

## CONSTRUCCIÓN DE UN PERFIL DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS EN TORREÓN, COAHUILA, MÉXICO

Liliana Guerrero Ramos, Universidad Autónoma De Coahuila  
Francisco Canibe Cruz, Universidad Autónoma De Coahuila  
María del Carmen Armenteros Acosta, Universidad Autónoma De Coahuila  
Sandra López Chavarría, Universidad Autónoma De Coahuila  
Gabriela Margarita Reyna García, Universidad Autónoma De Coahuila

### RESUMEN

*El mundo empresarial y de las decisiones económicas es, por tradición y cultura, un mundo masculino. Son escasas las referencias y autores que han abordado estas disciplinas desde una perspectiva de género, analizando las implicancias, diferencias, aportes e impactos que provoca la incorporación de mujeres al ámbito productivo, y más específicamente a la actividad emprendedora. Esta investigación tiene como objetivo: construir un perfil de las mujeres emprendedoras en Torreón, Coahuila, México; para lo que se aplicó un cuestionario a 66 empresarias. Como consecuencia del procesamiento estadístico realizado se obtienen los resultados que se agrupan en las siguientes dimensiones: Emprendedoras- Características Demográficas, Entorno y Organización, Indicadores o Desempeño Económico e Indicadores o Aspectos Motivacionales y Sociales.*

**PALABRAS CLAVES:** Emprendedurismo / Enfoque De Género

## DEVELOPMENT OF THE PROFILE FOR ENTREPRENEURIAL WOMAN FROM TORREON, COAHUILA, MEXICO

### ABSTRACT

*The business world and the economic decisions are, by tradition and culture, a masculine world. There are few references and authors that have approached these disciplines from a gender perspective; analyzing what it implies, differences, contributions and impact of the female incorporation in the productive environment, and specifically the entrepreneurial activities. The objective of the investigation is: build a profile of women with an enterprising spirit in Torreón, Coahuila, Mexico; for this purpose, a questionnaire was applied to 66 enterprising women. As a result of the statistic process, the results are grouped with the following dimensions: Entrepreneurial-Demographic Characteristic; Environment and organization, Indicators or Economic Performance and Indicators or Motivational and Social Aspects.*

**JEL CODE:** J16

**KEY WORDS:** Entrepreneurship / Gender

### INTRODUCCION

Las investigaciones con enfoque de género han tomado auge en las últimas décadas con el estudio sobre la violencia doméstica, la discriminación de la mujer en diferentes entornos, y la participación de la mujer en la política, entre otros temas, lo que ha generado sugerencias de políticas públicas o de otra índole, contribuyendo a mejorar la situación de discriminación sufrida durante siglos. Sin embargo, en lo referido a revelar las peculiaridades de la participación de las mujeres en las

actividades productivas, concretamente su papel como emprendedora de nuevos negocios o como directivas en empresas, las contribuciones son más recientes y escasas. En México, en noviembre del 2003, se efectuó el Primer Encuentro Nacional de Mujeres Empresarias, organizado por el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES). En ese marco se aplicó un cuestionario a 178 mujeres provenientes de todas las zonas del país, aunque con predominio de la zona centro (64.6%). Algunos de los resultados de este estudio revelan: la mayoría de las empresas (41 %) en el sector servicios, seguidas por el comercio (27 %); predominio de las microempresarias (55 %), cuatro de cada cinco empresas creadas por mujeres fueron fundadas por ellas mismas, solo un 13.9 % fue heredada de los padres; el motivo predominante para emprender es por necesidad (42 %). La mayoría de las empresarias declaró ser socia de su empresa (55 %) sobre todo con socios familiares, mientras que un 45 % son propietarias únicas de su empresa. (Instituto Nacional de las Mujeres. México.) Este estudio provee un resultado parcial de una investigación que pretende sistematizar y actualizar un perfil de la mujer emprendedora en el estado de Coahuila, que no existe en la actualidad.

Por ello los objetivos que se proponen son los siguientes:

- 1- Determinar las características fundamentales sociodemográficas de las emprendedoras en estudio.
- 2- Identificar relaciones de estas emprendedoras con el entorno.
- 3- Analizar los factores relacionados con la empresa, características propias de la organización creada, las formas de propiedad, estrategias administrativas, objetivos empresariales y resultados.
- 4- Evaluar las actividades que se llevan a cabo previamente a la creación de la empresa y su impacto en el éxito empresarial, así como los factores que motivan más a las empresarias.

Los resultados de este estudio revelan aspectos que no eran conocidos sobre las emprendedoras en Torreón, por lo que los mismos se muestran en lo adelante, en la siguiente estructura: una Revisión literaria para mostrar los antecedentes bibliográficos más significativos localizados, la metodología empleada, la caracterización obtenida en las siguientes dimensiones de análisis: Emprendedoras- Características Demográficas, Entorno y Organización, Indicadores o Desempeño Económico e Indicadores o Aspectos Motivacionales y Sociales, las Conclusiones y las Referencias Bibliográficas.

## REVISIÓN LITERARIA

El género se define como “una categoría que ayuda a decodificar las características que se les atribuyen a las personas por cuestión de sexo”, ha implicado varias cuestiones y dificultades, como por ejemplo: ¿Cómo definir a la mujer, basándose en rasgos que no sean solo los físicos?. Una gran parte de los estudios de género están encaminados a establecer políticas de igualdad para construir sociedades más justas sin distinciones entre hombres y mujeres, por lo que, “la equiparación entre hombres y mujeres llegará cuando nadie hable de estudios de género, de acciones positivas, programas de paridad, *mainstreaming* de género y de todas las futuras medidas sociales que se tomarán encaminadas a la desaparición de la desigualdad entre géneros en las sociedades de hoy en día”. (Ramírez Belmonte, 2008).

Desde hace varias décadas se han desarrollado estudios de género desde diferentes perspectivas, y durante los años 80 se llevó a cabo un interesante debate sobre el concepto género, impulsado desde el feminismo anglosajón, como un instrumento útil en los análisis de las Ciencias Sociales y para el rediseño de políticas. (Fernández Poncela). Algunos hitos importantes para indicar un proceso evolutivo, aunque tortuoso en su evolución, en relación con el reconocimiento de la situación de desventaja de las mujeres, se sitúan a partir de 1967, cuando la Comisión sobre el estado de la mujer de las Naciones Unidas, adopta una Declaración sobre la eliminación de toda forma de discriminación contra la mujer. En este documento se hace un reconocimiento a dichas desigualdades –en materia de acceso a la educación, oportunidades

laborales y atención sanitaria y discriminación que experimenta la mujer en todo el mundo, a la vez que se abordan derechos civiles y políticos de la mujer. Posteriormente se pueden citar, cuando en 1975 las Naciones Unidas lo establecen como “Año Internacional de la Mujer para promover la igualdad entre hombres y mujeres”, y en ese mismo año, se realizó en México, la Primera Conferencia Mundial de la Mujer, la que marcó las pautas para el posterior desarrollo de la mujer y la eliminación de todo tipo de discriminación. En 1979 surge el instrumento internacional más importante sobre los derechos de la mujer: la Convención sobre la Eliminación de todas formas de discriminación contra la mujer, que entraría en vigor en 1981. Dos Conferencias Mundiales en 1980 y 1985, tuvieron lugar en Copenhague y Nairobi (y en esta última se constata que no habían sido resueltas las principales demandas de las mujeres, y es aprobado el Programa de Acción para la segunda mitad de la década de la mujer de las Naciones Unidas, cuyo objetivo fue perfeccionar las propuestas de igualdad establecidas en la primera conferencia mundial, adoptándose estrategias progresivas para el adelanto de la mujer hasta el año 2000, con medidas concretas para promover el estado de la mujer en el desarrollo económico, social, cultural y jurídico en el ámbito nacional e internacional.

En 1990 una comisión de las Naciones Unidas sobre el estado de la mujer comprueba que, aunque globalmente la conciencia sobre los problemas que afectan a la mujer había aumentado, aún quedaba mucho trabajo por hacer para obtener “igualdad de derechos entre hombres y mujeres”, tal como propugna la Carta de las Naciones Unidas; y en 1995, 20 años después del primer Año Internacional sobre la Mujer, las Naciones Unidas organizan la Cuarta Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre la Mujer: Acción a favor de la Igualdad, Desarrollo y la Paz, que tuvo lugar en Beijing, China; en la que se postula que “la equidad de género, junto a la justicia social, la protección del medio ambiente, la paz y el respeto a los derechos humanos, constituyen necesidades impostergables de la humanidad, de manera que se mantiene la necesidad de que se enmendaran las desigualdades de género que acompañarían el advenimiento del nuevo siglo”. (Bueno Sánchez & Valle Rodríguez, 2005)

En el contexto latinoamericano, hasta el 2004, se habían desarrollado 9 Conferencias Regionales, concluyéndose en la novena, que la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en diversos ámbitos es aún una tarea pendiente en la región, y al escribir este trabajo, comprobamos que, más de 40 años después de la primera iniciativa mencionada en 1967, el Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2009-2012 (Proigualdad), “busca garantizar los derechos humanos de las mujeres, la no discriminación, el acceso a la justicia y a la seguridad, así como fortalecer las capacidades de las mujeres para su fortalecimiento económico, a favor de generar mayores oportunidades para su bienestar y desarrollo”. (PNUD. México., 2010) Este mismo Informe plantea en lo referente al empleo, “que el establecimiento de una economía competitiva requiere igualdad en la remuneración y en las condiciones laborales entre mujeres y hombres, así como la eliminación de la segregación en el acceso a puestos y determinación de ocupaciones por motivos de sexo.

En 2007 se reportó un 41.4% de participación femenina y un 78.2% de participación masculina Sin embargo, el porcentaje de mujeres empleadoras fue tan sólo el 2.5% de la población económicamente activa femenina, cuando para los hombres fue del 6.5%”. (PNUD. México., 2010) A mediados de los años 80 (del siglo XX) en países como Estados Unidos, Reino Unido y Canadá, aparecieron las primeras investigaciones que consideraron al individuo emprendedor por su género, y en ellas se planteaba que las mujeres no creaban empresas o que no había diferencias de actuar con respecto a los hombres. Lamolla en el 2005 explica que durante el período de 1980 a 1987 en la revista académica “Frontiers of Entrepreneurship” solo se publicaron 13 artículos escritos por mujeres de un total de 277. (Valencia Silva M. M., 2010)

En las últimas décadas se observa un incremento de la atención hacia los problemas de la mujer y en los esfuerzos para mejorar la situación de discriminación sufrida durante siglos. En particular nos ocupan los estudios dirigidos a la participación de las mujeres en las actividades productivas, concretamente su papel

como emprendedora de nuevos negocios. En España, por ejemplo, las Cámaras de Comercio, la Fundación INCYDE y el Instituto de la Mujer, con el apoyo del Fondo Social Europeo, parten de que catorce de cada cien mujeres ocupadas (en un trabajo remunerado) ha creado su propio puesto de trabajo, su propio negocio, para hacer un profundo análisis de los obstáculos que enfrentan las mujeres a la hora de crear sus empresas, su perfil, las diferencias de género y las políticas de apoyo. (Cámaras de Comercio. Fundación INCYDE. Servicio de Estudios., 2007) Un interesante estudio de la investigadora Lidia Heller, publicado por la CEPAL, examina las continuidades y transformaciones en la participación de la mujer latinoamericana en actividades productivas, en un sentido amplio: se incluyen pequeñas y medianas empresas (PYME) y micro emprendimientos. Entre las conclusiones de su estudio se destaca que la información presentada confirma que las tasas de participación de mujeres en el mercado laboral se han incrementado durante la última década en la mayoría de los países de la región, sin embargo persiste la segregación por género en ocupaciones de baja productividad. Ellas siguen concentradas mayoritariamente, en áreas de la economía informal, como el trabajo doméstico, trabajo familiar no remunerado, ocupaciones que ofrecen un empleo precario, de baja calidad, irregular o sin remuneración, por lo cual tienen escaso o nulo acceso a la seguridad social o a la protección social. Es aún muy escasa la proporción de mujeres empleadoras en la mayoría de los países de la región.

(Heller, 2010) Otras investigaciones han estado encaminadas a identificar características y competencias de las mujeres empresarias en un afán por construir perfiles en distintos contextos y atendiendo a diferentes variables. Así por ejemplo, un estudio en México señala las siguientes características y competencias asociadas: Compromiso (Estrategia empresarial orientada a la organización y relaciones más que a las innovaciones tecnológicas y tendencia a buscar más la cooperación que la competencia), Participación (Trabajo en equipo), Intuición (Visión), Creatividad (Capacidad de planificación y Flexibilidad), Adaptabilidad (Capacidad para balancear tareas y actividades), Reflexión (determinación en la toma de decisiones), Actitud oportuna (Facilidad para la comunicación interpersonal), Independencia (Liderazgo), Trabajadora (Negociación y comunicación efectiva y Búsqueda de la eficacia y la eficiencia), Seguridad en si misma e independencia (Gran capacidad para delegar autoridad y tolerancia a la frustración). (Romo Rojas, Suárez Salazar, & Llamas Batres, 2007)

Un perfil de mujeres emprendedoras en Argentina se centra en determinar para mujeres exitosas el grado de existencia de las siguientes características personales: autoeficacia, foco de control, necesidad de logro, así como la presencia y grado de participación de mentores en el desarrollo personal y profesionales; y variables culturales. (Rábago, D'Annunzio, & Monserrat). En Chile, plantean que la experiencia, la propiedad y el tipo de emprendimiento que poseen actualmente (capaz de explicar un 21,93 % del perfil) pone de manifiesto la existencia de mujeres con alta experiencia en labores de emprendimiento; las características sociodemográficas (capaz de explicar un 13,69% del perfil presenta a las mujeres con alto nivel socioeconómico y educacional sobre 30 años de edad y casadas, participando activamente en emprendimientos; educación, edad y jefatura de las emprendedoras (capaz de explicar un 11,59 % del perfil) muestra dos perfiles opuestos; y la educación, región y afiliación a grupos y sociedades (capaz de explicar un 9,93 % del perfil) también muestra dos perfiles antagónicos.

(Pizarro S., Amorós E., Guerra G., & Leguina R., 2009) Existen estudios de la participación de la mujer en el sector público y privado desarrollados por Gina Zabudovski. (Zabudovski, 1993). Al referirse al incremento de la participación de la mujer en los puestos directivos, esta autora plantea que en la década de los 90, se observó un avance significativo en la presencia de mujeres como funcionarias del sector privado y público, ya que éste aumentó del 14.8 % en 1991, a 19,6 en 1995, y a 24.6 % en el año 2000. (Zabudovski, Las mujeres en los cargos de dirección en México.) Hasta donde nuestro conocimiento alcanza, no está definido un Perfil de la Mujer Emprendedora en general en México, ni en sus estados, lo que justifica la necesidad de esta investigación, que muestra un resultado parcial para una muestra intencionada en la ciudad de Torreón, y que como parte de un proyecto de investigación mayor sobre la Autonomía y el empoderamiento económico de las mujeres, pretende continuar y sistematizar con

investigaciones posteriores, la construcción y comparación de los perfiles de mujeres emprendedoras, en esta ciudad, la comarca lagunera y el Estado de Coahuila, entre otros propósitos. (Guerrero Ramos & Armenteros Acosta, 2010)

## **METODOLOGÍA**

Este es por esencia un estudio exploratorio y descriptivo, que utiliza fundamentalmente el método cuantitativo. El análisis documental de estudios previos constituye la base para analizar y sistematizar los precedentes de esta investigación, en los aspectos teórico y metodológico. Para la investigación empírica, mediante la recolección de información y su posterior análisis, se hicieron algunas adaptaciones a un Cuestionario validado en una tesis doctoral defendida en ESADE, titulada: “Factores que influyen en las nuevas empresas creadas por mujeres”, el que se muestra en el Anexo 1. (Valencia Silva, 2010) Como guía para las características de las emprendedoras (“female entrepreneurship”) se utilizó el mismo método que Valencia Silva, quien se apoya en el Modelo de creación de empresas de Gartner en las dimensiones: “la emprendedora (individuo)”, “el entorno”, los estudios enfocados a nivel de la “organización”, y finalmente el “proceso” de creación de la empresa. (Valencia Silva M. M., 2009) A sugerencia de la revisión arbitral se reconsideraron las dimensiones de una manera más escarecedora como: Emprendedoras-Características Demográficas, Entorno y Organización, Indicadores o Desempeño Económico e Indicadores o Aspectos Motivacionales y Sociales.

Se aplicó el cuestionario en forma de entrevista a 66 empresarias, durante los meses de enero y febrero del 2012, tratando de tener representatividad de los sectores industrial, comercial y de servicios. Para el procesamiento y obtención de gráficos univariados se utilizó el Excell. Posteriormente se exportó esta base de datos al software IBM SPSS Statistics 19, a fin de recategorizar los datos y realizar otros análisis estadísticos. En particular para el análisis de Resultados, de los 15 indicadores que califican en “éxito” o que afectan los resultados de las nuevas empresas creadas por mujeres emprendedoras, se utilizó el método de regresiones lineales para las variables continuas – familia, resultados de las empresas y objetivos empresariales. Para las variables dicotómicas – plan de empresa, experiencia profesional e instituciones externas-- se usaron los métodos no-paramétricos de Kolgomorov-Smirnov, la cual es una prueba de bondad de ajuste y sirve para contrastar la hipótesis nula de que la distribución de una variable se ajusta a una determinada distribución teórica de probabilidad. Para la construcción del Perfil de las Mujeres Emprendedoras en Torreón, Coahuila México, además de la tesis mencionada y otros estudios citados en el texto, se toma como particular referencia el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que desde el 2004 estudia el emprendedurismo femenino (“female entrepreneurship) y que ofrece su más reciente estudio sobre este aspecto en el 2010. (Global Entrepreneurship Monitor).

## **RESULTADOS**

Se plantea que la mujer en las sociedades capitalistas desarrolladas sufre, efectivamente, las consecuencias de un sistema cuyos objetivos y modelos de éxito están definidos por la cultura dominante del varón, y es legítimo que desde posiciones feministas se clame por el cambio del sistema y por enfoques metodológicos que permitan un análisis del sistema que no se limite a reproducirlo. Pero mientras tanto la sociedad continúa su actividad diaria, y quizás los objetivos y los modelos de éxito cambien como consecuencia del desarrollo social, intelectual y profesional de la mujer. (Peris-Ortíz, Peris Bonet, & Ribeiro Soriano, 2010) En los países de menor desarrollo son aún más necesarios este tipo de estudios, dada la necesidad de rescatar a la mujer de siglos de atadura y sumisión, en los marcos de una sociedad de grandes tradiciones machistas. En este caso nos basamos en el Modelo de Gartner, citado en la metodología, que comprende cuatro aspectos, a saber, la emprendedora, el entorno, la organización, y el proceso de creación de la empresa, y a sugerencia de los árbitros revisores del artículo se modificaron las secciones a: Emprendedoras: características demográficas, Entorno y organización.

Tabla 1: Operacionalización de Variables del Estudio

Número de Pregunta del Cuestionario Que se Abarca	Código de la Variable	Nombre de la Variable	Definición Y Cuando Aplique Cómo Se Estima O Calcula
2	Bloque I Datos Generales	Año de Nacimiento	Esta variable determina la edad de la persona encuestada y queda calculada al hacer una sustracción del año de nacimiento con respecto al 2012. Esta variable es trabajada en la (tabla 1 y 2) con estadísticos descriptivos.
5	Bloque I Datos Generales	Educación	Esta variable manifiesta el grado de estudios que tiene la encuestada y se calcula en base al tratamiento de una variable nominal cualitativa, se estudia en la (tabla 2) por medio de un análisis estadístico descriptivo.
7	Bloque I Datos Generales	Dependientes Económicos	Esta variable es cuantitativa y de razón, ya que plasma la cantidad numérica de personas involucradas con la situación económica de la emprendedora, se estudia en la (tabla 2) por medio de un análisis estadístico. Descriptivo
9	Bloque I Datos Generales	Motivaciones	Esta variable es nominal, ya que es cualitativa, habla de los motivos de haber emprendido su negocio, se estudia en la (tabla 2) por medio de un análisis estadístico.
22	Bloque VII Objetivos Empresariales	Sector de la Empresa	Esta variable también es nominal y cualitativa, permite saber en que sector está desarrollándose la empresa de la encuestada y se estudia en la (tabla 2) por medio de un análisis estadístico.
18	Bloque VII Objetivos Empresariales	Objetivos Empresariales	Esta variable es de razón y cuantitativa, nos permite conocer los objetivos empresariales que la emprendedora persigue y valora más, se tienen 13 objetivos que se estudian en una escala de likert, donde se mide 1= Nada importante y 7 = Extremadamente importante, se estudia en la (tabla 3) por medio de un análisis estadístico descriptivo e inferencial.
19	Bloque VII Objetivos Empresariales	Antigüedad de la Empresa	Esta variable es de razón y es cuantitativa y nos permite saber el grado de consolidación de la empresa, ya que plasman las encuestadas los años de haber iniciado sus actividades en la empresa, se estudia en la (tabla 4) por medio de un análisis estadístico descriptivo.
25	Bloque VIII Resultados de la Empresa	Indicadores de resultados	Esta variable es de razón y cuantitativa, nos permite conocer los resultados de la empresa en base a 15 indicadores, de los cuales se agrupan en indicadores que se relacionan en lo económico (5), social (4) y (6) individual con respecto los resultados obtenidos en las empresas y se estudian por medio de una escala de likert, donde se mide 1= Disminución significativamente, 4 = igual y 7 = Aumentado significativamente, se estudia en la (tabla 8) por medio de un análisis estadístico descriptivo e inferencial, además en las tablas (tabla 5, 6 y 7) se les da un tratamiento por medio del coeficiente del alfa de Cronbach, ya que es importante saber la correlación de los indicadores de cada grupo y con ello tener una fiabilidad en el tratamiento de todos los items. El alfa de Cronbach por debajo de 0,5 muestra un nivel de fiabilidad no aceptable; si tomara un valor entre 0,5 y 0,6 se podría considerar como un nivel pobre; si se situara entre 0,6 y 0,7 se estaría ante un nivel débil; entre 0,7 y 0,8 haría referencia a un nivel aceptable; en el intervalo 0,8-0,9 se podría calificar como de un nivel bueno, y si tomara un valor superior a 0,9 sería excelente.

La Tabla 1 muestra la descripción de las preguntas que fueron procesadas asociando las variables con su nombre y código, de acuerdo a la codificación en bloques del Cuestionario mostrado en Anexo 1, y la explicación de la forma en que se estima o calculan dichas variables para su interpretación.

### Emprendedoras: Características Demográficas

De las 66 emprendedoras encuestadas, 57 para un 86 % son de Torreón, 6 (9 %) de Gómez Palacios, y 3 (5 %) de la ciudad de Lerdo, Durango. Esto porque el estudio se pretende ampliar a la Comarca Lagunera más adelante, pero en el presente la muestra es por tanto, representativa para la ciudad de Torreón. El primer dato analizado a partir del año de nacimiento fue la edad de las emprendedoras que se muestra en la (Tabla 2).

Tabla 2: Frecuencias y Marcas de Clase por Edades

Edad	Frecuencia $f_i$	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada	Marca de Clase $X_i$	$X_i * f_i$
24 -31	4	6.06	4	27.5	110
31- 39	16	24.24	20	35	560
40 – 47	22	33.33	42	43.5	957
48 -55	13	19.70	55	51.5	669.5
Más de 55	11	16.67	66	73.5	808.5
<b>Totales</b>	<b>66</b>	<b>100.00</b>			<b>3105</b>

En esta tabla se puede observar que hay un rango de edades de entre 24 y 92 años, es decir de 66 posibles edades diferentes en esta muestra, además el grueso de la muestra está representado en el intervalo de 40 á 47 años, ya que tiene un 33.33% de representatividad, su promedio es de  $(3105/66) = 47$  años de edad.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que desde hace 12 años realiza y procesa encuestas en todo el mundo sobre las actitudes, actividades y aspiraciones de los emprendedores, durante el 2010 encuestó 175,000 en 59 economías. Cuando GEM analiza este tema de la edad plantea que el grupo de edad de 44 años de edad, es la categoría de edad más prevalente en las economías impulsadas por la innovación (Global Entrepreneurship Monitor) , lo que coincide con los resultados de nuestro estudio explicados anteriormente; y valdría la pena investigar más profundamente, ya que las economías impulsadas por la innovación están más asociadas a países desarrollados en general, lo cual no es el caso de México.

De acuerdo a un estudio de la CEPAL, el grupo más numeroso de mujeres emprendedoras tiene entre 31 y 45 años. En esta franja etaria, la edad productiva y reproductiva se yuxtaponen. El porcentaje de mujeres casadas es superior entre las emprendedoras (31%) que entre las ocupadas en general (27%), lo que abonaría la tesis de que el emprendedurismo brinda mayores facilidades para compatibilizar la vida personal y familiar. En tanto, éste como otros estudios, destaca que “las emprendedoras presentan mayor nivel educativo que sus pares varones. (Heller, 2010) En lo referido al estado civil, esta investigación encontró que el 59 % de la muestra estudiada son casadas o viven en pareja, mientras que el 21 % son solteras, el 14 % divorciadas o separadas, y un 6 % es viuda. El 76 % afirma tener hijos mientras el 24 % no los tiene. Se corresponde en general con el perfil que tienen los emprendedores, casados y con hijos.

(Valencia Silva M. M., 2009) Los resultados de este estudio coinciden con otros en afirmar que el nivel de educación tiene un impacto positivo sobre la entrada inicial de una empresa y su resultado futuro y con el estudio de referencia ya que en ese el 65 % de las empresarias tienen Educación Superior coincidiendo con la media española (Valencia Silva M. M., 2009), y en este caso el 68 % de la muestra tiene este tipo de estudios. Mientras que la experiencia profesional, que es considerada como un factor clave estructural que tiene gran impacto sobre la habilidad de las mujeres para crear un negocio y mejorar sus resultados, tuvo el siguiente comportamiento en el estudio: el 53 por ciento de las encuestadas afirmó tenerlo, mientras el 47 % no. “La mayoría de los estudios han concluido que las mujeres empresarias tienen mayor nivel de formación reglada que los empresarios varones pero menor nivel de formación específica para realizar actividades empresariales. (Romero, 1990; Lee y Rogoll, 1997)”... y también parece existir consenso en que “las mujeres empresarias acceden a la carrera empresarial con menor experiencia laboral que los empresarios varones, lo cual unido a su menor formación específica dificulta el desarrollo de la empresa y su orientación sectorial. (Alsos y Kolvereid, 1998)”. (Rodríguez Gutiérrez & Santos Cumplido, 2008) Aunque no se hace una comparación entre empresarios y empresarias se destaca en relación con estos planteamientos que en este estudio se denota un alto nivel de formación profesional de las emprendedoras mientras que la experiencia no muestra el mismo comportamiento.

Valencia Silva afirma que se puede decir en general que el motivo de las empresarias para crear una empresa es para aprovechar una oportunidad de negocio, siendo una minoría las que lo hacen por necesidad, aunque se observa en los países de bajos ingresos que el porcentaje de emprendedores por

necesidad se incrementa. Su estudio en España reveló que un 29 % lo ha hecho tanto por necesidad como oportunidad, y solo un 8 % lo hace por necesidad. (Valencia Silva M. M., 2009)

La realidad en Latinoamérica es totalmente diferente, y así lo confirma un estudio realizado en el 2010 para América Latina, dónde se reconoce que en su mayoría, las mujeres se convierten en empresarias más por necesidad que por vocación, y el mayor reto que enfrentan es superar el rezago en diversas áreas, fundamentalmente en la conciliación entre familia-trabajo, por lo que se considera que el tipo de políticas públicas debe ser diferenciado para impulsar las PYMES de hombres y mujeres”. (Secretaría Permanente del SELA, 2010) En el estudio que se presenta predomina una combinación de ambos motivos, aunque en el análisis por separado es mayor en un 5 %, (27 %) el Motivo Necesidad que el de Oportunidad (23%).

Algunas características personales como su estado civil, si existen personas que dependen de ella son factores también que afectan sus motivaciones. Las investigaciones de la actividad emprendedora con enfoque de género han demostrado en primer lugar, que entre las características de las empresas impulsadas por mujeres destacan su menor dimensión media respecto a las de los varones y su decidida orientación hacia actividades de servicios tradicionales, especialmente comercio, hostelería y servicios personales. (Clark y Janes, 1992). En la investigación realizada se confirma lo anteriormente expresado, y que constituye consenso en las investigaciones en lo referido a que los sectores predominantes en los que emprenden las mujeres son el de comercio y los servicios, siendo éste último el de mayor atracción (41 %). En su mayoría tienen hijos o familiares mayores que dependen de ellas. La Tabla 3 muestra el comportamiento de las características en observadas esta dimensión.

Tabla 3: Perfil de las Mujeres Emprendedoras en Torreón, Coahuila, México

Característica	Expresión en el Perfil de las Mujeres Emprendedoras en Torreón
Edad Promedio	Promedio de edad – 47 77 % de 31 a 55, 33 % de 40 a 47 años.
Educación	68 % tiene estudios universitarios, superando los niveles de comportamiento de los países de altos ingresos.
Motivaciones	Predomina en un 47 % la conjunción de motivos, seguido de la Necesidad (27 %)
Sector De Sus Empresas	Servicios (41 %), Comercio (33 %)
Dependientes Económicos	El 77 % de las mujeres emprendedoras tienen dependientes económicos. (Hijos o familiares)

### Entorno y Organización

En esta dimensión cobra especial importancia el análisis de la accesibilidad y disponibilidad de capital. Algunos estudios plantean que las mujeres son discriminadas por las instituciones bancarias y otros que no. La mayor evidencia parece indicar que bien sea por ser mujer o porque sus empresas son generalmente muy pequeñas por lo que no cumplen con los requisitos para el crédito, no acceden con facilidad a ellos. Otro aspecto crucial son las redes de relaciones en que se apoyan las mujeres empresarias tanto formales como informales, con múltiples actores desde familiares hasta organizaciones consolidadas, tales como asociaciones, cámaras, etc. Un mentado estudio de “Women Networks Eurochambres” revela que tanto la simple participación como los puestos ocupados por mujeres en asociaciones profesionales son mínimos, y que a pesar de que han crecido las mujeres empresarias, existe una tendencia demostrada a la homofilia en todas las asociaciones tanto de hombres como de mujeres, que las mujeres se afilian más por motivos afectivos y los hombres por motivos más instrumentales; y además las mujeres tienen falta de tiempo para dedicarse a esto por el asunto de conciliar la atención a los hijos, etc. (Valencia Silva M. M., 2010).

Los resultados de este estudio son en general, coincidentes con estos hallazgos anteriores ya que las empresarias se apoyan mayoritariamente en la familia, pareja, padres, hermanos e hijos (en ese orden). En

afiliación a Asociaciones profesionales solo 5 de las encuestadas (para un 7,5 %) manifestó pertenecer a alguna Asociación profesional.

“Parece existir cierto acuerdo en cuanto a que entre las mujeres empresarias, a diferencia de entre los empresarios varones, tienen más peso para dedicarse a actividades empresariales las motivaciones intrínsecas, tales como la necesidad de independencia, y también las motivaciones trascendentales, tales como la conciliación de la vida familiar y laboral (Kolvereid *et al.*, 1991). Entre las motivaciones extrínsecas de las mujeres empresarias domina por encima de otras según la mayoría de los estudios realizados la existencia del denominado «techo de cristal», que sería el formado por los obstáculos invisibles que discriminan a las mujeres en su carrera profesional como asalariadas (Hisrich y Brush, 1985).” (Rodríguez Gutiérrez & Santos Cumplido, 2008)

En lo referido a la organización, esta dimensión comprende el análisis de los factores relacionados a la empresa, características propias de la organización creada, las formas de propiedad, estrategias administrativas, objetivos empresariales, resultados y éxito empresarial. Los estudios han revelado que los hombres se asocian con cuatro o más personas, mientras que las mujeres con solo uno, generalmente su pareja, que la estrategia genérica que más utilizan es de Calidad en Producto o Servicios por el giro en el que predominan y el tamaño de las empresas, para las que generalmente no requieren de mucho capital por el tipo de empresas y su tamaño. En cuanto a los objetivos y resultados empresariales ellas los perciben de manera diferente a los hombres ya que no le dan el mayor peso a los económicos. (Valencia Silva M. M., 2010) Las empresas estudiadas son en su mayoría micro empresas (47), para un 71 %.

En el análisis de su antigüedad se aprecia que el más del 90 por ciento son empresas que pueden considerarse como consolidadas pues tienen más de 3 años e inclusive el 48.9 % tiene 20 años o más de creada. Esto habla muy bien de las emprendedoras en Torreón ya que han logrado consolidar sus microempresas cuando se conoce el fenómeno más grave que ocurre con las PYMES que radica en lo efímero de su existencia. (Ver tabla 4) También se analiza aquí las actividades que se llevan a cabo previamente a la creación de la empresa.

Un aspecto crucial es la creación de un plan de negocios o empresa, y está ampliamente demostrado en la literatura que en general las mujeres emprendedoras no desarrollan este plan. Otro aspecto estudiado en el proceso es la definición de objetivos empresariales en lo que existe consenso al plantear que las mujeres priorizan objetivos de tipo no económico. (Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial, 2010), (Carranza, 2007) (Global Entrepreneurship Monitor) (Cámaras de Comercio. Fundación Incyde Servicio de Estudios., 2007) (Heller, 2010) (Rodríguez Gutiérrez & Santos Cumplido, 2008). En este estudio un 67 % de las encuestadas no desarrolló un Plan de negocios, y en la (Tabla 4) se muestra el análisis estadístico de los objetivos empresariales.

#### Indicadores o Desempeño Económicos

No se analizaron en detalle los niveles de facturación pues los datos recabados no resultaron confiables, sin embargo, en el análisis de la evolución de la facturación de sus empresas desde su fundación, un 40 % responde afirmativamente, otro 40 % negativamente, y el restante 20 % responde que ha permanecido igual o no responde. Los resultados de las empresas fueron valorados por sus propietarias. Ellas consideraron como habían sido en los últimos tres años a través de 15 ítems, los cuales fueron distribuidos en tablas de frecuencias, para con ello, poder obtener la correlación entre los 15 ítems agrupados en los tres tipos de resultados con la validación de Alfa de Cronbach: Económicos, Individuales y Sociales.

Tabla 4: Estadísticos Descriptivos de los Objetivos Empresariales

Objetivos Empresariales	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación Típica
Rentabilidad y beneficio	63	3	7	6.46	.997
Crecimiento en ventas	63	3	8	6.46	1.090
Excelencia en el servicio/producto	64	3	7	6.64	.824
Supervivencia de la empresa	63	3	7	6.49	.998
Imagen de la empresa	64	3	7	6.50	.992
Obtener flexibilidad para conciliar trabajo y vida personal	63	3	7	6.57	.837
Mejorar su nivel económico	63	3	7	6.41	1.026
Independencia personal (libertad de decisión y de acción)	64	3	7	6.31	1.125
Satisfacción personal	63	2	7	6.41	1.131
Contribuir a la sociedad	62	2	7	6.05	1.372
Alcanzar un estatus social	64	1	7	5.48	1.902
Proveer empleos	63	3	7	6.17	1.225
Liderazgo en el sector empresarial al que se pertenece	63	1	7	5.95	1.679
N válido (según lista)	61				

Los trece objetivos empresariales descritos en esta (tabla 4), se analiza su comportamiento en la encuesta y nos permite hacer referencia analítica con los cinco indicadores (N, Mínimo, Máximo, Media y Desviación Típica), los cuales se ubican en cada columna de la tabla matriz, aquí se describen de la siguiente manera, en la columna (N) se refiere que de las 66 emprendedoras encuestadas, cuántas de ellas contestaron cada objetivo, es decir si analizamos el objetivo de "Rentabilidad y Beneficio" hubo 63 que contestaron y tres no, en cuanto a la columna de mínimo y máximo se refiere a que valor seleccionó en la escala de likert por cada encuestada, donde 1 = Nada importante y 7 = Extremadamente importante, por tal en este objetivo estudiado de "Rentabilidad y Beneficio" su rango fue de 3 a 7, en la columna de Media, implica el promedio determinado por la suma de las 63 emprendedoras que contestaron con un promedio de 6.46 de dicha escala e indica la cercanía al valor de 7 que es extremadamente importante y por último la columna de la desviación de .997, este valor entre más pequeño está es mejor estandarizado el promedio, ya que los valores están con menos dispersión, a diferencia del objetivo de "Alcanzar un Estatus Social" que tiene desviación de 1.902.

Tabla 5: Antigüedad de las Empresas

Antigüedad de la Empresa	Frecuencia $f_i$	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Hasta 2 años	4	8.51	4
3 á 5	5	10.64	9
6 á 10	8	17.02	17
11 á 19	7	14.89	24
Mayor o igual 20	23	48.94	47
Totales	47	100.00	

Obsérvese el alto porcentaje de empresas consolidadas. En esta (Tabla 5) se muestra que del total de la muestra seleccionada de 66 emprendedoras, en esta pregunta sobre la antigüedad de las empresas, quedará representada por una "sub-muestra", ya que no contestaron a este reactivo 19 personas, sin embargo, el análisis arroja que se tienen de las 47 empresas, 23 de ellas con una antigüedad mayor de 20 años y representa el 49% de la "sub-muestra", tenemos 20 empresas menor a 19 y mayor de 3 años. (Global Entrepreneurship Monitor) considera que las empresas que sobrepasan los 3 años de operación ya pueden considerarse como consolidadas, por lo que de acuerdo con esta clasificación, más del 90 % de nuestra muestra se ubican en esta categoría.

**Resultados Económicos:** Variable constituida por los ítems: "Ventas"; "Beneficio"; "Cuota de mercado", "los productos o servicios ofertados" y "Resultados globales". Estos cinco ítems fueron promediados. Con un Alpha de Cronbach = 0.938. (Tabla 5).

La gran mayoría de las empresarias estudiadas manifiestan que su empresa obtuvo un incremento regular en sus resultados económicos, ya que se tiene un promedio de 4.5 sobre la escala de likert del 1 al 7, en el cual se puede distinguir que se considera igual las ventas en los últimos 3 años, pero sin embargo en específico para el ítem 'Rentabilidad y beneficios', el promedio de respuesta es de 6.46, el cual se interpreta como extremadamente importante y 45.9% de las emprendedoras consideran que sus empresas aumentaron significativamente en los resultados económicos, ya que un promedio de 28 emprendedores están en el rango de mayor que 4, es decir en el bloque del 5 al 7 en la escala manejada.

Respecto al 'Crecimiento en Ventas', se tiene que un promedio de 6.46 en la escala manejada, el cual implica que se vea muy significativo y un 92.06% de la encuestadas que habla de 58 emprendedoras están manejando la importancia en forma significativo del crecimiento de las ventas. Finalmente, en cuanto a la 'Supervivencia de su Empresa' podría decirse que es extremadamente importante, ya que un 94% así lo

considera y tan sólo un 1.5% no lo considera como importante, es conveniente informar que 3 encuestadoras no marcaron su respuesta En la (tabla 6) se resumen los indicadores para estos resultados económicos.

Tabla 6: Estadísticos Total-Resultados Económicos

Resultados de la Empresa	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Las ventas	18.25	27.367	.865	.809	.918
El beneficio	18.16	28.064	.895	.856	.912
La cuota de mercado	18.54	29.503	.813	.716	.927
Los productos o servicios ofertados	18.39	30.098	.812	.697	.928
Los resultados globales	18.04	29.784	.787	.671	.932
<b>*Alfa de Cronbach</b>					<b>.938</b>

*\*El alfa de Cronbach por debajo de 0,5 muestra un nivel de fiabilidad no aceptable; si tomara un valor entre 0,5 y 0,6 se podría considerar como un nivel pobre; si se situara entre 0,6 y 0,7 se estaría ante un nivel débil; entre 0,7 y 0,8 haría referencia a un nivel aceptable; en el intervalo 0,8-0,9 se podría calificar como de un nivel bueno, y si tomara un valor superior a 0,9 sería excelente. Si presenta un valor significativo en la Alfa de Cronbach, ya que se reconoce que mayor de (.800) es factible la correlación de estas variables de los resultados económicos y con ello se justifica el tratamiento de su análisis en forma grupal promediando su resultados y con ello tener fiabilidad en el tratamiento de la información de los ítems.*

### Indicadores o Aspectos Motivacionales y Sociales

En esta dimensión el análisis contempla importancia que le dan las empresarias a los resultados individuales y sociales.

*Resultados Individuales:* Estos resultados están conformados por los seis ítems: “Satisfacción personal”; “Autoestima”; “Calidad de vida personal”; “Relación con la familia”; “Relación afectiva” y “Conciliación vida profesional”. Los seis ítems fueron promediados y tienen, un Alpha de Cronbach = 0.925 (Tabla 6). En cuanto a la valoración de los resultados individuales (Tabla 7) que les han proporcionado las empresas a sus propietarias a lo largo de 3 años de vida es bueno, ya que se tiene un promedio de 5.5 sobre la escala de likert del 1 al 7, en el cual se puede distinguir que se considera muy buenas en los 6 ítems que componen este bloque de resultados individuales de la emprendedora en los últimos 3 años. La gran mayoría de las emprendedoras puntúan alto el ítem de ‘Flexibilidad para conciliar trabajo y vida personal’, un 69.7% de ellas (46) lo consideran en lo más alto de la escala y, el resto de empresarias distribuye sus valores arriba del punto de indiferencia de la escala. Quedando así, un 15.2% para el siguiente nivel más alto de la escala y un 7.6% (5) para las que consideraron habían tenido un aumento medianamente importante y solamente una persona el 1.5% manifiesta que no es nada importante.

Tabla 7: Estadísticos de Resultados Individuales

Resultados de la Empresa	Satisfacción personal	Autoestima, confianza en Ud. misma	Calidad de vida personal	Relación con la familia	Relación afectiva	Conciliación vida profesional y personal
N	63	63	63	63	62	63
Válidos	63	63	63	63	62	63
Perdidos	3	3	3	3	4	3
Media	5.30	5.57	5.52	5.60	5.58	5.54
Desviación. típica	1.328	1.316	1.162	1.071	1.139	1.133
Varianza	1.762	1.733	1.350	1.146	1.297	1.285
Rango	6	6	6	4	5	5
Máximo	7	7	7	7	7	7
<b>*Alfa de Cronbach</b>						
<b>.925 para los 6 elementos</b>						

*Se presenta un valor significativo en la Alfa de Cronbach, ya que se reconoce que mayor de (.800) es factible la correlación de estas variables de los resultados individuales y con ello se justifica el tratamiento de su análisis en forma grupal promediando su resultados y con ello tener fiabilidad en el tratamiento de la información de los ítems.*

*Resultados Sociales:* Los resultados sociales están medidos con los tres ítems: “Relaciones sociales”; “Visibilidad pública” y “Contribución a la sociedad”. Estos ítems fueron promediados y tienen, un Alpha

de Cronbach = 0.900 (Tabla 8). Los resultados sociales de las empresas creadas por mujeres fueron valorados por ellas de acuerdo a ítems que consideran el impacto social que tienen sus empresas y su promedio de 4.4 sobre la escala de likert del 1 al 7, en el cual se puede distinguir que se considera “igual”, es decir que no aumentó y tampoco disminuyó significativamente los resultados en los 6 ítems que componen este bloque de resultados sociales de la emprendedora en los últimos 3 años. Es importante mencionar que los resultados del ámbito social si se ve una clara tendencia positiva, ya que un 51.5% de las emprendedoras (34) valora como muy significativo la contribución de su empresa a la sociedad (‘Contribuir a la sociedad’). Pero, un 27.3% lo coloca ligeramente importante (18) y hay un 9.1% (6) que lo sitúa en el punto de indiferencia de la escala. En cuanto al ítem ‘Alcanzar un estatus social’ como resultado del tener su propia empresa fue valorado en la escala de respuesta con (12) personas como nada importante el cual representa el 12.1% y un 63.6% (42) emprendedoras lo considera como extremadamente importante.

Tabla 8. Estadísticos Total-Resultados sociales

Resultados de la Empresa	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Relaciones sociales	10.63	4.687	.760	.599	.889
Visibilidad pública	10.83	4.824	.784	.653	.865
Contribución a la sociedad	10.48	4.866	.855	.734	.809
<b>*Alfa de Cronbach</b>					<b>.900</b>

*Se presenta un valor significativo en la Alfa de Cronbach, ya que se reconoce que mayor de (.800) es factible la correlación de estas variables de los resultados sociales y con ello se justifica el tratamiento de su análisis en forma grupal promediando su resultados y con ello tener fiabilidad en el tratamiento de la información de los ítems.*

## CONCLUSIONES

No hay estudios recientes en México para definir ni sistematizar un perfil de la mujer emprendedora. Los antecedentes encontrados establecieron en 1993 un perfil a partir de un cuestionario aplicado a 178 mujeres emprendedoras, mayoritariamente del centro de México, que asistieron al primer Encuentro de Mujeres Emprendedoras. La distribución de edades de las emprendedoras es de 77% de 31 a 55 años, 33 % de 40 a 47, siendo el promedio de edad de 47 años. En cuanto al nivel de estudios, un 68 % tiene estudios universitarios. Estos comportamientos se asemejan más a los observados en los países desarrollados. Las motivaciones para emprender son mayoritariamente una combinación de Necesidad con Oportunidad (47 %), seguido de Necesidad en un 27 %. Este comportamiento si es típico de los países subdesarrollados pues otros estudios corroboran que cuando las economías se desarrollan las mujeres emprenden más por oportunidad. El comportamiento general de los negocios de las mujeres son emprendimientos mayoritariamente en los sectores de Servicios y Comercio, y éste es el mismo observado en el estudio (41 % en Servicios, 33 % en Comercio). Otro aspecto similar a investigaciones anteriores es la prevalencia de dependientes económicos en las mujeres emprendedoras, un 77 %. A pesar de que se conoce que uno de los fenómenos más observados en las Micro empresas es lo efímero de su existencia, llama la atención en este estudio, en el que la mayoría (un 71 %) son microempresas, más del 90 por ciento son empresas que pueden considerarse como consolidadas pues tienen más de 3 años e inclusive el 48.9 % tiene 20 años o más de creada. Las empresarias, en general no están afiliadas a asociaciones y su apoyo moral ha sido en primer lugar de su pareja, seguido de padres y hermanos.

En el análisis de los Resultados se constató un Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados con un valor alto que justifica el tratamiento de las categorías de análisis: Resultados Económicos, Resultados Individuales y Resultados Sociales. En el análisis de los Resultados Económicos se interpreta como extremadamente importante la Rentabilidad y beneficios, y el 45.9% de las emprendedoras consideran que sus empresas aumentaron significativamente en los resultados económicos. El ‘Crecimiento en Ventas’ fue considerado muy significativo (92.06%), superado por la ‘Supervivencia de su Empresa’ que fue considerado por el 94 %. Los resultados individuales son los mejor evaluados por las

emprendedoras, un promedio de 5.5 sobre la escala de Lickert del 1 al 7, a diferencia de 4.5 en Económicos y 4.4 en Sociales. La más alta puntuación se otorga a la 'Flexibilidad para conciliar trabajo y vida personal', con un 69.7%. En lo referido a resultados sociales, un 51.5% de las emprendedoras valora como muy significativo la contribución de su empresa a la sociedad. 'Alcanzar un estatus social' como resultado del tener su propia empresa fue valorado por el 63.6% como extremadamente importante.

La limitación fundamental de este estudio es la necesidad de ampliar la muestra en Torreón ya a todo el Estado de Coahuila, ya venimos trabajando en este sentido se está replicando el estudio en Saltillo, y se pretende continuar en aras de sistematizar y actualizar los resultados en el marco de las actividades de un Laboratorio Empresarial.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ascencio Cortés, M. S. (s.f.). *Mujeres empresaria o empresarias femeninas: la generización de la gestión empresarial*. Recuperado de: <http://www.ucm.es/info/ec/jec8/Datos/documentos/comunicaciones/Feminista/Ascendio%20Soledad.PDF>

Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial. (2010). *Mujeres Empresarias: Barreras y oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina*. Recuperado de: [http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/840442-1260809819258/Libro\\_Mujeres\\_Empresarias.pdf](http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/840442-1260809819258/Libro_Mujeres_Empresarias.pdf)

Bueno Sánchez, E., & Valle Rodríguez, G. (2005). *Los estudios de género en el contexto de las relaciones entre población y desarrollo*. Recuperado de: [http://sociales.reduaz.mx/art\\_ant/estudios\\_de\\_genero.pdf](http://sociales.reduaz.mx/art_ant/estudios_de_genero.pdf)

Cámaras de Comercio. Fundación Incyde Servicio de Estudios. (2007). *Mujeres empresarias en la economía española*. Recuperado de: [http://www.cambrabcn.org/c/docde:ument\\_library/get\\_file?uuid=3eb1cf00-9f9c-49e9-93fa-b6060f8cd2fb&groupId=1533402](http://www.cambrabcn.org/c/docde:ument_library/get_file?uuid=3eb1cf00-9f9c-49e9-93fa-b6060f8cd2fb&groupId=1533402)

Carranza, G. (2007). *Empoderamiento y Liderazgo de la mujer empresaria: PYMES de la zona metropolitana de Guadalajara, Jalisco*. Ideas CONCYGET. Año 4, no. 9. febrero 2007. Recuperado de: [http://octi.guanajuato.gob.mx/octigto/formularios/ideasConcyteg/Archivos/44082009\\_EMPODERAMIENTO\\_LIDERAZGO\\_MUJER\\_EMPRESARIA.pdf](http://octi.guanajuato.gob.mx/octigto/formularios/ideasConcyteg/Archivos/44082009_EMPODERAMIENTO_LIDERAZGO_MUJER_EMPRESARIA.pdf)

Fernández Poncela, A. (s.f.). *Estudios sobre las mujeres el género y el feminismo*. Recuperado de: <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/nuant/cont/54/cnt/cnt4.pdf>

Global Entrepreneurship Monitor. (s.f.). *2010. Women's Report*. Recuperado de: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/768>

Guerrero Ramos, L. A., & Armenteros Acosta, M. d. (2010). Proyecto de investigación: Autonomía y empoderamiento económico de las mujeres en el Estado de Coahuila.

Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Serie Mujer y Desarrollo. No. 93. División de Asuntos de Género. Recuperado de: <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/4/38314>

Instituto Nacional de las Mujeres. México. (s.f.). *Las mujeres empresarias en México*. Recuperado de: [http://www.cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos\\_download/100583.pdf](http://www.cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100583.pdf)

Peris-Ortíz, M., Peris Bonet, F. J., & Ribeiro Soriano, D. (2010). *Capacidades y mujer emprendedora*. Mujeres y Economía. enero-febrero 2010. No. 852. Páginas 153-165. Recuperado de: [http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/11203/15\\_ICE\\_852\\_153\\_\\_24B6251CB8574B115FA3FFA02DF35B9F.pdf?sequence=1](http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/11203/15_ICE_852_153__24B6251CB8574B115FA3FFA02DF35B9F.pdf?sequence=1)

Pizarro S., O., Amorós E., J. E., Guerra G., M., & Leguina R., A. (2009). *Perfil de la mujer emprendedora en Chile*. Centro de Estudios Empresariales de la Mujer. Recuperado de: <http://negocios.udd.cl/files/2010/12/Estudio-Perfil-Emprendedora-Final.pdf>

PNUD. México. (2010). *Estrategia de género. 2010-2012*. Recuperado de: [http://www.undp.org.mx/IMG/pdf/Estrategia\\_de\\_Genero\\_PNUD\\_Mexico\\_2010-2012.pdf](http://www.undp.org.mx/IMG/pdf/Estrategia_de_Genero_PNUD_Mexico_2010-2012.pdf)

Rábago, P. L., D'Annunzio, M. C., & Monserrat, S. (s.f.). *El perfil de mujeres emprendedoras exitosas*. Recuperado de: <http://www.icesi.edu.co/ciela/antiores/Papers/emjg/3.pdf>

Ramírez Belmonte, C. (2008). Ensayos. (8), 307-314: Recuperado de: [http://www.uclm.es/ab/educacion/ensayos/pdf/revista23/23\\_15.pdf](http://www.uclm.es/ab/educacion/ensayos/pdf/revista23/23_15.pdf)

Rodríguez Gutiérrez, M. J., & Santos Cumplido, F. J. (2008). La actividad emprendedora de las mujeres y el proceso de creación de empresas. *El papel de los emprendedores en la Economía*: 117-132.

Romo Rojas, L., Suárez Salazar, D. L., & Llamas Batres, C. M. (2007). *Características y competencias de las mujeres empresarias*. Ideas CONCYGET, Año 2, no. 23. Pag. 363-379. Recuperado de: [http://octi.guanajuato.gob.mx/octigto/formularios/ideasConcyteg/Archivos/23092007\\_CARACTERISTICAS\\_COMPETENCIAS\\_MUJERES\\_EMPRESARIAS.pdf](http://octi.guanajuato.gob.mx/octigto/formularios/ideasConcyteg/Archivos/23092007_CARACTERISTICAS_COMPETENCIAS_MUJERES_EMPRESARIAS.pdf)

Secretaría Permanente del SELA. (2010). *Desarrollando mujeres empresarias: La necesidad de replantear políticas y Programas de género en el desarrollo de PYMES*. Recuperado de: [http://www.sela.org/attach/258/EDOCs/SRed/2010/06/T023600004225-0-Desarrollando\\_Mujeres\\_Empresarias\\_PYMES.pdf](http://www.sela.org/attach/258/EDOCs/SRed/2010/06/T023600004225-0-Desarrollando_Mujeres_Empresarias_PYMES.pdf)

Valencia Silva, M. M. (2009). Factores que influyen en las nuevas empresas creadas por mujeres. *Tesis doctoral*. España.

Valencia Silva, M. M. (2010). Perspectiva académica de la actividad emprendedora de las mujeres. En U. d. Colima, *Mujeres y empresa. Acercamiento multidisciplinario*. Colima, México: Dirección General de Publicaciones de la Universidad de Colima.

Zabludovski, G. (1993). *Hacia un perfil de la mujer empresaria en México*. Revista Mujeres. No. 52. Recuperado de: <http://ginazabludovsky.files.wordpress.com/2011/01/hacia-un-perfil-de-la-mujer-empresaria-en-mc3a9xico.pdf>

Zabludovski, G. (s.f.). *Las mujeres en los cargos de dirección en México*. Recuperado de: <http://www.cimacnoticias.com.mx/especiales/coinversion2007/mujeresambitolaboral/contexto/contextonacional/lasmujeresenloscargosdedireccionenmexico.pdf>

**ANEXOS**

**Anexo 1: Cuestionario Sobre la Actividad Emprendedora de las Mujeres**

Este documento forma parte de una investigación que se está realizando por la UAC FCA Unidad Torreón por lo cual le pedimos su colaboración.

*Confidencialidad:* Todas las respuestas serán tratadas con estricta confidencialidad. Los resultados de ésta investigación serán publicados en su conjunto, con todos los datos agregados, no publicándose ninguna respuesta a nivel individual de empresa.

**Bloque I.- Datos Generales**

1.- Lugar de nacimiento: \_\_\_\_\_ 2.- Año de nacimiento \_\_\_\_\_ 3.- Lugar de residencia: \_\_\_\_\_

4.- ¿Cuál es su posición en la empresa? (puede escoger varias respuestas)

Propietaria  Fundadora  Directora General  Directiva  Otro \_\_\_\_\_

5.- Indique su nivel de educación máximo:

Sin estudios  Estudios elementales  Estudios medios  Estudios universitarios

6.- Estado civil:

Soltera  Casada/ en pareja  Separada/divorciada  Viuda

¿Tiene Usted hijos?

Si  No

7.- ¿Tiene familiares (hijos, padres, suegros, etc.) que dependen económicamente de Ud.? (puede escoger varias respuestas)

Hijos menores de 18 años  Hijos mayores de 18 años  Familiares mayores

Ninguno  Otro: \_\_\_\_\_

8.- ¿Tiene familiares (hijos, padres, suegros, etc.) que dependen físicamente (necesitan de cuidados especiales que requieren un alto grado de dedicación de su tiempo) de Ud.? (puede escoger varias respuestas)

Hijos menores de 18 años  Hijos mayores de 18 años  Familiares mayores

Ninguno  Otro: \_\_\_\_\_

9.- ¿Por qué motivo Ud. creo su empresa?

Necesidad (ej. Estar en paro, tener tiempo para vida personal)  Oportunidad (ej. Realizar una idea de negocio, incrementar sus ingresos,...)  Ambos  Otro: \_\_\_\_\_

**Bloque II.- Actividad Como Empresaria**

En esta parte del cuestionario nos interesa conocer su percepción respecto a determinados aspectos relacionados con su actividad como empresaria.

**Instrucciones:** Por favor, marque con una X la casilla que corresponda con cada una de las afirmaciones siguientes:

10.- En relación con su rol de empresaria en qué grado,	Extremadamente negativa		Extremadamente positiva		No aplica			
	1	2	3	4	5	6	7	NA
Su pareja ha aceptado su profesión	1	2	3	4	5	6	7	NA
Sus padres han aceptado su profesión	1	2	3	4	5	6	7	NA
Sus hijos han aceptado su actividad	1	2	3	4	5	6	7	NA
El apoyo moral de su familia directa en general hacia su actividad ha sido	1	2	3	4	5	6	7	NA

11 ¿De qué familiar ha recibido un apoyo moral más fuerte? (indicar los casos que apliquen y clasifíquelos por orden de importancia, de mayor a menor, siendo 1 el valor más alto)

Aplica	N° Orden
<input type="checkbox"/>	_____ Padres
<input type="checkbox"/>	_____ Pareja
<input type="checkbox"/>	_____ Hermanos
<input type="checkbox"/>	_____ Hijos
<input type="checkbox"/>	Otro: _____
<input type="checkbox"/>	_____ Ninguno

12.- En relación con su actividad emprendedora en qué grado.	Nada						Totalmente							
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Su familia directa ha participado en la financiación de su empresa directamente	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Su familia directa le ha ayudado a conseguir financiación por otros medios	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Su familia directa ha colaborado en el proceso de creación de su empresa (actividades de planificación, organización, etc.	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
El nivel de implicación en general de sus familiares directos a su empresa ha sido	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

**13. ¿De qué familiar ha recibido un mayor apoyo económico? (indicar los casos que apliquen y clasifíquelos por orden de importancia, de mayor a menor, siendo 1 el valor más alto)**

Aplica N° Orden

<input type="checkbox"/>	_____	Padres
<input type="checkbox"/>	_____	Pareja
<input type="checkbox"/>	_____	Hermanos
<input type="checkbox"/>	_____	Hijos
<input type="checkbox"/>	_____	Otro: _____
<input type="checkbox"/>	_____	Ninguno

**Bloque III.- Experiencia Previa**

De la misma forma, quisiéramos conocer sobre su experiencia profesional previa.

**14.- Instrucciones:** Marque con una X la respuesta adecuada e indiquenos el número de años para los casos que sea necesario.

<b>¿Tiene experiencia en puestos de gestión?</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
¿Número de años de experiencia en puestos de gestión previa a la creación de su empresa?		
¿Tiene experiencia en el mismo sector al que pertenece su empresa?	Si	No
Número de años de experiencia en el mismo sector?		
¿Había creado anteriormente una empresa?	Si	No
En caso de que si haya creado una empresa anteriormente, ¿ésta continúa funcionando?	Si	No
¿Ha participado en el proceso de creación de empresas siendo asesora (sin ser Ud. socia o propietaria de la empresa(s) formada(s))?	Si	No

**Bloque IV.- Actividades De Planificación**

A continuación, quisiéramos conocer hasta qué punto, Ud. realizó actividades de planificación para iniciar su empresa.

**15.- Instrucciones:** Marque con una X la respuesta adecuada.

¿Elaboró un plan de empresa por escrito de su negocio?	Si	No
¿Su plan de empresa fue avalado por algún experto o institución externa?	Si	No
¿Recibió Ud. formación para elaborar el plan de empresa?	Si	No
¿Obtuvo asesoría para la elaboración del plan de empresa?	Si	No
No realizó un plan de empresa, pero si elaboró estudio(s) para la creación de su empresa	Si	No
¿Qué área funcional cubría(n) este(os) estudio (s)?		
<input type="checkbox"/> Aspectos Económicos (financiación, inversión, etc.)		
<input type="checkbox"/> Aspectos de Marketing (estudio de mercado, publicidad, ventas, promoción, etc.)		
<input type="checkbox"/> Aspectos Técnicos (producción, proceso, etc.)		
<input type="checkbox"/> Aspectos Legales		
<input type="checkbox"/> Aspectos de Recursos Humanos (laborales)		

**Bloque V.- Relación Y Servicios**

En esta sección, nos interesa conocer su relación con instituciones externas y servicios profesionales.

**16.- Instrucciones:** Marque con una X la respuesta adecuada e indiquenos el no. de años para los casos que sea necesario.

¿Pertenece Ud. a algún tipo de asociación empresarial?	Si	No
¿Considera su participación en asociaciones empresariales activa?	Si	No
¿Número de asociaciones empresariales de las que es Ud. miembro?		
¿Número de asociaciones empresariales exclusivas de mujeres de las que es Ud. miembro?		
¿Es Ud. miembro de la Junta Directiva o Comités técnicos de alguna de estas asociaciones?	Si	No
En caso positivo, ¿En cuántas de ellas?		

**Bloque VI.- Líneas De Negocio** En esta sección, se entenderá por gestor a quien le asesora en funciones operativas del día a día de su empresa. Y por consultor, a quien le asesora en asuntos estratégicos (crecimiento, nuevas líneas de negocio, etc.).

17.- Instrucciones: Marque con una X la respuesta adecuada.

¿Su empresa utiliza los servicios de algún gestor externo?				Si	No
En caso positivo, ¿En qué le ayuda su gestor externo?					
Contabilidad y Fiscal	Administración general	Marketing	Operación/Técnica		
Recursos Humanos	Aspectos Legales	Otros:			
¿Su empresa ha utilizado alguna vez servicios de consultoría?				Si	No
En caso positivo, ¿En que área ha recibido la consultoría?					
Contabilidad y Fiscal	Administración general	Marketing	Operación/Técnica		
Recursos Humanos	Aspectos Legales	Otros:			

**Bloque VII.- Objetivos Empresariales**

En esta parte del cuestionario nos interesa conocer los objetivos empresariales que Ud. persigue y valora más.

18.- Instrucciones: Por favor, marque con una X la casilla que corresponda a su grado de importancia para cada una de las afirmaciones siguientes.

	Nada importante			Extremadamente importante			
Rentabilidad y beneficio	1	2	3	4	5	6	7
Crecimiento en ventas	1	2	3	4	5	6	7
Excelencia en el servicio/producto	1	2	3	4	5	6	7
Supervivencia de la empresa	1	2	3	4	5	6	7
Imagen de la empresa	1	2	3	4	5	6	7
Obtener flexibilidad para conciliar trabajo y vida personal	1	2	3	4	5	6	7
Mejorar su nivel económico	1	2	3	4	5	6	7
Independencia personal (libertad de decisión y de acción)	1	2	3	4	5	6	7
Satisfacción personal	1	2	3	4	5	6	7
Contribuir a la sociedad	1	2	3	4	5	6	7
Alcanzar un estatus social	1	2	3	4	5	6	7
Proveer empleos	1	2	3	4	5	6	7
Liderazgo en el sector empresarial al que se pertenece	1	2	3	4	5	6	7

19.- Año de inicio de la actividad de su empresa:

20.- Número de socios/as fundadores/as (incluida Ud.):				Hombres:			Mujeres:		
21.- ¿Cuál es el número actual de empleados que componen la plantilla de la empresa? (sin contarse Ud.)									
0	1-3	4-5	6-9	10-19	20-49	50-99	100-249	Más de 250	

22.- Indique por favor cuál es el principal sector de actividad de su empresa (puede marcar hasta un máximo de dos opciones):

Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y actividades de servicios relacionados	Edición, artes gráficas y reproducción de grabados
Ganadería, pesca, acuicultura y actividades relacionadas	Transporte
Industria de extracción de minerales, energéticos y metalurgia	Servicios a las personas
Industria de productos alimenticios y bebidas	Comercio al por menor
Industrial textil, confección	Comercio al por mayor e intermediarios del comercio
Industria química	Educación
Industria manufacturera (muebles, maquinaria, mecánica, maquinaria eléctrica, eq. Telecom.	Hotelería
Construcción	Agencias de viajes
Actividades inmobiliarias	Actividades informáticas
Servicios a las empresas	Inst. financieras, seguros y pensiones.

23.- ¿Cuál ha sido en el año 2011 la facturación total de su empresa en pesos?

1-50	51-100	101-300	301-500	501-700	701-999	1-1.9	2-4.9	5-9.9	10-29.9	30-49.9	50-100
miles de pesos						millones de pesos					
24.- ¿La evolución de la facturación de su empresa desde su fundación, ha ido creciendo?											
Si	No	Permanecido Igual	Irregular/Inconstante			Otro:					

**Bloque VIII.- Resultados De La Empresa**¿Cómo calificaría los **resultados** de su empresa a lo largo de los **tres últimos años**, en los siguientes indicadores?25.- Instrucciones: Marque con una X la respuesta adecuada.

	Disminuido significativamente		Igual		Aumentado Significativamente		
Las ventas	1	2	3	4	5	6	7
El beneficio	1	2	3	4	5	6	7
La cuota de mercado	1	2	3	4	5	6	7
El número de empleados	1	2	3	4	5	6	7
Los productos o servicios ofertados	1	2	3	4	5	6	7
Los resultados globales	1	2	3	4	5	6	7
Satisfacción personal	1	2	3	4	5	6	7
Autoestima, confianza en Ud. misma	1	2	3	4	5	6	7
Calidad de vida personal	1	2	3	4	5	6	7
Relación con la familia	1	2	3	4	5	6	7
Relación afectiva	1	2	3	4	5	6	7
Conciliación vida profesional y personal	1	2	3	4	5	6	7
Relaciones sociales	1	2	3	4	5	6	7
Visibilidad pública	1	2	3	4	5	6	7
Contribución a la sociedad	1	2	3	4	5	6	7

**Comentarios:****MUCHAS GRACIAS POR REALIZAR ESTE CUESTIONARIO****BIOGRAFIA**

Liliana Angélica Guerrero Ramos. Cubana, Lic. en Información Científica (1985), Universidad de la Habana, Master Universitario en Gestión de Información (1994) por la Cátedra UNESCO en Gestión de Información con titulación conjunta de la Universidad de Murcia, la Universidad de La Habana y la UNAM. Dra. En Ciencias de la Información (2001). Coordinadora de la Maestría en Administración de Empresas del Instituto Superior Politécnico de La Habana y de la Maestría conjunta con la Universidad de Magdeburgo sobre Informática Empresarial. Profesor invitado en Universidades de Ecuador, Bolivia y México. Desde el 2006 es Catedrática Investigadora de la UAdeC. Dirección institucional: FCA-UAdeC Unidad Torreón. Boulevard Revolución 151 Oriente. Colonia Centro CP: 27000. Torreón, Coahuila, México. E-mail: lilianaguerrero7@gmail.com

Francisco Canibe Cruz, Mexicano. Licenciado en Matemática Educativa (2001) de la Facultad de Ciencias de la UAdeJ, Unidad Ciudad Juárez Chihuahua. Maestro en Ciencias de la Educación (2003) de la Universidad Autónoma del Noreste y estudiante del Doctorado de Administración y Alta Dirección en la UAdeC. Su experiencia de trabajo se relaciona principalmente en el campo de la enseñanza y aplicación de la matemática en instituciones educativas desde hace 22 años. Como investigador ha participado en proyectos sobre modelos matemáticos para la toma de decisiones en diferentes empresas e instituciones educativas. Actualmente, Coordinador Académico - Administrativo en la División de Posgrado la la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Torreón. Dirección Institucional: FCA-UAdeC, Unidad Torreón. Boulevard Revolución 151 Oriente. Colonia Centro CP: 27000. Torreón, Coahuila, México. E-mail: fcanibe@msn.com.

María del Carmen Armenteros Acosta. Cubana. Lic. en Historia (1966) y Lic. En Ciencias Políticas (1977), Universidad de La Habana. Dra. en Ciencias Económicas (1983) de la Universidad Estatal de Kiev, Ucrania. Profesora investigadora en diversos programas de Maestría en la Universidad de La Habana e Instituto Superior de Ciencias y Tecnologías Aplicadas. Coordinadora de la Maestría de gerencia de la Ciencia e innovación y de la Maestría en Administración y Dirección de la Instituto Superior Politécnico de La Habana. Profesor invitado en universidades de España, Bolivia, Colombia y México. Desde el 2010 Catedrática Investigadora de la UAdeC. Dirección institucional: FCA-UAdeC Unidad Torreón. Boulevard Revolución 151 Oriente. Colonia Centro CP: 27000. Torreón, Coahuila, México. E-mail: m\_armenteros@yahoo.es

Sandra López Chavarría. Mexicana. Mexicana. Lic. en Administración de Empresas, Maestra en Administración y Alta Dirección. Doctora en Administración y Alta Dirección en el 2010. Fue Directora de la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC), Unidad Torreón (UT), y actualmente Presidenta de la Fundación Colosio en Torreón, y Directora de Planeación en FCA-UAdeC, UT. E-mail: sandylopez5@hotmail.com

Gabriela Margarita Reyna García, Mexicana. Licenciada en Ciencias Jurídicas (1994) por la Universidad Regiomontana, Monterrey, Nuevo León. Maestro en Administración (2009) Universidad Autónoma de la Laguna. Su experiencia de trabajo se relaciona principalmente en el campo de la administración de instituciones privadas por más de 10 años. Docente desde el 2000 en Instituciones tanto públicas como privadas.. Actualmente, Catedrático Investigador en la Universidad Autónoma de Coahuila. Dirección Institucional: FCA-UAdeC, Unidad Torreón. Bolulevard Revolución 151 Oriente. Colonia Centro CP: 27000. Torreón, Coahuila, México. E-mail: greynag@prodigy.net.mx