

Desafíos para las mujeres emprendedoras en el estado de Guanajuato

Renata Torres Vargas ¹, Tamara Hernández Lira¹, Omar G Herrera Juárez¹, Jossie Daniela Anaya García¹,
Diana del Consuelo Caldera González (Asesora)^{1,2}

¹Universidad de Guanajuato
dcaldera@ugto.mx²

Resumen

En el mundo, el emprendimiento está cobrando una alta importancia tanto económica como social. En este sentido, resulta fundamental el análisis e identificación de los principales retos y problemáticas a los que se están enfrentando hoy en día, las y los emprendedores. En México existe una brecha de género en el emprendimiento, por lo cual el objetivo de este proyecto es identificar los principales desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras, específicamente en el estado de Guanajuato. La investigación es de tipo cuantitativa, de alcance descriptivo y diseño transversal. Se aplicó una encuesta en línea a una muestra incidental de 182 mujeres emprendedoras en el estado de Guanajuato. Los resultados muestran que dentro los principales desafíos a los que se enfrentan las mujeres emprendedoras del Estado de Guanajuato son a) equilibrio entre el trabajo y la familia, b) falta de empleo o fuente de ingresos, c) estigmas culturales en la sociedad, d) poca accesibilidad al financiamiento, d) capacitación constante, e) inseguridad (violencia y delincuencia).

Palabras clave: emprendimiento, mujeres, desafíos, Guanajuato.

Introducción

Para Timmons *et al.* (2004, citado por Hidalgo, 2015, p.2):

El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. Requiere una visión y la pasión y el compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados.

El emprendimiento encabezado por mujeres en México es un fenómeno que cada vez cobra mayor importancia; las estadísticas demuestran que las mujeres emprendedoras son propietarias del 36.6% de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) (INEGI, 2021).

Desafortunadamente, a pesar del avance que se ha tenido en temas de igualdad de género, es una realidad, que para las mujeres sigue siendo un reto lograr su inserción dentro del mercado laboral y el generar ingresos propios debido a la adjudicación directa y exclusiva de las responsabilidades y tareas del trabajo doméstico no remunerado, además de la sobrecarga de trabajo que este implica. De esta manera, se vuelve innegable que las mujeres se enfrentan a una serie de desventajas para poder ser incorporarse a las actividades económicas.

En un sentido social e histórico, "las mujeres tienen menor acceso al dinero y a otros recursos productivos [...]". "A su vez, disponen menos de su propio tiempo por dedicarse al cuidado y el bienestar cotidiano de los miembros de sus familias" (CEPAL, 2016, p.39). Asimismo, se desenvuelven dentro de trabajos relacionados con el comercio y servicios (cuidados, alojamiento, cocina, estética), de manera que incluso cuando logran incursionar dentro del mercado laboral se les sigue vinculando a su rol de género y esto repercute sobre sus expectativas profesionales, lo cual deja como resultado que las mujeres laboren mayormente en el sector de los servicios y de manera subordinada (Paz y Espinosa, 2019).

Por lo anterior, el objetivo de este proyecto es identificar los principales desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras a través de una investigación cuantitativa y la aplicación de una encuesta a mujeres emprendedoras en el estado de Guanajuato.

El trabajo se encuentra estructurado en tres apartados. En el primero se exponen algunas cuestiones teóricas acerca del emprendimiento en general y del emprendimiento de mujeres en particular; en el segundo se describe la metodología y se muestran los principales resultados, y finalmente en el último apartado se exponen las conclusiones generales de la investigación.

Emprendimiento y género

El emprendimiento sin duda alguna es un elemento que permite desarrollar a las economías emergentes y encauzar a la prosperidad a quienes se ven afectados por el ejercicio de esta actividad.

El emprendimiento permite a la persona a partir de una idea propia y de la detección de una oportunidad, inspirarse con pasión, echar a andar la idea, crear algo y obtener ciertos beneficios, por ejemplo, autonomía, ingresos, satisfacción, y mejora de su calidad de vida.

Es evidente que el basto abanico de características positivas resulta muy atrayente dentro del supuesto de una limpia ejecución de la aplicación del proyecto de emprendimiento. Sin embargo, los emprendedores de éxito prosperan cuando el entorno económico e institucional es favorable e impulsa los rendimientos de la innovación (Lederman *et al.*, 2014). Por lo cual, es evidente que las condiciones del entorno también influyen en el emprendimiento. Para este caso, se desprenden dos tipologías utilizadas para describir a las personas emprendedoras: las que encaran un negocio por vocación y las que lo hacen por necesidad (Heller 2010), además de lo anterior, hay una serie de factores que Allen *et al.* (2008) cataloga como “disposicionales”, y estos están relacionados con la condición social en la que se encuentran, el medio en el que viven y lazos afectivos y sociales que también condicionan a la persona en la toma de decisiones para iniciar un emprendimiento.

Aunado a lo anterior y en específico, hablar de las mujeres en el emprendimiento, supone una carga extra de factores que generalmente son motivacionales, donde predomina el emprendimiento por necesidad y no por oportunidad o vocación. Además, diversas investigaciones resaltan el hecho de que las mujeres son expuestas a obstáculos en distintas etapas de la creación de su negocio (Elizundia, 2014; Briseño *et al.*, 2016; Pinzón *et al.*, 2014).

Heller (2010) señala que “por tradición y cultura, el mundo empresarial y de las decisiones económicas, es un mundo masculino” (p. 14), por lo cual existen desafíos de índole cultural a las cuales las mujeres deben enfrentarse cuando deciden iniciar un negocio. Por tanto, la perspectiva de género es una de las maneras en que se pueden evidenciar las desigualdades que persisten en la mayoría de las sociedades y por supuesto, en el mercado laboral.

A las desigualdades mencionadas anteriormente, se suma el paradigma de la división de roles de género, pues, si bien es cierto que la mujer mantiene una constante lucha por lograr constituir una idea más equitativa e igualitaria en la sociedad, aún permanece el hecho de que la mujer equilibre el ámbito profesional o laboral con el familiar, cuestión que difícilmente el sector empresarial puede conceder. Esta y muchas otras causas impulsan a las mujeres a tomar la decisión de emprender.

Ahora bien, si la mujer logra emprender, ahora se enfrenta a otras problemáticas para desarrollar su negocio, las cuales se relacionan con su nivel educativo y la falta de experiencia. Fischer *et al.*, (1993) afirman que las empresas lideradas por mujeres presentan resultados precarios, esto debido a la discriminación hacia las mujeres y a otro factor: el nivel educativo y la experiencia.

Por su parte, Gottschalk y Niefert (2011) comprobaron que la carencia de acceso a la educación, de experiencia en negocios y de financiamiento que sufren las mujeres, es una situación que las pone en desventaja a la hora de emprender. De manera similar, Espino (2005) considera que de igual manera, por la falta de experiencia, las mayoría de las mujeres empresarias se colocan en el sector terciario (servicios de distribución, consumo y comercio minorista), los cuales comúnmente son percibidos como poco importantes para el desarrollo económico; sin embargo, las mujeres invierten en estos sectores porque para iniciar existen menores exigencias o un capital de inversión e infraestructura menor en comparación con otros sectores (industrial, agropecuario o construcción).

No obstante que la perspectiva de género ha tenido mayor visibilidad en la sociedad en comparación con años atrás, aún existen barreras para aquellas mujeres que desean emprender.

De acuerdo con el Informe de Trabajo doméstico y de cuidados no remunerado (ONU Mujeres, 2015), las mujeres dedican 59 horas a la semana al trabajo de cuidados y doméstico, tres veces más que los hombres que dedican 22 horas promedio y, en cuanto a las actividades domésticas, las mujeres dedican en promedio 29.8 horas a la semana, frente a las 9.7 horas dedicadas por los hombres. Tristemente una brecha

significativa, ya que algunas mujeres dedican gran parte de su tiempo a un trabajo que no tiene garantía de un sueldo, prestaciones, pensiones, un ingreso hacia su persona, etc.

Ahora bien, a partir de la pandemia, estas cifras crecieron, debido a la necesidad del trabajo de cuidados de enfermos, familiares y dependientes; aunado a la pérdida de empleo y al cierre de negocios por el confinamiento, muchas mujeres encontraron en el comercio electrónico una alternativa para emprender, no obstante, este emprendimiento es la mayoría de las veces informal y subterráneo, lo cual impide su crecimiento y desarrollo.

Un 43% de las mujeres emprendedoras en México inicia un negocio con el objetivo de hacer dinero (Chávez *et al.*, 2021), ya que algunas mujeres desempeñan el rol de jefas de familia, algunas otras potencializan sus ingresos apoyándose del emprendimiento además de su trabajo principal, otras renuncian para dedicar mayor tiempo a sus negocios y demás escenarios. Sin embargo, en la mayoría de los casos sufren los mismos efectos de la brecha salarial que la población de mujeres ocupadas, pero, las emprendedoras en el sector formal ganan 2.5 veces más que las ocupadas de manera informal.

Las mujeres emprenden por generar un empleo propio, para incrementar su autonomía económica, para aportar ingresos al hogar, y para autorrealizarse; sin embargo, muchas veces estas mujeres emprendedoras dedican a su negocio una jornada laboral exhaustiva aunada a la jornada de trabajo no remunerado que dedican a sus hogares, lo cual les impacta a nivel psicosocial a causa de una sobrecarga de trabajo, cuestión que es un gran desafío para ellas.

De acuerdo con lo anteriormente enunciado, la creación y sostenimiento de emprendimientos de mujeres, se caracteriza por los siguientes factores:

- **Financieros:** Las empresas de mujeres, comienzan con menor capital, por tanto, limita su dimensión y capacidad para servir en el mercado (Pineda, 2014). Además, las mujeres muchas veces no son sujetos de crédito o financiamiento, ya que no tienen solvencia o experiencia en negocios (OCDE, 2012; (Chávez *et al.*, 2021).
- **Humanos:** Las mujeres utilizan un capital humano menos experto y capacitado (Camarena y Saavedra 2016), además contratan menos personas (Chávez *et al.*, 2021).
- **Sociales:** Las mujeres cuentan con menos movilidad y experiencia, además de que son excluidas de los círculos sociales y empresariales (Rodríguez *et al.*, 2011; Piacentini, 2013; Bilbao metrópoli 30, 2016).
- **Culturales:** La percepción cultural y los estereotipos que se tienen sobre las mujeres ponen en duda su capacidad de para administrar negocios (Steele, 1997; Clancy, 2007).
- **Doble jornada:** Las mujeres destinan más horas al trabajo doméstico y de cuidados, tiempo que deja de invertir en su negocio (Chávez *et al.*, 2021; Clancy, 2007).

Ahora bien, dados los anteriores factores, se presenta una problemática adicional que atañe a los emprendimientos de mujeres: la informalidad.

Como se puede observar, las mujeres están inmersas en un círculo vicioso generado por factores financieros, humanos, sociales y culturales que, en conjunto, frenan e imposibilitan la capacidad de que las mujeres puedan potenciar sus empresas o negocios.

Metodología y Resultados

La investigación es de tipo cuantitativa, de alcance descriptivo y diseño no experimental. La muestra fue no probabilística incidental y está conformada por mujeres que encabezan un emprendimiento dentro del Estado de Guanajuato. El instrumento de investigación fue una encuesta *on-line* de 20 ítems y con escala Likert de 5 niveles, aplicada a través de la plataforma Microsoft Forms.

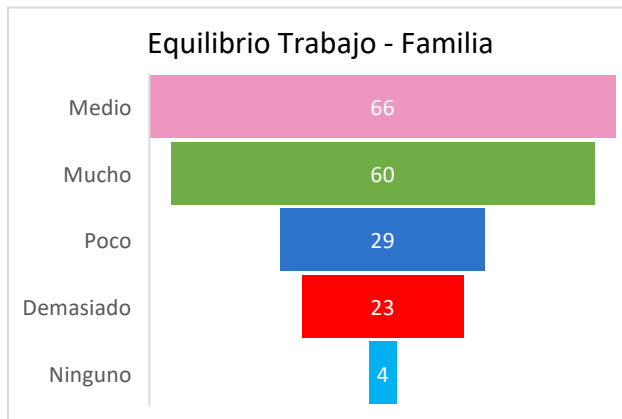
Dentro de la encuesta se registraron un total de 182 respuestas, donde hubo una tendencia de participación predominante de las mujeres que se encuentran en el rango de edad de 46 a 55 años y 26 a 35 años representando el 25.27% y 24.72% respectivamente. En cuanto a la escolaridad de las mujeres encuestadas encontramos que el 38.46% había cursado el Nivel Medio Superior, es decir, contaba con una Licenciatura o Ingeniería. Finalmente, existió una mayor participación de mujeres que actualmente están casadas (47.25%) seguidas de quienes son solteras (30.2%). Los tres principales sectores de actividad económica donde se desarrollan los negocios de las mujeres participantes en la investigación son: Comercio (51.64%), Servicios (31.86%) y Otros (9.34%). Asimismo, la mayoría de sus negocios operan dentro del sector formal (58.8%) mientras que solo el 41.2 se encuentra en la informalidad. En relación el número de empleados con los que

cuentan sus emprendimientos resultó que la mayoría cuenta con menos de 10 empleados (53.8%). Los municipios en los cuales operan los emprendimientos de las mujeres son León, Guanajuato, Silao e Irapuato.com

Respecto a los desafíos que se detectaron en la investigación, tenemos el Equilibrio entre el trabajo y familia, donde la mayor concentración de respuestas se inclinó a la opción que indica que hay un Equilibrio Medio (36.26 %), seguido de Mucho (32.97 %). Por otro lado, se encuentra la Falta de empleo o fuente de ingresos como motivación para emprender, donde las repuestas predominantes de nuestras encuestadas se clasificó de la siguiente manera: La opción mayormente seleccionada fue Medio (29.68%), seguida de las opciones Mucho (20.88%) y Poco (20.88%) con el mismo porcentaje.

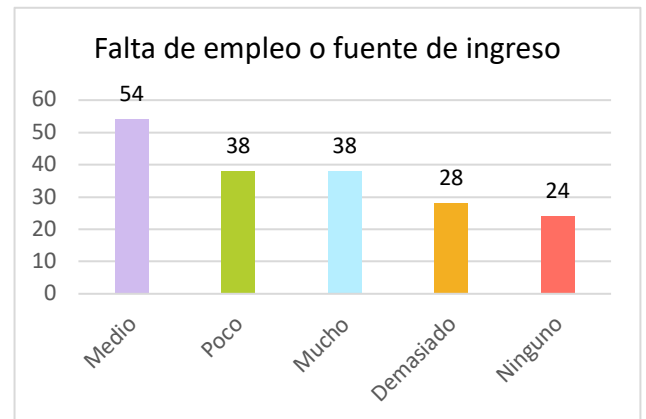
Gráfica 1.

Equilibrio Trabajo y familia



Gráfica 2.

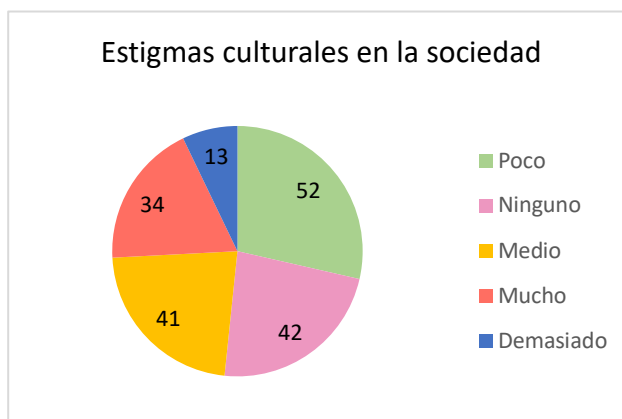
Falta de empleo o fuente de ingreso



Los Estigmas culturales en la sociedad son considerados un reto para las emprendedoras, sin embargo, fue interesante darse cuenta de que, la inclinación a sus respuestas se encabezó por la opción Poco (28.57%), seguido de Ninguno (23.08%). Uno más de los desafíos encontrados en los resultados de la investigación, es la poca accesibilidad al financiamiento para las mujeres, por lo que en sus respuestas podemos observar que la mayoría de ellas seleccionaron la opción que representa que hay carencia de accesibilidad a él, encabezando Poco (28.57%) el mayor número de resultados, seguido de Mucho (21.99%).

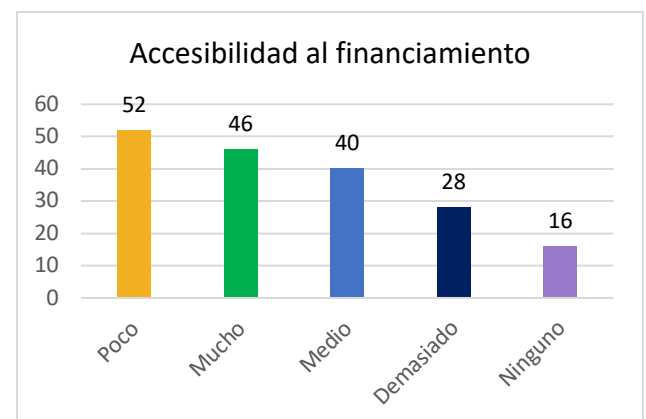
Gráfica 3.

Estigmas culturales de la sociedad



Gráfica 4.

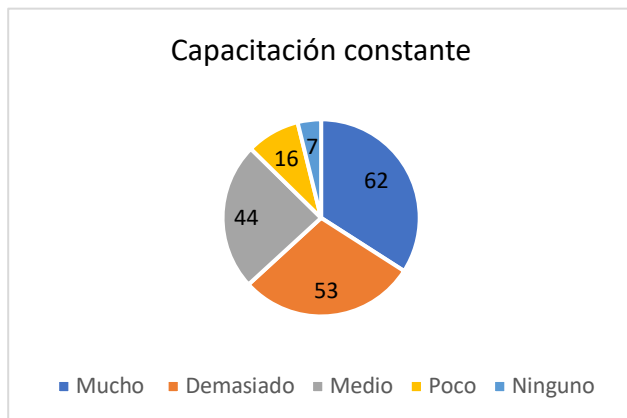
Accesibilidad a financiamiento



Como desafío también tenemos a la Capacitación constante, pero en menor grado, ya que las mujeres encuestadas manifiestan que sí suelen llevarla a cabo; la opción que tuvo más resultados fue Mucho (34.06%) y Demasiado (29.12%) respectivamente. Como último reto, tenemos el de la Inseguridad (violencia y delincuencia), donde tristemente la mayoría de las mujeres seleccionó la opción Mucho (26.92%), seguido de la opción Demasiado (22.53%).

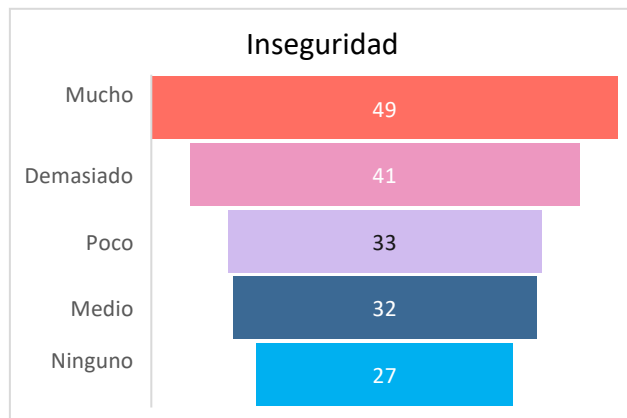
Gráfica 5.

Capacitación constante



Gráfica 6.

Inseguridad



Como es posible observar, los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a emprendedoras del estado de Guanajuato coinciden con otras investigaciones, en especial lo referente a los datos sociodemográficos (edad y escolaridad); el tipo de negocios (formalidad-informalidad); la motivación para emprender (necesidad-oportunidad); y también respecto a los desafíos (conciliación trabajo-familia, estigmas culturales y falta de financiamiento).

Conclusiones

La evidencia muestra lo importante que resulta identificar y analizar cuáles son los desafíos actuales a los que hacen frente las mujeres que deciden emprender un negocio dentro del Estado de Guanajuato, con la intención de que sea posible, el oportuno diseño de herramientas y condiciones que permitan un desarrollo óptimo de sus emprendimientos, al tiempo que se contribuye a la conformación de sociedades cada vez más inclusivas.

En México las mujeres se siguen enfrentando a barreras significativas para poder incursionar dentro del mercado laboral, lo cual, en gran parte, se debe a los estereotipos y roles de género que la sociedad continúa imponiendo. Desafortunadamente, con este tipo de acciones se perpetúan barreras como lo son: la brecha salarial, el techo de cristal, la falta de equilibrio entre las tareas domésticas y/o de cuidado con las responsabilidades laborales, aunado a que esto mismo merma las expectativas profesionales de las mujeres; y en su conjunto se daña a la sociedad

Tras finalizar esta investigación, detectamos que, al menos dentro de la población encuestada, los principales desafíos a los que se enfrentan las mujeres son: dificultad para crear un equilibrio entre el trabajo y su familia; falta de empleo o fuente de ingresos; estigmas culturales impuestos por la sociedad sobre las mujeres; poca accesibilidad a fuentes de financiamiento; capacitación constante e inseguridad (violencia y delincuencia) dentro del Estado.

Actualmente, el tema del emprendimiento cobra cada vez mayor importancia dentro de nuestro país, es por ello, que resulta una necesidad inmediata seguir realizando investigaciones con perspectiva de género para que así exista más información sobre dicho fenómeno y las circunstancias que impiden o limitan su desarrollo.

Referencias

- Allen, I. E., Langowitz, N., & Minniti, M. (2008). Report On women and entrepreneurship. Global Entrepreneurship Monitor (GEM).
- Bilbao Metropoli 30. (2016). Emprendimiento con perspectiva de género. Buenas prácticas. Bilbao: Cámara de Comercio de Bilbao.
- Briseño, G. O., Briseño, G. A., y López, L. A. (2016). Academia. Revista Latinoamericana de Administración, CLADEA, 2007-38: 1-8. El emprendimiento femenino: un estudio multicaso de factores críticos en el noreste de México. *Innovaciones de Negocios*, 13(25), 023-046.
- Camarena Adame, M. E., y Saavedra García, M. L. (2016). Un estudio de las PYME lideradas por mujeres en Latinoamérica. *Revista Universitaria Ruta*, 18(1), 1-27. <https://revistas.userena.cl/index.php/ruta/article/view/789>
- Camarena Adame, M.E. & Saavedra García, M.L. (2018). El techo de Cristal en México. *Revista de Estudios de Género, La ventana*, 5, 6- 36.
- Chávez, I., Clark, C., Masse F., Torres L.M. y McGrath, C. (2021). *La puerta de la formalidad: una oportunidad para el emprendimiento femenino*. Instituto Mexicano para la Competitividad A.C.
- Clancy, S. (2007). Por qué no hay más mujeres en la cima de la escala corporativa: ¿debido a estereotipos, a diferencias biológicas o a escogencias personales? *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 38, 1-8. <https://www.redalyc.org/pdf/716/71603802.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2016). *Autonomía de las mujeres e igualdad en la agenda de desarrollo sostenible*. CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40633/S1601248_es.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Elizundia, C. M. (2014). Factores personales y sociales que influyen en el emprendimiento en México. *Revista Administración y finanzas*, 1 (1), 1-15. https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Administracion_y_Finanzas/Administraci%c3%b3n-&--Finanzas-8-22.pdf
- Espino, A. (2005). *Un marco de análisis para el fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de género*. CEPAL.
- Fischer, E. M., Reuber, A. R. & Dyke, L. S. (1993). A theoretical overview and extension of research on sex, gender, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8, 151- 168.
- Gottschalk, S., y Niefert, M. (2011). *Gender differences in business success of German start-up firms*. ZEW Centre for European Economic Research Discussion Paper, 11-19.
- Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. Consultora de la División de Asuntos de Género de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/5818/S0900676_es.pdf
- Hidalgo, L. (2015). La cultura del emprendimiento y su formación. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 3(2), 1-8. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552357189003>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2021). Estadísticas a propósito del día internacional de la mujer (8 de marzo). https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/mujer2021_Nal.pdf
- Lederman, D. y Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). El emprendimiento en América Latina. Banco Mundial.
- Liquidano, R. M., Carlos, O. C., Silva, O. M., y González, A. Y. (2014). Desafíos de la mujer empresaria y su relación con factores culturales familiares. *Revista Global de Negocios*, 2(2), 1-12.
- Organization for Economic Co-operation and Development [OECD] (2012). *Closing the gender gap. Act Now*. European Union.
- ONU Mujeres. (2015). *Trabajo doméstico y de cuidados no remunerado*. ONU Mujeres.
- Palacios, P.D., Saavedra, M.L., y Cortés, M. L. (2020). Estudio comparativo de rendimientos empresariales de hombres y mujeres en México: una aproximación empírica. *Revista Finanzas y Política Económica*, 12, 431- 459.

- Paredes Hernández, S. P., Castillo Leal, M., & Saavedra García, M. L. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, 10(23), 158–167. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2019.v10.n23.a8>
- Paz, Y. y Espinosa, M. (2019). Emprendimiento femenino en México: Factores relevantes para su creación y permanencia. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, 20 (2), 116 – 137. <https://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/article/view/4972/5756>
- Piacentini, M. (2013). Women Entrepreneurs in the OECD: Key Evidence and Policy Challenges. *OECD Social, Employment and Migration Working Papers*, (147). <https://doi.org/10.1787/5k43bvtkmb8v-en>.
- Pineda, J. A. (2014). Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá. *Sociedad y economía*, (26), 239-272. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99630967007>
- Rodríguez, P., Fuentes, M., y Lázaro, A. (2011). Estrategia de construcción de una ventaja competitiva en las empresas de mujeres. *Ide@s CONCYTEG*, 6(78), 1456-1470. https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/estrategia_de_construcion.pdf
- Saavedra, M.L. y Camarena, M.E (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio Libre*, 13,129-152.
- Steele, C. M. (1997). A threat in the air: How stereotypes shape intellectual identity and performance. *American Psychologist*, 52(6), 613-631. <https://psycnet.apa.org/record/1997-04591-001>