

Mujeres emprendedoras guanajuatenses en tiempo de pandemia

López Hernández Mariana, Cruz Corona Ángela Alexa, López Barajas Sury Sadai, Díaz Gutiérrez Fátima Damarys, Gutiérrez Carrizales Gabriela Jacqueline, Martínez Rangel Paulet Melinda, Dra. Menchaca Rodríguez Rocío.

Escuela de Nivel Medio Superior de Guanajuato, División de Ciencias Económico Administrativas, Universidad de Guanajuato | Dirección de correo electrónico: m.lopezhernandez1@ugto.mx, aa.cruzcorona@ugto.mx, ss.lopezbarajas@ugto.mx, fatimadamarysd@gmail.com, gj.gutierrezcarrizales@ugto.mx, pm.martinezrangel@ugto.mx, r.menchaca@ugto.mx

Resumen

Las mujeres juegan un rol importante en la economía del hogar, desde el año pasado con la llegada del COVID 19, familias se vieron afectadas en sus ingresos, por lo que se tuvo la necesidad de implementar proyectos para coadyuvar en este sentido. El presente trabajo describe experiencias, acciones y emprendimientos realizados por mujeres de la sociedad guanajuatense en tiempos de pandemia con la finalidad de impulsar el empoderamiento femenino. El grupo de estudio estuvo conformado por 23 mujeres que generaron un proyecto emprendedor a partir de la llegada del virus, dando respuesta primero a una necesidad económica aprovechando sus habilidades personales, detectando una oportunidad de negocio. Se aplicaron dos encuestas y una entrevista (generaron video). Dentro de los resultados obtenidos se detectan múltiples retos o dificultades que enfrentaron: falta de recursos económicos, no contar con la facilidad de entregas a domicilio, no dominar el manejo de redes sociales, entre otras; existen diversidad de sentimientos generados antes y durante las acciones llevadas a cabo para darle seguimiento al negocio, como son: la motivación, independencia, felicidad y empoderamiento, pero también se han sentido presionadas, cansadas y preocupadas. En más del 50% de los negocios se encuentra involucrada de alguna forma la familia, en el 63% de los proyectos ésta fue la que aportó en lo económico.

Se generaron diversos productos emanados de la investigación, como lo son: el taller denominado "mujeres impulsando su negocio" con los siguientes temas: modelo de negocios, liderazgo, publicidad y equipo de trabajo; con el que se busca ayudar a las emprendedoras a comprender de manera teórica y ejemplificada los temas y etapas que han experimentado de manera empírica en su trayecto al emprendimiento, el adquirir un conocimiento más específico y enfocado será de ayuda en el manejo de su negocio.

Un video con el desarrollo, seguimiento y conclusiones investigativas, además de cortos de las emprendedoras e infografías, con el objetivo de generar motivación, resaltar sus méritos y poder compartir más acerca de los sentimientos y pensamientos que han generado sobre el tema en base a sus experiencias.

Palabras clave: negocio, creatividad, motivación, conocimiento, reto

Abstract

Women play an important role in the household economy, since last year with the arrival of COVID 19, families were affected in their income, so it was necessary to implement projects to help in this regard. This work describes experiences, actions and undertakings carried out by women from Guanajuato society in times of pandemic in order to promote female empowerment. The study group was made up of 23 women who generated an entrepreneurial project from the arrival of the virus, responding first to an economic need by taking advantage of their personal skills, detecting a business opportunity. Two surveys and one interview were applied (video generated). Among the results obtained, multiple challenges or difficulties they faced are detected: lack of financial resources, not having the ease of home deliveries, not mastering the management of social networks, among others; There are a variety of feelings generated before and during the actions carried out to monitor the business, such as: motivation, independence, happiness and empowerment, but they have also felt pressured, tired and worried. In more than 50% of the businesses the family is involved in some way, in 63% of the projects this was the one that contributed economically.

Various products emanating from the research were generated, such as: the workshop called "women promoting their business" with the following topics: business model, leadership, advertising and work team; With which it is sought to help women entrepreneurs to understand in a theoretical and exemplified way the issues and stages that they have experienced in an empirical way in their journey to entrepreneurship, acquiring a more specific and focused knowledge will be helpful in managing their business.

A video with the development, follow-up and investigative conclusions, in addition to shorts of the entrepreneurs and infographics, with the aim of generating motivation, highlighting their merits and being able to share more about the feelings and thoughts they have generated on the subject based on their experiences.

Introducción

El COVID-19, trajo consigo la inestabilidad económica de familias por la pérdida del empleo de sus miembros, debido a la paralización de actividades económicas; en esta situación la perspectiva femenina es importante debido a las diferentes decisiones y acciones que generan emprendimientos con la finalidad de proveer lo indispensable al hogar. La mujer tiene un papel importante en la sociedad en distintos aspectos, ha demostrado que sus capacidades van más allá de la imposición cultural. A través del tiempo se han generado proyectos de negocios por mujeres, teniendo éxito; en tiempos de pandemia tuvieron un incremento potencial. Hay diversas preguntas hacia las mujeres emprendedoras:

¿Qué factores clave se consideran para tomar la decisión de emprender? ¿Cómo generan la idea de negocio? ¿Qué proceso o acciones realizan para dar inicio, seguimiento y continuidad en su proyecto? ¿Qué obstáculos se presentaron y siguen generándose hasta el momento? ¿Qué tipo de apoyos han recibido? ¿Cómo sienten, empoderadas tal vez? ¿Qué las impulsa?

Por lo anterior, se tienen definidos los siguientes objetivos:

Objetivo general: Describir experiencias, acciones y emprendimientos realizados por mujeres de la sociedad guanajuatense en tiempos de pandemia con la finalidad de impulsar el empoderamiento femenino.

Objetivos específicos:

Conocer el estado del arte en el tema de “emprendimiento femenino”.

Detectar elementos detonantes para emprender en las mujeres.

Describir las acciones de emprendimiento en las mujeres.

Antecedentes

La palabra emprendimiento viene del término francés “entreprendre” que aplicaba para “hacer cosas” durante el siglo XIII; en inglés, se le agregó un sufijo, obteniendo la palabra “entrepreneurship”, que significa “crear valor” ⁽¹⁾. En definitiva, no existe una definición concreta respecto al concepto de “emprendimiento”, pero se concluye que se relaciona de manera estrecha con la innovación, el riesgo y la incertidumbre; sin embargo, es claro que el significado depende de diversos factores como las creencias culturales, el empleo y la disponibilidad.

El mundo que nos rodea está lleno de personas y empresas que se auto denominan emprendedores; sin embargo, pocas personas conocen que en el mundo, 1 de cada 3 empresas son propiedad de mujeres, esto se traduce en que un 34% de las pequeñas, medianas y grandes empresas a nivel mundial cuentan con una mujer dentro de los principales propietarios ⁽²⁾.

Es notorio que la capacidad empresarial de las mujeres es un tema del que se debe hablar; tan solo en los países de ingreso bajo, solo el 7% de las mujeres mayores de 15 años son trabajadoras asalariadas, tanto del sector público como privado; en comparación con el 18% de los hombres ⁽²⁾. Trabajar sin un jefe, con cualquier emprendimiento, ha sido un medio importante para la emancipación de la mujer dentro de un sistema capitalista donde el hombre es una figura estándar.

Sin duda, la capacidad empresarial de ELLAS ha sido constante con el paso del tiempo; a continuación, se reconocen las ideas de diversas mujeres que han marcado la historia:

EL PODER DEL emprendimiento femenino

Mujeres que han marcado la historia alrededor del mundo con su innovación e inteligencia.

- 01** *Caterina Llull i Sabastida*

Considerada como la primera mujer empresaria en el siglo XV con relaciones comerciales en el Mediterráneo.


- 02** *Fermina Orduña*

Fue la primera mujer española que patentó un invento en 1865, un carruaje adaptado para el transporte de ganado lechero.


- 03** *Sarah Breedlove*

Para finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, con apenas 20 años y siendo una mujer afroamericana emprendió con una peluquería y luego comenzó con la comercialización de cosméticos.


- 04** *Maria Luisa Arcelay*

Se destacó como mujer empresaria en Puerto Rico por crear un taller (que se convirtió en fábrica) de costura donde dio trabajo a muchas mujeres en condiciones precarias.


- 05** *Eva Gonda de Rivera*

Es la primera empresaria mexicana, controla el 50% de las acciones de la cadena de embotelladores y tiendas de conveniencia FEMSA quien opera cadenas como OXXO y Farmacias Farmacon, es la segunda empresa accionista más importante de Heineken.



Figura 1. La emancipación empresarial de la mujer mundialmente en la historia. Elaboración por autoras. ⁽³⁻⁴⁾

Viridiana Mendoza, editora de reportes especiales de Forbes, afirmó que solo de 2 de cada 10 emprendedores son mujeres ⁽⁹⁾; el INEGI afirma que esto se debe a que millones de mexicanas realizan sus negocios de manera informal ⁽¹²⁾. Contando los negocios formales e informales de mujeres; en la actualidad, se ha registrado que la participación de ELLAS en la propiedad es sistemáticamente mayor en las empresas recientemente registradas ⁽²⁾, tan solo en México durante el año 2019 datos arrojan que el 19% de los emprendedores en México; es decir, casi cuatro millones, son mujeres de entre 35 y 54 años ⁽⁵⁾. Sin embargo, es importante destacar que en cuanto a nivel de escolaridad el 65% de las mujeres emprendedoras tienen estudios universitarios, en perspectiva al 53% de los hombres ⁽⁵⁾.

Las razones por las que en México las mujeres eligen comenzar un emprendimiento son diversas: el 29% desea tener un negocio propio e independencia, otro 20% tiene la necesidad de elevar su calidad y nivel de vida, y otro 20% comienza su negocio por gusto propio; esto según cifras brindadas por el INEGI ⁽⁵⁾. Las mexicanas han dejado huella en

el concepto de emprendimiento, marcando una pauta y abriendo un camino para nuevas emprendedoras; en la siguiente infografía se reconocen algunas de las mujeres emprendedoras del país:



Figura 2. Mujeres mexicanas que han marcado una pauta en el emprendimiento del país. Elaboración por autoras. ^(9 y 12)

Es común que en un país donde el espíritu empresarial de las mujeres destaca, surjan asociaciones, pues según datos de expertos, las mujeres cuentan con planes de negocio más sólidos y buscan más canales de financiamiento cuando los necesitan ⁽⁵⁾. En México existen diversas asociaciones, organizaciones y programas que velan por el futuro de las mujeres emprendedoras; algunos de ellos son:



Figura 3. Asociaciones, organizaciones y programas que apoyan a las mujeres emprendedoras. Elaboración por autoras. ^(6, 13 y 14)

En Guanajuato se cuenta con el Instituto de Innovación, Ciencia y Emprendimiento para la Competitividad del Estado de Guanajuato (IDEA-Gto) que apoya a mujeres y hombres emprendedores. Así mismo SDES impulsa los programas de Incubación de Negocios Digitales, Emprendimiento Rosa y Aceleración de Empresas; con estas estrategias se impulsa a que las nuevas empresas incursionen al mercado con soluciones innovadoras, estrategias digitales y manejo de crisis.

En el estado durante los inicios del año 2021 se comenzaron a apoyar más a las mujeres por medio del programa Emprendimiento Rosa donde Startup México Campus Bajío capacitó a 34 mujeres para el desarrollo de un plan de negocios con innovación con el apoyo de la Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable del Estado de Guanajuato y la Dirección General de Atención a las Mujeres de Guanajuato Capital. Debido a la buena aceptación del programa, se abrió una segunda generación en marzo de 2021. Este programa benefició a mujeres emprendedoras de zonas rurales y urbanas, con el apoyo de mentores expertos que guiaron la formulación de ideas-proyectos rentables y sostenibles, con miras a convertirlos en negocios preparados en estrategias digitales y manejo de crisis ⁽¹⁹⁾.

El COVID como detonante del emprendimiento femenino

El actual brote de la enfermedad por coronavirus, conocida comúnmente como COVID-19, fue notificado por primera vez en Wuhan (China) el 31 de diciembre de 2019 ⁽¹⁵⁾, esto según datos oficiales de la Organización Mundial de la Salud.

El primer caso de COVID-19 que se detectó en México fue el 27 de febrero de 2020. El 30 de abril, 64 días después de este primer diagnóstico, el número de pacientes aumentó exponencialmente, alcanzando un total de 19,224 casos confirmados y 1,859 (9,67%) de fallecidos ⁽¹⁶⁾; esto generó un efecto en la economía a fines del primer trimestre del 2020 derivado del cierre de varios países y de la correspondiente cancelación de vuelos a nivel mundial, regiones del país orientadas actividades turísticas como Quintana Roo y Guanajuato sufrieron un choque negativo económicamente.

La Secretaría de Trabajo anunció el 8 de abril de 2020 que habría un desempleo formal de 346,878 personas debido a la pandemia ⁽¹⁷⁾; sin embargo, la pérdida de empleos formales en el periodo marzo-junio 2020 creció desproporcionalmente, el 4 de mayo de 2020, Forbes anunció que analistas consultados por el Banco de México estimaban que la economía mexicana se contraería hasta 7.27% en 2020 y además habría una pérdida de alrededor de 693 mil empleos ⁽¹⁸⁾; pero para junio de este mismo año se perdieron alrededor de 933 mil empleos que corresponden principalmente a trabajadores que percibían entre uno y dos salarios mínimos ⁽¹⁷⁾.

Para 2021, los estragos que la pandemia ha dejado son inimaginables, la reactivación económica del país ha sido un camino largo que la población mexicana va recorriendo con un paso lento pero firme. Son muchos los motivos por los cuales una persona decide emprender un negocio, sin embargo, con el cierre de tiendas, locales e incluso algunas

empresas debido al impacto del COVID-19, muchas personas optaron por adquirir una independencia económica. Durante 2020 y 2021, comenzó a sobresalir un grupo en internet conocido como “nenis”, así fueron nombradas las mujeres que optaron por cambiar su estilo de vida y emprendieron en un negocio propio, los medios digitales se llenaron de información sobre estas mujeres que en búsqueda de la libertad económica no dejaron que una pandemia las limitara, dentro de sus posibilidades comenzaron a ser notadas jóvenes, adultas y mujeres de la tercera edad que iniciaron un negocio con giros desde moda, cosmética y accesorios, hasta repostería, coctelería, organización de eventos, moda sustentable y tiendas específicas, solo por mencionar algunos.

Además, el emprendimiento es fundamental e impacta en algunos de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU (Organización de las Naciones Unidas); estos objetivos son importantes para los emprendedores ya que permiten el mejoramiento en las operaciones del negocio y en la generación de ingresos, ayudan al fortalecimiento en la conservación del medioambiente, producen mejoras a nivel reputacional y en la relación con los grupos de interés del emprendedor⁽¹¹⁾.

En particular se impacta al Objetivo 5, igualdad de género, pues a través del emprendimiento se logra el empoderamiento económico de la mujer lo que ayuda a disminuir la brecha de desigualdad que por muchos años ha existido. También al Objetivo 1, Fin de la pobreza, ya que cuando las mujeres participan en el mercado laboral se disminuye la pobreza de un 15% a un 30% según datos del Banco Mundial, siendo un claro ejemplo la zona Latinoamérica⁽¹²⁾.

La participación de las mujeres en el sector empresarial es muy relevante, la OCDE menciona que en los países donde crece la participación de mujeres en el mercado laboral, sus economías suelen avanzar más rápido y firme. De igual manera, el Banco Mundial asegura que al aumentar la proporción de ingresos del hogar existe un beneficio directo para los hijos e hijas quienes pueden acceder a una mejor calidad de vida⁽¹²⁾.

Metodología de investigación

- Investigación documental sobre el emprendimiento de mujeres en el estado de Guanajuato.
- Investigación de campo (virtual) sobre emprendimientos femeninos en el estado de Guanajuato durante la pandemia.
- Diseño de cuestionario (encuesta y entrevista).
- Aplicación de las encuestas y entrevistas virtuales con mujeres emprendedoras de Guanajuato.
Se realizó un directorio de emprendedoras donde se recabaron datos como nombre completo, contacto y una breve descripción de su emprendimiento de 24 mujeres.
Seguido a esto se les aplicó un cuestionario de Google Forms con preguntas relacionadas a aspectos de su vida personal y de su emprendimiento. Algunas de las preguntas fueron su estado civil, su edad, número de hijos, ¿Qué factores clave se consideran para tomar la decisión de emprender?, ¿Ocupaste apoyo económico de alguien?, ¿Qué sentimientos positivos y negativos has enfrentado en tu negocio?, entre otras.
<https://forms.gle/6aog8b9mezDMcxBd9>
Como paso siguiente les realizamos entrevistas virtuales con preguntas abiertas donde ellas nos explicaron de manera más detallada algunos detalles de su emprendimiento. Unas de las principales preguntas fueron: ¿Qué proceso realizaste para dar inicio, seguimiento y continuidad a tu emprendimiento?, ¿Cómo mantiene el balance entre su vida personal y su emprendimiento?, ¿Qué obstáculos se presentaron y siguen presentándose hasta el momento?, entre otras.
Estas encuestas se realizaron de maneras diferentes, algunas se realizaron por medio de una video llamada en la plataforma Zoom, en otros casos ellas mismas se grabaron contestando las preguntas y en otros por medio de notas de voz contestaron la entrevista.
Se realizó una última encuesta por medio de Google Forms donde las mujeres emprendedoras nos proporcionaron fotografías de ellas, de su logotipo y de sus negocios, además de una breve historia de su emprendimiento y las frases que a ellas las han motivado en su camino emprendedor.
<https://forms.gle/ERSZnSAYAUJy13T18>
Consiguiente a esto con los datos y fotografías que ellas proporcionaron en los formularios y encuestas se realizaron infografías de algunas de ellas.
- Triangulación de información (documental y de campo).
- Análisis de información.
- Conclusiones particulares.

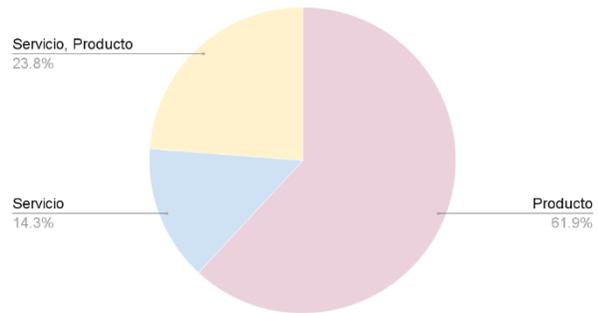
Análisis de la información

A continuación se muestra el análisis de los resultados, es importante mencionar que se seleccionaron las gráficas principales para mostrar. Se encuestaron 23 mujeres emprendedoras cuyo proyecto surgió a partir de la pandemia, el 68% se encuentran en un rango de edad de los 20 a los 30 años; 22% son casadas y en su caso sólo el 18% cuenta con hijos o dependientes económicos.

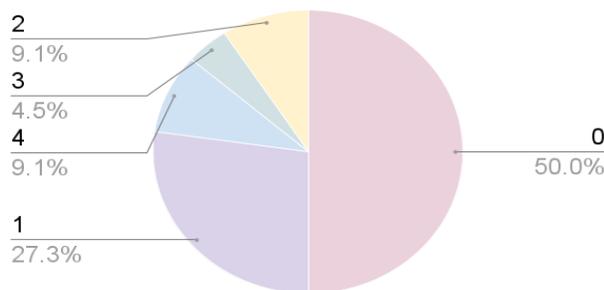
Como se muestra en la gráfica 7 de todas el 61.9% el giro del negocio consiste en proporcionar un producto, el 14.3% un servicio y el 23.8% restante, ofrece ambos.

Los factores principales que las llevaron a emprender fueron: el 31.3% necesidad económica, 25% para aprovechar sus habilidades, 20.8% encontró una oportunidad de mercado y el 8.3% restante recibió una propuesta de negocio.

Recuento de 7.-¿En qué consiste tu negocio?



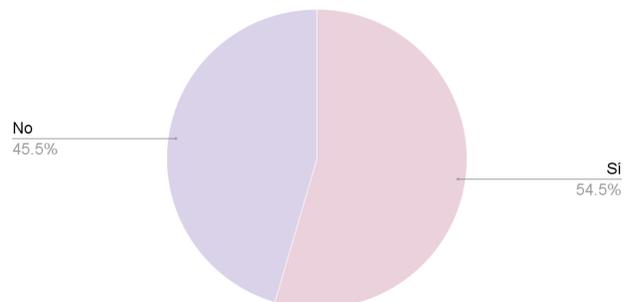
Recuento de 8.-Número de empleados



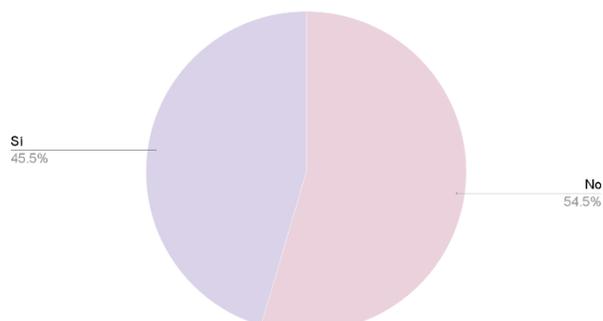
La gráfica 8 muestra que el 50% no cuenta con empleados, 27.3% con 1, 9.1% cuenta con 2, 4.5% con 3 y el 9.1% restante, cuenta con 4 empleados.

En la gráfica 9 indica que en el 54.5% de los casos hay integrantes de sus familias involucrados en algún proceso del negocio, mientras que en el otro 45.5% de los casos, la familia no se involucra en el negocio.

Recuento de 9.-¿Hay integrantes de su familia que estén involucrados en algún proceso de este negocio?



Recuento de 11.-¿Diseñaste un plan de negocio?

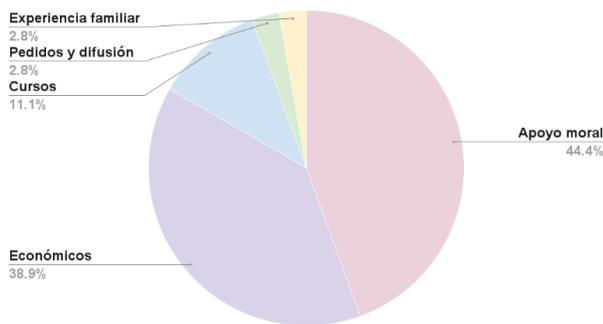


En la gráfica 11 se observa: el 54.5% no diseñó un plan de negocio mientras que el 45.5% restante, sí lo realizó al comenzar con su emprendimiento, lo que genera un área de oportunidad importante a abordar.

El 54.5% de las emprendedoras requirió de apoyo económico de terceras personas de las cuales, la gráfica 13 muestra que: 63.6% lo recibió de familiares, 18.2% de su pareja, otro 9.1% de préstamos en instituciones financieras y el 9.1% restante los consiguió de un socio.



Recuento de 14.-¿Qué tipo de apoyos ha recibido?

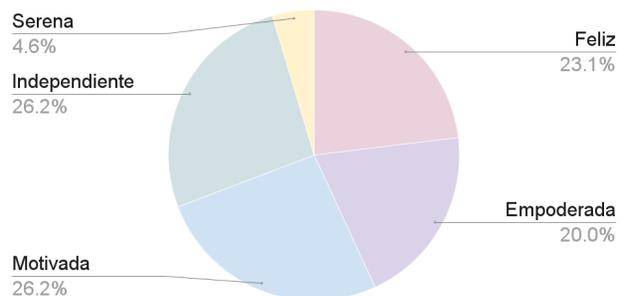


Como se aprecia en la gráfica 14, los apoyos que han recibido son: 44.4% fue apoyo moral, 38.9% económico, 11.1% conocimientos en cursos, 2.8% con experiencia familiar y 2.8% fue apoyada por pedidos y difusión.

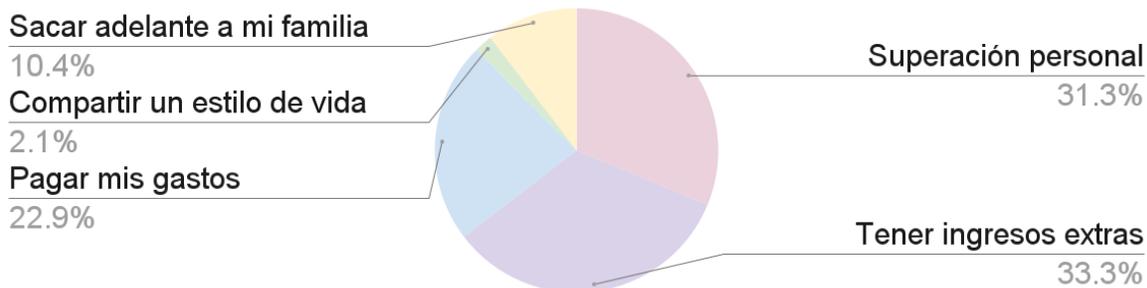
La gráfica 15 indica los sentimientos agradables que predominan son: 26.2% motivada, 26.2% independiente, 23.1% feliz, 20% empoderada, 4.6% serena, también han tenido sentimientos negativos que fueron: 27.6% presionada, 27.6% cansada, 18.05% preocupada, 15.5% desanimada, 11.15% con incertidumbre.

En la gráfica 17 se observa que sus principales motivaciones han sido: 31.3% superación personal, 33.3% tener ingresos extras, 22.9% pagar mis gastos de vida, 10.4% sacar adelante a la familia, 2.1% quiere compartir un estilo de vida saludable.

Recuento de 15.- Sentimientos con los cuales se identifican en su negocio actualmente

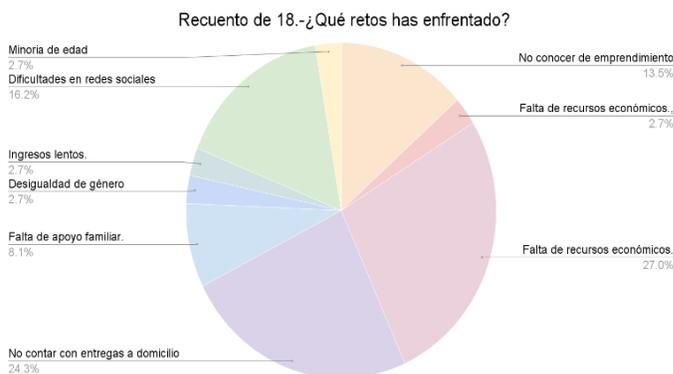


Recuento de 17.-¿Qué te impulsa y motiva?



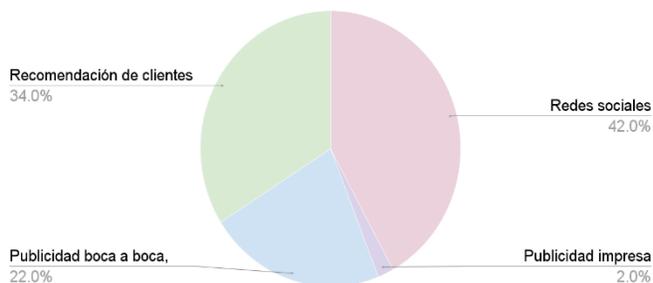
Los retos que han enfrentado, como lo muestra la gráfica 18, son: 27% falta de recursos económicos, 24.3% no cuenta con la facilidad de entregas a domicilio, 16.2% no domina el manejo de redes sociales, 13.5% no conoce sobre emprendimiento, 8.1% carece de apoyo familiar, 2.7% tiene ingresos lentos, 2.7% tiene dificultades en su negocio al ser menor de edad, 2.7% tiene dificultades con su publicidad y los 2.7% restantes han sufrido de desigualdad de género.

Les gustaría recibir capacitación sobre: 30.3% publicidad, 24.2% a cerca del modelo de negocios, 18.2% presupuesto, 15.2% trabajo en equipo y 12.1% liderazgo.

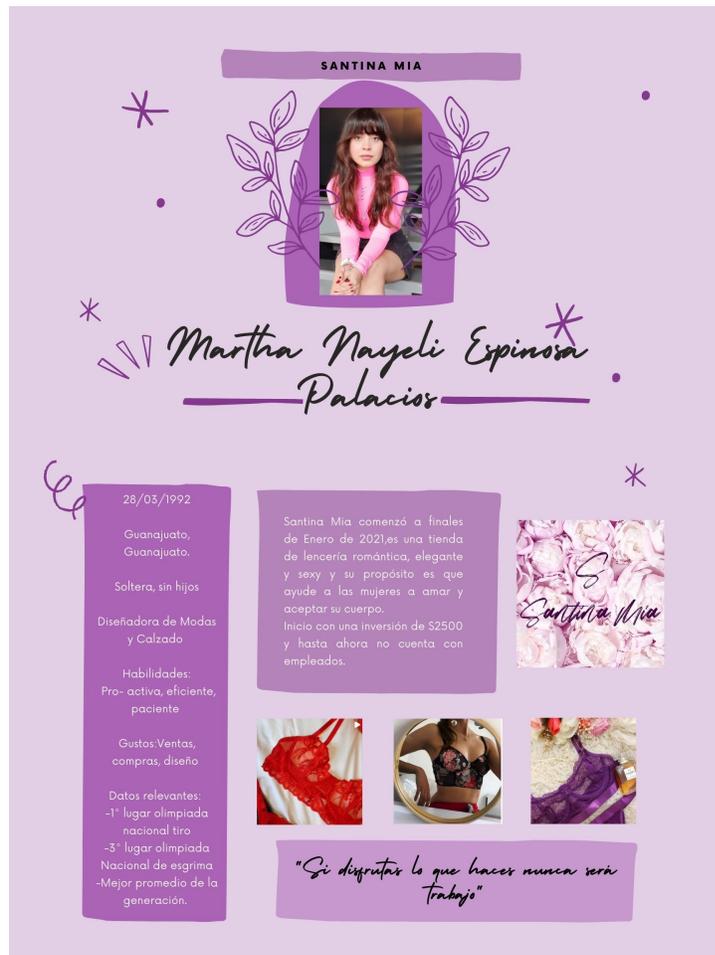


Los medios que utilizan para promocionar su negocio son: 42% redes sociales, 34% recomendaciones, 22% publicidad boca a boca y 2% publicidad impresa.

Recuento de 19.-¿Cuáles son los medios que utiliza para promocionar su negocio?



Se realizaron 16 infografías de mujeres emprendedoras donde se muestran características personales como su estado civil, número de hijos, características, gustos, datos relevantes (cursos, logros, etc.), historia de su emprendimiento, logotipo de su empresa, fotografías de su empresa y una frase que las haya motivado en el trayecto de su negocio.



Ejemplo de Infografía. Elaboración por autores.

Conclusiones

Las mujeres, a raíz de la crisis sanitaria actual, sin contar con un plan de negocios y desconociendo sobre temas de emprendimiento y de publicidad, solo con una mentalidad llena de motivación, han encontrado diversas actividades que les permite emprender y proporcionar productos y servicios para así poder generar un ingreso, compartir su estilo de vida, lograr su superación personal y cubrir tanto necesidades propias como familiares.

A lo largo de su trayecto hacia el emprendimiento se les han presentado diversos retos como lo son: la desigualdad de género, los ingresos lentos que no les permiten cubrir a tiempo sus necesidades, no contar con entregas a domicilio, falta de manejo de las redes sociales o no contar con el apoyo de su familia; esto ha traído consigo múltiples pensamientos negativos como lo son la incertidumbre, cansancio, preocupación, desanimo y presión. Por lo que es necesario motivar actitudes de emprendimiento y brindar a las mujeres herramientas para la creación de negocios planeados, con apoyos tanto moral, económicos y con talleres que les permita reforzar sus conocimientos acerca del manejo de su negocio. Esto las impulsará para poder enfrentarse a un entorno lleno de dificultades con una actitud más motivada, serena, feliz, con mayor seguridad y confianza.

La presente investigación culminó con una serie de productos, que servirán de apoyo a futuras emprendedoras:

- En primer lugar, el presente artículo de investigación,
- Las infografías de las mujeres guanajuatenses emprendedoras entrevistadas:

Conclusiones de infografías

De las mujeres guanajuatenses que se realizaron infografías:

Todas tienen gustos muy diversos como por ejemplo viajar, cocinar, maquillar, deportes y música.

La gran mayoría son solteras y ninguna tiene hijos.

Todas están estudiando la preparatoria o universidad o terminaron ya una carrera.

Se caracterizan por:

- Ser creativas
- Optimistas
- Perseverantes
- Empáticas
- Responsables
- Decididas
- Comprometidas
- Organizadas
- Saber trabajar en equipo
- Saber escuchar



- El taller denominado “Mujeres impulsando su negocio”.

MUJERES IMPULSANDO SU NEGOCIO

MUJERES IMPULSANDO su negocio

El taller denominado “Mujeres impulsando su negocio” da respuesta a inquietudes de las emprendedoras entrevistadas, ya que consideran que es necesario conocer sobre el modelo de negocios, liderazgo, publicidad y equipo de trabajo.

MODELO DE NEGOCIOS

En el taller se opta por explicar y orientar para qué sirve un modelo de negocios y cómo se realiza, ya que el diseño del CANVAS no solo explica cómo funciona una empresa para obtener clientes y ganar dinero, también ayudará a las emprendedoras a mejorar e innovar su negocio explicando cómo se logran los resultados (económicos, financieros, etc.)

LIDERAZGO

El liderazgo a manera de emprendimiento personal se abarca de manera general, explicando tips, características y actividades para que las emprendedoras puedan desarrollar su parte de liderazgo e influir en el personal en su negocio para alcanzar sus metas y objetivos sacando el mejor provecho de los recursos con los que cuenta.

PUBLICIDAD

En el taller se habla de la publicidad, otras maneras de negocio, imagen del negocio con la finalidad de que se conozcan los puntos clave para una publicidad exitosa y una manera de comercio que se adapte a las ideas de cada persona.

EQUIPO DE TRABAJO

Se incluye el equipo de trabajo para que se conozca cómo guiar uno y cómo escoger a los miembros de equipo de una manera que lleve a lograr los objetivos.

Con la elaboración del video, el cual resume de manera breve todo producto presentado anteriormente, acompañado de entrevistas gestionadas por medios digitales, se concluyen cosas muy importantes.



Principalmente, adentrarse en la perspectiva del emprendimiento femenino es un factor que merece más reconocimiento; las entrevistas demuestran que mayoritariamente, las mujeres que iniciaron un negocio durante el confinamiento lo hicieron por el tiempo libre que tenían, el momento que se estaba atravesando fue crucial para dar el paso; sin embargo, también es importante destacar que, en muchos casos, emprender ya estaba dentro de su planes antes de pandemia, y otras cuantas se vieron en la necesidad de innovar por cuestiones económicas.

Al considerar las respuestas obtenidas, se invita al público a reflexionar sobre lo que se cree que es una mujer emprendedora, ya que, a diferencia de los estigmas sociales que se tienen sobre los negocios pequeños donde las cabezas principales son mujeres; este estudio demuestra que detrás de cualquier emprendimiento puede estar una mujer tras el timón, pues no solo ser dueñas es necesario para considerarlo como un emprendimiento de ELLAS, detrás de algunos hay socias, inversoras, diseñadoras y muchas labores más que son claves en un empresa tras las cuales hay una mujer.

Como sociedad, destacar, respetar y darle la atención que merecen los proyectos hechos por y para mujeres es esencial; brindar espacios de diálogo e introspección para las emprendedoras permite que su trabajo cobre la relevancia que merece, y cada día, sumar el trabajo de más mujeres en el área laboral.

Bibliografía/Referencias

- (1) ECOTicias.com. (2015, September 17). Emprendedores: origen, funcionalidad y espíritu empresarial. ECOTicias.com. <https://www.ecoticias.com/tecnologia-verde/166225/Emprendedores-origen-funcionalidad-espiritu-empresarial>
- (2) Estadísticas para las mujeres emprendedoras. (2020, March 5). Blogs Del Banco Mundial. <https://blogs.worldbank.org/es/datos/se-necesitan-estadisticas-sobre-las-mujeres-emprendedoras>
- (3) Revista Caras. (2020, December 8). *Mujeres al mando: 12 empresarias mexicanas que son nuestra inspiración*. Revista Caras. <https://www.caras.com.mx/especiales/mujeres-al-mando-12-empresarias-mexicanas-que-son-nuestra-inspiracion/>
- (4) 15 MUJERES que CAMBIARON el MUNDO de los NEGOCIOS - Mente Diamante. (2020). Menteditamante.com. <https://menteditamante.com/blog/mujeres-cambiaron-mundo-negocios>
- (5) Panorama de las mujeres emprendedoras en México. (2019, March 6). Outhand Consulting. <https://outhand.mx/las-mujeres-emprendedoras-en-mexico/>
- (6) .: A M M J E .: (2021). Ammje.mx. <http://ammje.mx/>
- (7) Hernández, D. (2014, October 11). Mujeres empresarias en México. Milenio.com; Grupo Milenio. <https://www.milenio.com/opinion/maria-doris-herandez-ochoa/columna-maria-doris-herandez-ochoa/mujeres-empresarias-en-mexico>
- (8) Synapbox. (2020, March 8). 4 emprendedoras mexicanas que están conquistando el extranjero. Entrepreneur. <https://www.entrepreneur.com/article/347247>
- (9) Luis Fernando Lozano. (2020, March 3). Sólo 2 de cada 10 emprendedores en México son mujeres • 30 Promesas 2020 • Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/2-de-cada-10-emprendedores-en-mexico-mujeres/>
- (10) A. (2020a). *ODS de la ONU Emprendelo.co*. emprendelo. <https://www.emprendelo.co/ods>
- (11) Talavera, J. (2017, 28 noviembre). *Mujeres emprendedoras, una herramienta para la equidad y disminución de la pobreza*. Entrepreneur. <https://www.entrepreneur.com/article/305215>
- (12) Yenisey Valles. (2020, March 7). 4 emprendedoras mexicanas que inspiran | Experto PYME. Experto PYME. <https://www.expertopyme.com/emprendedoras-mexicanas/>
- (13) (2015). Jamexico.org.mx. <https://www.jamexico.org.mx/emprendedoras>
- (14) Mujeres Moviendo México - Crea - Emprendedoras Sociales. (2018, September 27). Crea - Emprendedoras Sociales. <http://crea.org.mx/mujeres-moviendo-a-mexico/>
- (15) 2019 Novel Coronavirus. (2019). Who.int. <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019>
- (16) Suárez, V., Suarez Quezada, M., Oros Ruiz, S., & Ronquillo De Jesús, E. (2020). Epidemiología de COVID-19 en México: del 27 de febrero al 30 de abril de 2020. *Revista Clínica Española*, 220(8), 463-471. <https://doi.org/10.1016/j.rce.2020.05.007>
- (17) Esquivel, G. (n.d.). Los impactos económicos de la pandemia en México. <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/articulos-y-otras-publicaciones/%7BD442A596-6F43-D1B5-6686-64A2CF2F371B%7D.pdf>
- (18) Forbes Staff. (2020, May 4). *Economía mexicana caerá más de 7% en 2020, prevén analistas en sondeo de Banxico • Economía y finanzas • Forbes México*. Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/economia-mexicana-caera-7-1-en-2020-estiman-analistas-en-sondeo-de-banxico/>
- (19) Emprendimiento Rosa en Guanajuato. (2021). Startupmexico.com. <https://www.startupmexico.com/emprendimiento-rosa-en-guanajuato>