de horas que dedican al día para el manejo de la empresa, siendo en su mayoría una jornada de ocho horas o menos al día.

Sobre las principales motivaciones que llevaron a las mujeres a emprender, se encontraron algunos factores intrínsecos, como el hecho de que todas lo hicieron por la necesidad de tener un logro personal, mientras que algunas lo hicieron además por la independencia económica y para obtener mayores ingresos, es decir, están más interesadas en el éxito de su empresa que en las ganancias y aunado a ello, está su deseo de manejar sus propios tiempos y horarios. Otros aspectos extrínsecos como la discriminación por género y los bajos salarios en sus antiguos lugares de trabajo, influyeron en su decisión de emprender. Además han expresado su deseo de poder brindar fuentes de empleo en sus empresas a otras mujeres, sobre todo si estas tienen hijos. Todo lo anterior permite afirmar lo mencionado por Blasco-Buriel et.al. (2016), Briseño y López (2016), Brousse & Bugman (2005) y Cromie (1987), referente a la necesidad de satisfacción personal, obtención de mayores ingresos y la conciliación de la vida familiar, personal y laboral. Por otra parte los factores *push* que se identificaron, fueron la insatisfacción por bajos salarios en el mercado laboral, pocas oportunidades de crecimiento, horarios extensos y poco flexibles, mientras que los factores *pull*, motivaron voluntariamente a las mujeres mediante su deseo de independencia y autosatisfacción. Las mujeres parecen estar más motivadas a emprender por factores que las impulsen que por circunstancias que las obliguen.

Contrario a lo que afirma Brousse & Bugman, (2005), ninguna empresaria ha sido impulsada directamente a emprender por su familia, incluso una mencionó que

reaccionaron negativamente a su decisión, por considerar que esta actividad no le brindaría los recursos necesarios para cubrir los gastos en casa.

Para León & Huari (2010), la edad, el capital, tamaño de la familia y el nivel educativo, influyen en la decisión de la mujer de emprender. En este estudio, se puede decir que entre mayor experiencia laboral y estudios, las mujeres tendrán mas deseos de crear sus propias empresas y que este deseo aumenta si tienen hijos, ya que desean tener una fuente de ingresos que les permita decidir sus horarios para atender sus responsabilidades familiares y personales.

Aun cuando existieran ofertas de trabajo atractivas, ninguna participante dejaría su propia empresa, ya que esta le permite administrar sus tiempos, le brinda una mayor seguridad y estabilidad y porque además fue su proyecto de vida. La mayoría no contó con un apoyo emocional que la animara a emprender, incluso una participante mencionó que su familia reaccionó negativamente a su decisión de crear su empresa.

Los obstáculos que enfrentaron, están relacionados principalmente con la falta de experiencia y conocimientos para crear y dirigir una empresa como afirma Vier, Gazola, & Moreno (2013) y Sunanda & Naik (2016), seguidos de la falta de capital para crear nuevos productos, los tiempos (dedicar tiempo a la familia y a la empresa a la vez) e incluso una participante mencionó que por ser joven, no la consideraban capaz ni con la experiencia suficiente para ofrecer los servicios de su empresa. Contario a lo que afirman algunos autores como Castiblanco (2013) y Rodriguez & Santos (2008), los factores relacionados con el género (discriminación), a pesar de que son mencionados frecuentemente en la literatura, no han sido un obstáculo significativo, ya que solo una participante mencionó haber sido discriminada al no permitirle ofrecer sus servicios de asesoría jurídica por el hecho de ser mujer.

Aun cuando todas contaron con un capital inicial pequeño y provisto por sus ahorros y por familiares, no consideraron la falta de recursos como un obstáculo significativo al incursionar en el emprendimiento, pero sus deseos de crecimiento, las han hecho considerar obtener recursos económicos, sobre todo por medio de

instituciones públicas, ya que consideran que hacerlo mediante privadas como los bancos, ya que consideran un gran problema los grandes intereses que tendrían que pagar.

Por otra parte la formación académica y la experiencia influyeron en la administración de su empresa: la mitad considera que sus estudios fueron suficientes para emprender y que contaba además con la experiencia necesaria para crearla.

Las emprendedoras parecen no haber recibido capacitación específica para desarrollarse como tales, sino que se han guiado más por la experiencia (aciertos y errores), por lo que resultan necesarios programas de apoyo y/o capacitación orientados a la gestión de empresas y asesoría cuyo objetivo no debe ser la formación de expertas en todas las áreas, sino el desarrollo de la capacidad de gestión de negocios mediante el conocimiento de los diversos aspectos que deben ser tomados en cuenta para el desarrollo de una empresa, de manera que estas sean capaces de identificar para qué aspectos requieren contratar colaboradores o asesoría externa. Estos programas de apoyo deben realizarse previo análisis de la realidad de las mujeres empresarias y ser desarrollados específicamente para cada tipo de emprendedora. El asesoramiento podría estimular a las mujeres que desean convertirse en emprendedoras a través del estudio de sus habilidades, ofreciéndoles apoyo para la creación y desarrollo de sus empresas, ser capaces de reconocer sus propias debilidades y saber contratar a las personas que requieren en las áreas que ellas no conocen, desarrollar en ellas de la capacidad de resolver los problemas específicos que afrontan, así como para balancear sus responsabilidades familiares y en la empresa.

Resulta necesario que los programas de apoyo a la actividad empresarial de las mujeres deban realizar diagnósticos previos que den cuenta de la diversidad de los antecedentes de cada emprendedora.

En lo que respecta al financiamiento, se debe facilitar el acceso al mismo, simplificar los procesos, pero sobre todo, reducir los costos de los créditos ofrecidos y brindar apoyos fiscales.

Ya que las asociaciones de las que forman parte les han ayudado en el proceso de emprendimiento, las mujeres pueden beneficiarse del desarrollo de un programa de mentoría entre sí, que les permita ayudar a otras que recién se inician en esta actividad, cuyo propósito sería brindar orientación, enseñar sobre la gestión de una empresa de una manera práctica, obtener conocimiento y guía en las áreas de mayor deficiencia y generar mayor confianza en sus propias capacidades emprendedoras. Estas asociaciones permiten mediante redes de trabajo, guiar a nuevas emprendedoras y fortalecer a las de mayor experiencia (Brousse & Bugman, 2005).

Se puede decir que el sistema educativo no está influyendo en el fomento ni en el fortalecimiento del emprendimiento, por lo que resulta necesario el desarrollo de la actividad emprendedora a partir de la formación educativa, tal como afirman Ortiz, Duque, Camargo (2008) y Ramadani (2015), además tal y como mencionan Ramadani (2015) y Patel (2015), esta debe ser fomentada desde temprana edad, lo cual incluso podría fortalecer la autoestima, confianza e independencia en las mujeres.

Referencias bibliográficas

- Álvarez, C., Noguera, M., & Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino: un estudio cuantitativo en España. *Economía Industrial*(383), 44 - 52.
- Anna, A., Chandler, G., Jansen, E., & Mero, N. (2000). Women business owners in traditional and non-traditional industries. *Journal of Business Ethics*, 5 - 30.
- Ashoka. (2016). *El emprendimiento social*. Obtenido de www.ashoka.org/es/focus/el-emprendimiento-social
- Avolio, B. (2008). *Un estudio exploratorio de las mujeres empresarias en el Perú (Tesis doctoral)* Pontificia Universidad Católica del Perú. Surco.
- Baumol, W. (1990). Entrepreneurship Productive, Unproductive and Destructive. (U. o. Press, Ed.) *The Journal of Political Economy*, 98(5), 893 - 921.
- Berdugo, E., & Gámez, J. (Enero-junio de 2015). Mujeres empresarias de Bogotá. *CIFE*(26), 149-173.
- Blasco, M., Brusca, I., Esteban, M., & Labrador, M. (2016). Women entrepreneurs: are there gender differences? *Business & Entrepreneurship Journal*, 5(1), 47-65.
- Blasco-Buriel, P., Brusca-Alijarde, I., Esteban-Salvador, L., & Labrador-Barrafón, M. (2016). La satisfacción de las mujeres empresarias: factores determinantes. *Contabilidad y Negocios*, 10(21), 68-92.
- Bobillo, M. (2015). *Mujeres emprendedoras en la Universidad Iberoamericana: casi todo por hacer*. Santiago de Compostela: RedEmprendia. Recuperado el 01 de Marzo de 2017
- Briseño, O., Briseño, A., & López, A. (2016). El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México. *Innovaciones de Negocios*, 13(25), 23-46.
- Brousse, C., & Bugman, C. (2005). *Caracterización de las Mujeres Emprendedoras en el Rubro Gastronómico (Tesis de Licenciatura)*. Valdivia: Universidad Austral de Chile. Recuperado el 20 de Febrero de 2017
- Buendía-Martínez, I. (2013). Mujer, actividad emprendedora y desarrollo rural en América Latina y el Caribe. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 10(72), 21-45.
- Carlos, C., Contreras, L., Silva, M., & Liquidano, M. (2015). El espíritu emprendedor y un factor que influencia su desarrollo temprano. *Revista Conciencia Tecnológica*, núm. 49, enero-junio, 2015, pp. 46-51 Instituto Tecnológico de Aguascalientes Aguascalientes, México
- Carrasco, I., & Castaño, M. (Noviembre-diciembre de 2008). El emprendedor Schumpeteriano y el contexto social. *Revista ICE Información Comercial Española*(845), 121-134. Recuperado el 10 de marzo de 2017, de http://www.revistasice.com/cache/pdf/ICE_845_121-134__F6565B36FDFD765A932BB8BEEE9AAB41.pdf
- Castiblanco, S. (2013). La construcción de las categoría de emprendimiento femenino. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas*, XXI (2). Recuperado el 16 de Febrero de 2017

- Castillo, A. (1999). *Estado del Arte en la enseñanza del emprendimiento. Programa emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*. Chile: INTEC.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: Realidades, Obstáculos y Desafíos*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Cesaroni, F., & Senturi, A. (2016). Economic crisis, women entrepreneurs and bank loans: some empirical evidence from Italy. *Economic Research- Ekonomska Istrazivanja*, 29(1), 1050-1061.
- Conroy, T., & Weiler, S. (2015). Where are the women entrepreneurs? Business ownership growth by gender across the American urban landscape. *Economic Inquiry*, 53(4), 1875-1892.
- Cooper, A. (1981). Strategic management: New ventures and small business. *Long Range Planning*, 39-45.
- Cromie, S. (1987). Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs. *The Sociological Review*, 8(3), 87-113.
- Conway, J., Bourque, S. & Scott, J. (1987) Introduction: The concept of Gender. *Daedalus*.
- De la Fuente-Cabrero, C., Segovia-Pérez, M., & Figueroa-Domecq, C. (Septiembre- diciembre de 2014). Evaluación de los efectos del apoyo institucional a la financiación del emprendimiento femenino. *Esic Markte Economics And Business Journal*, 45(3), 533-552.
- Delmar, F., & Holmquist, C. (2004). *Women's Entrepreneurship: Issues and Policies*. Istanbul: Conference of Ministers Responsible for Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs).
- Duarte, F. (julio de 2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad y negocios. Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas*(3), 46-56.
- Escalona, S. (2009). Actividades dentro del Programa Emprendedores para el Desarrollo del Espíritu Emprendedor (Tesis de Licenciatura) Universidad Nacional Autónoma de México. Ciudad de México.
- Fernández, C., Cea, J., Doll, C., Santander, P., & Yáñez, D. (2014). Factores condicionantes del emprendimiento femenino en Chile. *XXX Encuentro Nacional de Facultades de Administración y Economía. ENEFA Proceedings*, 7, 483 - 503. Recuperado el 13 de marzo de 2017, de https://www.academia.edu/12262190/FACTORES_CONDICIONANTES_DEL_EMPRENDIMIENTO_FEMENINO_EN_CHILE
- Formichella, M. (2002). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, empleo y desarrollo social. *Chacra Experimental Integrada Barrow: Tres Arroyos*.
- Galeana, P. (2013). *Rompiendo el techo de cristal, las mujeres en la ciencia, en la educación y en la independencia financiera*. Ciudad de México: Federación Mexicana de Universitarias A. C.
- Goffee, B., & Scase, R. (1985). Women in charge: The experiences of female entrepreneurs.

- Global Entrepreneur Monitor (2012). *Global Report 2012*. Obtenido de <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2409>
- Grande, I. (2001). *Características emprendedoras de los/las estudiantes de la Universidad Pública de Navarra*. Navarra: Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra (CEIN).
- Harper, C. (21 de Marzo de 2003). *Collins Cobuild English Dictionary for Advanced Learners*. Obtenido de diccionario.reverso.net
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Santiago de Chile: Naciones Unidas-CEPAL, División de asuntos de género.
- Hernández, K., Lizbeth, G., & Herrera, M. (2015). *Reporte Regional 2015, México. Global Entrepreneurship Monitor*. Ciudad de México: Babson College y el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Herrera, K., & Gutiérrez, J. M. (abril - junio de 2014). El emprendimiento como iniciativa para la creación de empresas: análisis de la perspectiva psicológica y contextual. (U. d. Zulia, Ed.) *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XX(2), 288-302.
- Hossain, A., Naser, K., Zaman, A., & Nuseibeh, R. (2009). Factors influencing women business development in the developing countries. Evidence from Bangladesh. *International Journal of Organizational Analysis*, 17(3), 202 - 224.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2015). *Encuesta Intersensal 2015*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado el 16 de marzo de 2017, de <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/especiales/intercensal/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. INEGI*. (2016). Obtenido de www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/regulares/enoe/
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2009). *Micro, pequeña y mediana empresa. Estratificación de los establecimientos. Censos económicos 2009*. Aguascalientes: INEGI.
- Järviluoma, H., Moisala, P., & Vilkkö, A. (2003). *Gender and Qualitative Methods*. Londres.
- Jency, S., & Siniya, A. (2016). A study on women entrepreneurs in micro enterprises. *International Journal of Research in Commerce & Management*, 7, 85-90.
- Jorge, V., Andreassi, T., & Toneli, M. (2015). Critical incidents among women entrepreneurs: Personal and professional issues. *Revista de Administração*, 51(2), 212-224.
- Kelley, D., Singer, S., & Herrington, M. (2016). *2015 /16 Global Report*. Global Entrepreneurship Monitor. Recuperado el 10 de marzo de 2017, de <http://gemconsortium.org/report>

- León, J., & Huari, J. (2010). Determinantes del proceso de emprendimiento empresarial femenino en el Perú. *Pensamiento Crítico*(12), 57-70.
- Malone, K., Stewart, S., Wilson, J., & Korsching, P. (2010). Perceptions of financial wellbeing among American women in diverse families. *Journal of Family and Economics*, 63-81.
- Martínez, F., Sánchez, V., Somohano, F., Pérez, D., & Marín, S. (2008). *Análisis estratégico para el desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Estado de Hidalgo)*. Pachuca: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- McClelland, E., & Swail, J. (2010). Following the pathway of female entrepreneurs: a six country investigation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 84-107.
- Minniti, M., & Langowitz, N. (2005). Global entrepreneurship monitor: 2004 report on women and entrepreneurship. *Wellesley: The center for Women's Leadership at Babson College*.
- Moreno, H., & Espíritu, R. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. *PORTES Revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico*, 101-122.
- Muñiz, L. (2003). *Emprendedores, Un modelo de programa educativo para el fomento del espíritu emprendedor (Tesis de pregrado)*. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Nacional Financiera (NAFINSA). (2009). *Mujeres Emprendedoras y Empresarias*. Ciudad de México.
- Naranjo, E., Campos, M., & Natzin, L. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional 2015 México*. Monterrey: Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera. Recuperado el 01 de marzo de 2017
- Ndemo, B., & Maina, F. (2007). Women entrepreneurs and strategic decision making. *Management Decision*, 118-130.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2016). *Organización Internacional del Trabajo*. Recuperado el 06 de Marzo de 2017, de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_185351.pdf
- Organización de las Naciones Unidas (ONU Mujeres). (Febrero de 2015). Obtenido de <http://www.unwomen.org/es/what-we-do/economic-empowerment/facts-and-figures>
- Orhan, M., & Scott, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship: An exploratory model. *Journal of Management Review*, 232-242.
- Ortiz, C., Duque, Y., & Camargo, D. (2008). Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas*, XVI, 85 - 104.
- Ojeda, A. (2011). Las redes de trabajo: una estrategia para fortalecer la productividad en tiempos modernos. *Psicología Iberoamericana*, vol. 19, núm. 1, enero-junio, 2011, pp. 5-7 Universidad Iberoamericana, Ciudad de México

- Pandian, K. (2011). An empirical investigation of the factors on determining the success and problems face by women entrepreneurs in Tiruchipali District Tamilnadu. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research Business*, 914-922.
- Parvin, L., Rahman, M. W., & Jia, J. (Mayo de 2012). Determinates of Women Micro-entrepreneurship Development: An Empirical Investigation in Rural Bangladesh. *International Journal of Economics and Fiance*, 4(5), 254-260. doi:10.5539/ijef.v4n5p254
- Patel, K. (2015). Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries. *CLEAR International Journal of Research in Commerce & Management*, 6, 53-55.
- Real Academia Española* (RAE). (27 de Febrero de 2017). Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=Esffwg4>
- Ramadani, V. (2015). The woman entrepreneur in Albania: An exploratory study on motivation, problems and success factors. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 17(2), 204-221.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración* (Vol. 8). Ciudad de México: Prentice Hall.
- Rodríguez, A. (2010). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y Gestión, Universidad del Norte*(26), 95-119.
- Rodríguez, M., & Santos, F. (Marzo - abril de 2008). La actividad emprendedora de las mujeres y el proceso de la creación de empresas. *Revista ICE*(841).
- Ruiz, J., Camelo, M., & Corduras, A. (2010). Mujer y desafío emprendedor en España. Características y Determinantes. *Economía Industrial*, 13-22.
- Saavedra, M., & Camarena, M. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio libre*, 130-152.
- Sánchez, L. (2003). Perfil psicológico del autoempleado (tesis de doctorado). *Universidad Complutense de Madrid*.
- Santamaría, E., & Tapia, D. (2017). *Emprendimiento y Género en México*. Ciudad de México: Centro de Análisis para la Investigación en Innovación. CAIINNO.
- SEGOB. (08 de Marzo de 2016). *Secretaría de Gobernación*. Recuperado el 06 de marzo de 2017, de <http://www.gob.mx/presidencia/prensa/anuncia-el-presidente-epn-el-programa-mujerpyme-su-objetivo-otorgar-creditos-en-condiciones-preferenciales-a-mujeresempreendedoras>
- Steege, M., Schreuders, R., & Trompenaars, F. (2014). Collaborating to identify the personal and business dilemmas of successful women entrepreneurs. *Maastricht School of Management. Working Paper*, 1-18.
- Sunanda, V., & Naik, H. (2016). An overview of socio-economic conditions and problems of women entrepreneurs at Davanagere City. *CLEAR International Journal of Research in Commerce & Management*, 7, 10-13.
- Timmons, J. (1994). *New Venture Creation; Entrepreneurship for the 21th Century*. Chicago: Irwin.

- Trujillo, M., & Guzmán, A. (enero - junio de 2008). Intraemprendimiento: Una revisión al constructo teórico, sus implicaciones y agenda de investigación futura. *Cuadernos de Administración*, 21(035).
- Valencia, M. (2005). The female-entrepreneurship field. *Iberoamerican Academy of Management*, 8-10.
- Valenzuela, E. (2005). *¿Nuevo sendero para las mujeres? Micro empresa y género en América Latina en el umbral del Siglo XXI*. Santiago de Chile: CEM.
- Vier, H., Gazola, S., & Moreno, M. (Septiembre-octubre de 2013). Criacao de empresas por mulheres: um estudo com eprendedoras em Natal, Río Grande do Norte. *Revista de Administração Mackenzie*, 14(5), 177-200.
- Yin, R. (2003). *Case study research: Concepts and methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Zenger, J., & Folkman, J. (15 de Marzo de 2012). *Are Women Better Leaders than Men?* Recuperado el 14 de Febrero de 2017, de Harvard Business Review: <https://hbr.org/2012/03/a-study-in-leadership-women-do>

ANEXOS

Anexo. 1 Encuesta para el Estudio Exploratorio de Mujeres Emprendedoras en la ciudad de Pachuca de Soto, Hidalgo



Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Instituto de Ciencias Económico Administrativas
Maestría en Administración



Encuesta para el Estudio Exploratorio de Mujeres Emprendedoras en la ciudad de Pachuca de Soto, Hidalgo

Instrucciones: Marque con una “X” donde proceda si se encuentra con y rodee con un círculo si se encuentra con una escala del tipo: 1 2 3 4. Conteste con letra legible las preguntas que lo requieran.

Si desea recibir los datos del estudio, por favor indique la dirección a la que deben remitirse a continuación:

- Nombre _____ o Razón _____ Social: _____
- Con atención a: _____
- Dirección (Calle, número. Colonia, ciudad, estado y código postal): _____
- Correo electrónico: _____

Bloque 1: Datos Personales

1. Nombre completo (opcional) _____
2. Edad: _____
3. Lugar _____ de nacimiento _____ (Municipio _____ y Estado _____)
4. Estado Civil: Soltera Casada Viuda Unión Libre
5. ¿Cuál es su último grado de estudios completados?
 - Primaria
 - Secundaria
 - Preparatoria / Bachillerato
 - Licenciatura / Ingeniería (Indicar en que área) _____
 - Especialidad (Indicar en que área) _____
 - Doctorado (Indicar en que área) _____
 - Postdoctorado (Indicar en que área) _____
 - Ninguno
6. ¿Tiene hijos? Si (Indique cuantos y sus respectivas edades): _____
 No

7. Si respondió afirmativamente a la pregunta 6, continúe con ésta pregunta, de lo contrario siga con la pregunta 8 ¿Cuál es el último nivel de estudios completados o en curso de sus hijos? (indique cuantos de sus hijos se encuentran en el grado académico que corresponda)
- Primaria ____ hijos
 - Secundaria ____ hijos
 - Preparatoria / Bachillerato ____ hijos
 - Licenciatura / Ingeniería (Indicar en que área) _____ / ____ hijos
 - Especialidad (Indicar en que área) _____ / ____ hijos
 - Doctorado (Indicar en que área) _____ / ____ hijos
 - Postdoctorado (Indicar en que área) _____ / ____ hijos
 - Ninguno ____ hijos

Bloque 2: Situación familiar

8. ¿Cuántos hermanos/hermanas tiene? _____
9. ¿Cuál es su posición en la familia? (primogénito, segundo, tercero, etc.) _____
10. ¿Sus padres o tutores emprenden o han emprendido algún negocio?
- Si (indicar el ramo, y continuar con la pregunta no. 11)

 - No (Continuar con la pregunta 12)
11. ¿Considera que el hecho de sus padres hayan emprendido un negocio, la impulsó o influyó a crear el de usted?
- Si, ¿por qué? _____

 - No, ¿por qué? _____

12. ¿Cuántos años tiene su padre o tutor? _____
13. ¿Cuál es su actual ocupación? _____
14. ¿Cuál es el último nivel de estudios completados de su padre o tutor?
- Primaria
 - Secundaria
 - Preparatoria / Bachillerato
 - Licenciatura / Ingeniería (Indicar en que área)

 - Especialidad (Indicar en que área) _____
 - Doctorado (Indicar en que área)

Postdoctorado (Indicar en que área)

Ninguno

15. ¿Cuántos años tiene su madre? _____

16. ¿Cuál es su actual ocupación? _____

17. ¿Cuál es el último nivel de estudios completados de su madre?

Primaria

Secundaria

Preparatoria / Bachillerato

Licenciatura / Ingeniería (Indicar en que área) _____

Especialidad (Indicar en que área) _____

Doctorado (Indicar en que área) _____

Postdoctorado (Indicar en que área) _____

Ninguno

18. ¿Considera que afecta su vida familiar el hecho de emprender?

Si (Indique en que forma)

No

19. ¿Considera que influye su vida familiar en el manejo de su empresa?

Si (indique en que forma)

No

20. ¿Cuenta con algún tipo de ayuda doméstica externa?

Si (indique quien se lo proporciona) _____

No, lo realizo por mi propia cuenta

21. ¿Maneja su empresa desde casa para poder llevar simultáneamente sus responsabilidades familiares o con su pareja?

Si

No

22. ¿Limita el crecimiento de su empresa para poder llevar simultáneamente sus responsabilidades familiares?

Si

No

23. ¿Actualmente tiene pareja?

Si (continúe con la pregunta 24) No (continúe con la pregunta 28)

24. ¿Cuál es su edad? _____ años

25. ¿Su pareja actualmente se encuentra emprendiendo algún negocio?

Si (continúe con la pregunta 23) No (continúe con la pregunta

24)

26. ¿Cuál es el giro de su empresa? _____

27. ¿Cuál es el último nivel de estudios completados de su pareja?

- Primaria
 - Secundaria
 - Preparatoria / Bachillerato
 - Licenciatura / Ingeniería (Indicar en que área) _____
 - Especialidad (Indicar en que área) _____
 - Doctorado (Indicar en que área) _____
 - Postdoctorado (Indicar en que área) _____
 - Ninguno
28. ¿Usted es la única responsable económica de su familia?
- Si (indique por qué razón) _____
 - No

Bloque 3: Experiencia laboral

29. ¿Tiene experiencia laboral previa a la formación de su empresa? (Sea o no relacionada con el giro de su empresa)
- Si (continúe con la pregunta 30)
 - No (continúe en la pregunta 37)
30. ¿Qué edad tenía cuando trabajó por primera vez?
- _____ años
31. ¿Cuál fue su primer empleo?
- _____
32. ¿Cuántos años tuvo de experiencia laboral antes de ser emprendedora?
- _____ años
33. ¿Cuáles fueron los motivos principales por los cuales dejó de laboral en su último trabajo? (mencionar circunstancias)
- _____
- _____
- _____
34. ¿Qué otras actividades económicas desarrolló en los cinco años previos al inicio de su empresa?
- _____
- _____
- _____
35. ¿Ha tenido una experiencia laboral similar a la de su actual negocio?
- Si
 - No
36. ¿Piensa que esa experiencia la ayudó a crear o su negocio?
- Si
 - No
37. ¿Tiene otro empleo o actividad laboral que le genere ingresos económicos aparte de su empresa?
- Si (Indique cual) _____
 - No

Bloque 4: Motivos para incursionar en el emprendimiento

Ahora nos gustaría hacer algunas preguntas sobre sus motivos para incursionar en el emprendimiento

38. ¿A qué edad creó su empresa?
 _____ años
39. ¿Cuál o cuáles fueron las principales razones para crear su propia empresa? (Puede indicar mas de una)
- Para tener un horario flexible
 - Tener mayores ingresos
 - No encontraba empleo y no tenía alguna fuente de ingresos (necesidad)
 - Independencia económica (“ser mi propio jefe”)
 - Estatus y poder (necesidad de logro)
 - Ocupar un tiempo de sobra (combinar otro trabajo y la dirección de su empresa)
 - Adquirir experiencia laboral
 - No estuve a gusto trabajando en otros lugares
 - Necesidad de un logro personal
 - Otra, indicar cual _____
40. **Si respondió afirmativamente la pregunta 29, continúe con ésta pregunta, de lo contrario continúe en la pregunta 45.** ¿Considera que en alguno de sus trabajos previos fue discriminada por ser mujer?
- Si (Indique cuales fueron las circunstancias)

 - No
41. ¿Considera que existía una cultura en las empresas donde se daba preferencia al género masculino para crecer laboralmente?
- Si No
42. ¿Se encontraba descontenta en su actividad laboral por una falta de oportunidades de desarrollo?
- Si No
43. ¿Considera que fue injustamente remunerada?
- Si No
44. **Si respondió afirmativamente a al menos una de las tres preguntas anteriores, responda esta pregunta, de lo contrario continúe en con la pregunta 45** ¿Estas circunstancias tuvieron alguna influencia en su decisión de incursionar en el emprendimiento?
- Si No
45. ¿Si tuviera una oferta interesante de trabajo dejaría su empresa?
- Si (indique por qué razón)

No (indique por qué razón)

46. ¿Si decidiera buscar empleo considera que habría una demanda para las habilidades y experiencia que ha desarrollado en su empresa?

Si (indique por qué razón)

No (indique por qué razón)

47. ¿Tiene más tiempo disponible ahora que cuando no tenía su empresa?

Si

No

48. ¿Tuvo algún apoyo emocional para iniciar su empresa?

Si (continúe con la pregunta 49)

No (continúe con la pregunta

50)

49. ¿Quién se lo brindó?

Familiares

Amigos

Pareja

Otros (indique quien _____)

50. ¿Su familia reaccionó positivamente ante su decisión de crear su empresa?

Si

No

Bloque 5: Obstáculos para emprender

Ahora nos gustaría hacer algunas preguntas sobre los obstáculos que enfrenta como emprendedora

51. ¿Cuáles han sido los mayores retos al iniciar y dirigir su empresa?

52. ¿Considera que tenía la suficiente experiencia para iniciar su empresa?

Si

No

53. ¿Piensa que su formación académica fue suficiente para administrar su negocio?

Si (indique por qué razón)

No (indique por qué razón)

54. ¿Qué conocimientos previos considera que le hubieran facilitado el proceso de emprender?

55. ¿Existe otro aspecto que considere relevante sobre su incursión en el emprendimiento?

56. ¿Ha experimentado algún tipo de discriminación (por género, edad, experiencia, capacidades, condición social y/o económica) al ofrecer sus productos o servicios?

Si (Indique las circunstancias en las cuales sucedió)

No

Bloque 6: Datos Generales de la Empresa

57. ¿Cuántos años lleva funcionando su empresa? (Indique con número) _____ años

58. ¿Cuál es la actividad económica principal de su empresa? (Giro) _____

59. ¿Qué productos o servicios ofrece?

60. ¿A qué mercado está dirigido el producto o servicio?

61. Indique el número de empleados con los que cuenta

Sexo del Empleado	Número
Mujer	
Hombre	
TOTAL DE EMPLEADOS	

62. ¿El control mayoritario de su empresa es familiar? (Una empresa familiar se considera como tal si el 50% del capital pertenece a miembros de la familia)

- Si No

63. ¿Su empresa está integrada en una sociedad mercantil?

- Si (indique cuál de las descritas abajo) No (continúe en la pregunta

4)

Sociedad Anónima (S.A.)

Sociedad Anónima de Capital Variable (S.A. de C.V.)

Sociedad Anónima de Responsabilidad Limitada (S.A de R.L.)

Sociedad Cooperativa

Asociación de Participación

Sociedad de Producción Rural

Otra, indique cual _____

64. Indique cuántas horas a la semana dedica al manejo de su empresa

Día	Horas
Lunes	
Martes	
Miércoles	
Jueves	
Viernes	
Sábado	
Domingo	
TOTAL DE HORAS A LA SEMANA	

65. ¿Cuáles fueron sus fuentes de capital para crear su empresa?
- Ahorros propios
 - Apoyos económicos brindados por familiares o conocidos
 - Préstamos bancarios
 - Apoyos gubernamentales
 - Otros (Indique cuales)
-
66. ¿Recibe algún tipo de apoyo de familiares o conocidos que le permita desarrollar de mejor manera su empresa?
- Si (indique de qué forma) _____ No
-
67. ¿Pertenece usted a alguna organización o asociación de negocios?
- Si (indique a cual o cuales) _____
 - No

Bloque 7: Capacidades organizativas de la empresa

Organización y Dirección

68. Indique con una “X” si en su empresa existen diferenciados los siguientes departamentos

Departamento	Si	No
Comercialización / Ventas		
Departamento de Producción		
Departamento de Finanzas / Contabilidad		
Departamento de Recursos Humanos		
Departamento de Innovación y Desarrollo		
Departamento de Mercadotecnia		

69. Indique si su empresa realiza habitualmente planteamiento estratégico (escrito) y en su caso, el horizonte temporal

Plan estratégico	Realiza		Horizonte Temporal
	Si	No	
			<input type="checkbox"/> Un año <input type="checkbox"/> Tres años <input type="checkbox"/> cinco años

70. ¿Cómo toma las decisiones relacionadas a la organización de la empresa?
-
-

Manejo de las Finanzas

71. Indique qué nivel de utilización se efectúa en su empresa de las siguientes técnicas

	Mínimo				Máximo
Implantación y control de un sistema de contabilidad de costos	1	2	3	4	5
Establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anual	1	2	3	4	5
Análisis de la situación económico - financiera	1	2	3	4	5

72. Cuando se trata de financiar las inversiones en activos fijos (maquinaria, vehículos, etc.), indique la frecuencia con la que utiliza las siguientes fuentes de financiamiento:

	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
Aportaciones de accionistas o empresarios	1	2	3	4	5
Reinversión de utilidades	1	2	3	4	5
Financiamiento bancario a plazo superior a un año	1	2	3	4	5
Financiamiento bancario a plazo inferior a un año	1	2	3	4	5

Competencia

73. Señale cómo considera la situación de su empresa respecto de la competencia en los siguientes aspectos:

	Mucho peor que la competencia				Mucho mejor que la competencia
La cifra media de utilidades antes de intereses e impuestos	1	2	3	4	5
El costo unitario de sus productos o servicios	1	2	3	4	5
La calidad de sus productos o servicios	1	2	3	4	5
La introducción de innovaciones en productos o servicios	1	2	3	4	5
La productividad de la mano de obra	1	2	3	4	5

Mercadotecnia

74. ¿Cómo toma decisiones de Mercadotecnia?

75. ¿Cómo establece sus políticas de venta?

76. ¿Cómo establece los precios de sus productos o servicios?

Operaciones y logística

77. ¿Cómo distribuye su producto?

78. ¿Cómo diferencia su servicio?

79. ¿Cómo determina las cantidades de producción?

80. ¿Posee almacenes para sus productos e insumos?

- Si No

81. ¿Se lleva a cabo un control de su stock y/o inventario?

- Si (continúe con la pregunta 84) No (continúe con la pregunta 85)

82. ¿Utiliza algún software para el control de su stock y/o inventario?

- Si (indique cual) _____ No

Tecnología

83. ¿Hace uso de recursos tecnológicos en su empresa?

- Si (continúe con la pregunta 86) No (continúe con la pregunta 88)

84. Indique con cuales de los siguientes recursos tecnológicos se cuenta en su empresa, la antigüedad de los mismos, la cantidad y si se piensa invertir para adquirir equipo más reciente

Recurso	Antigüedad	Cantidad	Piensa invertir
Línea telefónica básica			<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
Internet			<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
Computadoras			<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
Impresoras			<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No

85. En relación a las siguientes aplicaciones informáticas, señale las que son utilizadas de manera habitual en su empresa

- Procesador de textos (Word, otros)
 Hojas de cálculo (Excel, Lotus, otros)

- Programas de gráficos (HG, Corel Draw, otros)
- Programas contables
- Programas para la realización y/o control de nóminas y seguros sociales
- Programas fiscales (libros, declaraciones, otros)
- Facturación
- Otro (indique cual) _____

Manejo de Recursos Humanos

86. Indique si realiza o no las siguientes actividades de administración de Recursos Humanos

Actividad	Realiza
Reclutamiento y selección de personal	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
Valoración del rendimiento / desempeño	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
Formación del personal	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
Promoción del personal	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
Incentivos	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No