

Emprendedurismo Femenino: Un estudio multi-caso de factores que influyen en la Intención Emprendedora

Liz Magdalena Encina Ayala
lizencinaayala@gmail.com
Universidad Nacional de Pilar
Pilar - Paraguay

Gabriela López Méndez
gabbylop43@gmail.com
Universidad Nacional de Pilar
Pilar - Paraguay

RESUMEN

El enfoque de género referido al empoderamiento económico resulta de gran interés a nivel regional. En la ciudad de Pilar, Paraguay se observa la presencia de mujeres creadoras y propietarias de empresas del rubro gastronómico, consideradas como referencias en el ramo por su éxito empresarial; situación que a priori indica la capacidad emprendedora, el liderazgo y la presencia de factores culturales y familiares que permitieron a estas mujeres superar las barreras que impone la cultura patriarcal. El objetivo de este estudio es analizar los factores que contribuyen al liderazgo empresarial femenino en el rubro gastronómico a través de un estudio cualitativo, de tipo descriptivo, de casos múltiples, con una muestra intencionada de 6 mujeres propietarias de empresas; que cuentan con un mínimo de cinco años en el mercado local. Toma como categoría de análisis el perfil de la emprendedora, sus motivaciones y las dificultades que atravesaron en el proceso de creación de la empresa; igualmente se utilizó la entrevista a profundidad como estrategia de recolección de datos, apoyada por una guía semiestructurada. El principal hallazgo de este estudio fue que las propietarias se lanzaron al mercado motivadas por una oportunidad visualizada en el rubro; pero limitadas en ciertos casos por la falta de una educación financiera, de acceso a créditos, redes de contactos y programas y políticas de ayuda a emprendedores.

Palabras clave: emprendedurismo femenino; empoderamiento de la mujer; proceso de creación de empresas; perfil emprendedor.

Female Entrepreneurship: A Multi-Case Study of Factors Influencing Entrepreneurial Intention

ABSTRACT

The gender approach to economic empowerment is of great interest at the regional level. In the city of Pilar - Paraguay, the presence of women creators and owners of companies in the gastronomic sector is observed, considered as references in the field due to their business success; A situation that a priori indicates the entrepreneurial capacity, leadership and the presence of cultural and family factors that allowed these women to overcome the barriers imposed by the patriarchal culture. The objective of this study is to analyze the factors that contribute to female business leadership in the gastronomic sector through a qualitative, descriptive study of multiple cases, with an intentional sample of 6 women business owners; that have a minimum of five years in the local market. It takes as an analysis category the profile of the entrepreneur, her motivations and the difficulties she went through in the process of creating the company; Likewise, the in-depth interview was used as a data collection strategy, supported by a semi-structured guide. The main finding of this study was that the owners entered the market motivated by an opportunity seen in the field; but limited in certain cases by the lack of financial education, access to credit, contact networks and programs and politics to help entrepreneurs.

Keywords: female entrepreneurship; empowerment of women; business creation process; entrepreneurial profile

Artículo recibido: 15 marzo 2021

Aceptado para publicación: 19 abril 2021

Correspondencia: lizencinaayala@gmail.com

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

1. INTRODUCCIÓN

La construcción del camino al empoderamiento femenino tiene como cimientos los innumerables emprendimientos en los cuales se han demostrado fehacientemente la capacidad de la mujer de realizar varias cosas a la vez, dado su papel reproductivo y productivo en su máxima expresión. Como todo inicio de creación, como lo es en este caso emprender un negocio, surge de ciertas motivaciones que llevan a estas mujeres a tomar la decisión firme de lanzarse a conquistar el éxito en el mundo empresarial, capeando las dificultades que implica el proceso de creación.

En esa misma línea, Rábago, D'Annunzio y Monserrat (2014), mencionan que poseer un mayor conocimiento sobre estas mujeres, sus características personales y actitudinales, atributos y habilidades empresariales y el tipo de empresas que poseen, representa un primer paso para tratar de abordar de un mejor modo, sus necesidades e inquietudes.

Avolio y Di Laura (2017) plantean que la actividad emprendedora supone personas capaces de identificar oportunidades y dispuestas a asumir más riesgos que las demás, por ello es muy importante analizar las motivaciones y los estímulos que las llevan al emprendimiento. Tradicionalmente estas motivaciones se han caracterizado conforme al modelo de vocación o necesidad económica.

Para Kautonen y Palmroos (2010), el emprendimiento por oportunidad refleja los esfuerzos del proceso de arranque “para aprovechar una oportunidad de negocio”, por el contrario, para Reynolds et al., (2001), el emprendimiento por necesidad se forma cuando “no hay otras alternativas que resulten ser mejores para trabajar”. Mientras que los emprendedores pull van tras una oportunidad de negocio para el interés personal, frecuentemente cuando todavía tienen un trabajo con salario y estabilidad, para las personas que emprenden por necesidad, el espíritu emprendedor suele ser el mejor, pero no necesariamente la ocupación favorita (como se citó en Terán y Guerrero, 2019).

Del mismo modo, Garzozzi, Jaramillo y Garzozzi (2018) definen al emprendimiento por necesidad como situaciones críticas que estimulan la generación de ideas. Muchas personas se deciden a emprender cuando viven situaciones extremas para ellas, por ejemplo, el desempleo. Es una postura reactiva ante una situación de necesidad. Igualmente los mismos refieren otras dos motivaciones denominadas; por vocación: cuando hay personas que tienen espíritu de emprendedoras y por lo tanto una postura proactiva para la generación de ideas. También, por iniciativa: sucede cuando hay

personas que emprenden por satisfacción personal. Al igual que la anterior es una postura proactiva, ya que el emprendedor siente satisfacción al generar ideas y ponerlas a funcionar.

Sumando a lo anterior, Ramírez, Casado y López (2017), expresan que la necesidad de independencia es una de las características que más sobresale de la personalidad de las mujeres empresarias y hace referencia al deseo de tener autonomía y tomar sus propias decisiones.

Por otra parte, Alvarez, Noguera y Urbano (2012) mencionan que la actividad emprendedora se ve influenciadas por diversos factores del entorno, que se clasifican en factores formales (financiación, políticas de apoyo no económicas, formación) e informales (percepción de las habilidades emprendedoras, redes sociales, rol familiar).

La financiación corresponde a un factor formal que preocupa, Abanades (2016) afirma que la falta de financiación es una de las barreras con más peso que todo emprendedor se encuentra durante todo el procedimiento empresarial; sobre todo en el proceso de construcción de la empresa y más concretamente en la actividad femenina debido a la falta de un historial como los escasos activos tangibles propios consolidados.

En cuanto a las políticas de apoyo no económicas, Kantis (2003), describe a los gobiernos como potenciales estimuladores del espíritu emprendedor debido a la capacidad de movilizar actores e instituciones, gestionar recursos y crear ambientes propicios para promover el surgimiento de nuevos emprendimientos (como se citó en Moreno, 2019). En Paraguay existe una serie de iniciativas gubernamentales o privadas encargadas de promover la actividad empresarial femenina en el país como son la Asociación Paraguaya de Empresarias, Ejecutivas y Profesionales (APEP) que consiste en una asociación de mujeres empresarias, ejecutivas y emprendedoras que buscan el desarrollo empresarial de las mujeres paraguayas; el Ministerio de la Mujer que es una dependencias encargados de promover la equidad de género y el empleo femenino. De igual forma, Rao (2005) menciona que las organizaciones y redes de mujeres han ganado un lugar importante en lo relativo a brindar apoyo, sustento y empoderamiento a muchas mujeres, brindando capacitación, asesoramiento y acercamiento al mundo productivo (como se citó en Heller, 2010).

En cuanto a factores como la formación, Moreno (2019) menciona que varias investigaciones han demostrado que los sujetos con mayor grado educacional están más

dispuestos a emprender. Sebrae (2014) agrega que la educación permite a los futuros empresarios hacer un mejor uso de las oportunidades y un mayor impacto en la generación de empleo e ingresos.

En el estudio de Álvarez, Noguera y Urbano (2012) se habla que en referencia a los factores informales, la literatura destaca la importancia de la percepción de las habilidades de las mujeres emprendedoras, tanto desde una perspectiva general de la sociedad (en qué medida la sociedad percibe que las mujeres son capaces de crear empresas), como desde el punto de vista de la misma mujer emprendedora (en qué medida se auto-percibe capaz de crear una empresa, también denominado auto-eficacia percibida—).

Otro factor es la existencia de redes sociales (amigos, familia), institucionales (asociaciones empresarias, instituciones de conocimiento superior, agencias de desarrollo, etc.) y comerciales (proveedores, clientes) que pueden impulsar el proceso de emprendimiento, por ejemplo, facilitando el acceso a los recursos necesarios para emprender, al apoyo para resolver problemas y a la información sobre oportunidades. Según Johannisson y Monsted (1997) la relevancia que posee este factor para el desarrollo emprendedor es reconocida en diversas investigaciones que destacan su papel en las diferentes fases del proceso emprendedor (como se citó en Kantis et al., 2003)

Langowitz y Minniti (2007) observan en sus estudios que en sociedades donde el rol femenino está muy sujeto a las responsabilidades familiares, la actividad emprendedora se visualiza como menos deseable. Así mismo, William (2004) analiza la relación entre el éxito en el proceso de creación de la empresa y el tiempo destinado a los hijos, concluyendo que la preocupación y dedicación a los hijos, reduce la duración y éxito de las empresas; aspecto que incide en la necesidad de políticas de conciliación laboral y familiar (como se citó en Álvarez et al., 2012).

En la ciudad de Pilar, Paraguay se observa cada vez más que las mujeres son protagonistas en rubros de emprendedurismo. Las mismas asumen la responsabilidad de llevar adelante un negocio con el propósito de mejorar sus ingresos, adquirir independencia o crecer tanto personal como profesionalmente, adentrándose al mercado local a competir con los ya constituidos actualmente. Sin embargo, cabe destacar, que las mismas atraviesan ciertas dificultades al momento de la creación por no poseer los conocimientos necesarios para cumplir con los pasos correspondientes en esta etapa.

De esta manera el trabajo de investigación tuvo como propósito conocer y valorar los factores que influyeron en la determinación de estas mujeres a emprender; es decir, la iniciativa emprendedora de la mujer durante el proceso de creación de empresas.

2. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS O MATERIALES Y MÉTODOS

Investigación Cualitativa, descriptiva, transversal de diseño de caso múltiple (Yin, 2004), con muestra intencionada de 6 (seis) mujeres creadoras y propietarias de empresas del rubro gastronómico, cuyas empresas o unidades productivas se encuentran operando en la ciudad de Pilar, Paraguay desde aproximadamente 5 (cinco) años atrás y quienes aceptan otorgando consentimiento informado para participar del estudio.

La elección metodológica se fundamenta en lo que plantea Pérez (1994), que los estudios de casos constituyen una descripción intensiva, holística y un análisis de una entidad singular, un fenómeno o unidad social. Los estudios de casos son particularistas, descriptivos y heurísticos y se basan en el razonamiento inductivo al manejar múltiples fuentes de datos. Suele hacerse hincapié en el proceso descriptivo y holístico que caracteriza esta metodología, dirigiéndose a la comprensión holística de un sistema cultural en acción (como citó en Álvarez y San Fabián, 2012).

Se toma como modelo la propuesta de Montero y León (2002), la cual se estructura en cinco fases: 1° La selección y definición del caso; 2° Elaboración de una lista de preguntas; 3° La localización de las fuentes de datos; 4° El análisis e interpretación; y 5° La elaboración del informe.

Las preguntas se organizaron en tres categorías temáticas: 1. Se analizó el perfil de las mujeres; 2. Las preguntas cubrieron varios aspectos relacionados con las motivaciones para iniciar y administrar el negocio; y el 3. Cubrió los desafíos que enfrentan las mujeres para emprender.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este punto se exponen los resultados que se obtuvieron mediante las entrevistas llevadas a cabo, tomando el modelo de Briseño, Briseño y López (2016) en su estudio “El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México”, el mismo se presenta a partir de dos etapas, primeramente con un análisis individual que permitirá el conocimiento de las características particulares de cada caso; y seguidamente se procede a un análisis comparativo de los mismos, con la finalidad de

identificar similitudes o diferencias en el perfil, las motivaciones y dificultades que influyen en la intención emprendedora.

Caso N° 1

Perfil: mujer microempresaria de 50 años, casada con cuatro hijos, egresada de una carrera universitaria con el título de Licenciatura en Administración de Empresas y un Posgrado en Marketing. Ha incursionado aproximadamente hace veintitrés años en la actividad empresarial, teniendo como figura emprendedora a su madre, quien se dedica a la venta de leche, queso y carne vacuna; la misma tiene como lema de vida “la mujer nunca debe depender del hombre”. Se introdujo hace quince años en el sector gastronómico, financiando su emprendimiento con recursos propios a través de un crédito otorgado por la FOGAPI. La empresa cuenta con áreas de rotisería, panadería y confitería; las actividades que realiza en el negocio se basan en la elaboración y oferta de una variedad de platos, servicios de catering, y venta al por menor y mayor de productos panificados. El local está ubicado en el centro de la ciudad y es local propio de la emprendedora. Tiene a su cargo 23 dependientes, incluyendo familia y empleados (mayormente mujeres). La misma expone que en sus inicios no contaba con conocimiento previo del rubro gastronómico, pero si tenía conocimiento referente al ámbito administrativo y contable; puesto que en ese tiempo cursaba el tercer año de la carrera de Administración de Empresas, lo que le permitió comprender los procesos administrativos y financieros que conllevaba el negocio.

Motivación: la entrevistada se considera pionera en el rubro gastronómico. Menciona que anteriormente trabajaba como administradora en la empresa de su familia, en la cual constantemente los clientes le pedían recomendaciones de locales gastronómicos, fue ahí donde visualizó una oportunidad de negocio debido a que en esos tiempos era un rubro poco explotado. Considera que la empresa le ha brindado independencia económica.

Dificultades: manifiesta que tuvo limitaciones en las relaciones con proveedores y clientes, pues considera que por su condición de mujer no la tomaban en serio; por consiguiente tuvo que delegar en su esposo las negociaciones con terceros (en los primeros años del negocio). Igualmente acota que surgieron dificultades para encontrar los contactos necesarios para iniciar su empresa y darlo a conocer; y sobre todo enfatiza los escasos programas de apoyo y estímulo a la actividad emprendedora por parte de instituciones gubernamentales.

Caso N° 2

Perfil: mujer microempresaria de treinta años de edad, soltera con un hijo, egresada de la carrera universitaria de Licenciatura en Análisis de Sistemas. Se ha introducido aproximadamente hace once años en el mundo empresarial con tan sólo diecinueve años. El negocio se torna al sector gastronómico. Las actividades que realiza en el negocio se basan en la elaboración y oferta de una variedad de platos, servicio brindado en un local propio; además cuenta con servicio delivery para enviar sus productos en el lugar de consumo final. El número de dependientes que tiene incluyendo familia y empleados es de 14 personas. La misma en sus inicios no contaba con conocimiento previo del rubro por lo que solicitó apoyo de conocidos con recetas familiares e instrucciones para su posterior elaboración; lo cual le dio un toque familiar y tradicional en el futuro a su negocio. Menciona que no recibió capacitación gerencial, ni contaba con experiencia laboral en el sector mencionado con anterioridad. Una figura emprendedora en su familia desde siempre ha sido su padre, quien fue su mentor, y gracias a que ya contaba con un negocio establecido en la ciudad, con amistades y clientes, le propició publicidad al emprendimiento de su hija, convirtiéndose así en la red para llegar a sus potenciales clientes. La financiación fue propia.

Motivación: El emprendimiento de esta mujer tuvo como motivación la oportunidad visualizada en el sector gastronómico, que en aquel entonces mantenía una demanda considerable, pues Pilar contaba con pocos lugares para ir a degustar platos preparados. La misma considera que su negocio le brindó un mejor manejo y control de su tiempo y la oportunidad de cumplir cabalmente su papel de madre en la crianza y acompañamiento de la vida de su hijo; lo que un trabajo dependiente le hubiera negado.

Dificultades: La entrevistada menciona que las dificultades que enfrentó al iniciar su emprendimiento fueron la constitución y formalización del negocio puesto que implicaba realizar una serie de procedimientos que desconocía. Otro punto débil es que no contaba con una visión de negocio, no tenía metas ni objetivos claros al inicio de su emprendimiento, tampoco apoyo gubernamental. Rescata que fue difícil construir credibilidad empresarial al inicio por su corta edad como jefa directa.

Caso N° 3

Perfil: microempresaria de treinta y seis años de edad, casada con dos hijos, egresada de la carrera de Auditoría y Contaduría Pública. Ha incursionado en el ámbito empresarial

hace catorce años, financiando su emprendimiento con recursos propios y un préstamo bancario. El negocio está abocado al sector gastronómico y en sus inicios comenzó con la comercialización de hamburguesas, pero en la actualidad ya cuenta con áreas de confitería, rotisería, comidas rápidas y platos internacionales; donde unas 35 personas se dedican a la gastronomía y 10 personas a la atención de clientes. Cuenta con experiencia culinaria y realiza cursos de capacitación en el rubro gastronómico para mejorar el manejo de la empresa. Menciona que no posee una figura emprendedora en la familia.

Motivación: La oportunidad visualizada en el sector gastronómico, pues hace catorce años era un rubro bastante incipiente en la ciudad; pero tras una conversación con su esposo decidieron explotar este rubro e incrementar su patrimonio. Menciona igualmente que la empresa se constituyó como fuente generadora de empleos para una gran cantidad de jóvenes de la ciudad.

Dificultades: la entrevistada menciona que fueron innumerables las dificultades para emprender el negocio en aquel entonces; entre ellas expone la dificultad de acceder a créditos blandos, la falta de creabilidad empresarial, contactos limitados, falta de programas de apoyo a la actividad productiva y la excesiva inversión en recursos y tiempos debido a la cantidad de normas y procedimientos para concretar la formalización de la empresa. Expone además que tras analizar su trayectoria como microempresaria visualizó muchos obstáculos debido a su condición de mujer. Enfatiza igualmente que es difícil liderar cuando se es mujer, pero aún más complejo ganarse un lugar frente a los pares del mismo rubro e inclusive de otros.

Caso N° 4

Perfil: microempresaria de veinticuatro años de edad, soltera, sin hijos. Cuenta con el título de Técnico Superior en Cocina, obtenido en la capital del país. La misma se ha insertado hace aproximadamente cinco años en la actividad empresarial y el giro de la empresa es de tipo gastronómico. Las actividades que realiza en el local son la de elaboración y venta de una variedad de productos dulces y salados, servicio brindado en un local estratégico de la zona céntrica de la ciudad. Además proporciona el modo delivery para comodidad de sus clientes; la cantidad de dependientes (empleados/colaboradores) es de cuatro personas. La entrevistada enfatiza la importancia de una formación educativa adecuada para el desenvolvimiento en este campo. Cuenta que su educación técnica le brindó las herramientas necesarias para desenvolverse

correctamente, tanto en el rubro gastronómico como en la parte administrativa-gerencial. Menciona que sus trabajos anteriores estaban igualmente relacionados a la gastronomía, lo que le proporcionó una gran experiencia. La misma proviene de una familia de emprendedores; y con el apoyo de los mismos logró introducirse al mundo empresarial de forma independiente. La financiación del negocio fue propia y de terceros. El apoyo de su familia y amistades fueron claves para su éxito.

Motivación: la entrevistada tuvo como motivación su realización personal y, su deseo de independencia fue el detonante para lanzarse al reto de emprender a temprana edad. Su emprendimiento le ofreció la independencia económica y profesional que tanto anhelaba, lo cual le permitió organizar su tiempo, realizar viajes familiares y disfrutar su juventud a plenitud.

Dificultades: La constitución y formalización del negocio, metas y objetivos poco claros, escaso apoyo gubernamental. Destaca igualmente la dificultad para conseguir credibilidad empresarial de manera rápida por su corta edad y su condición de mujer, al inicio de su negocio como jefa directa.

Caso N° 5

Perfil: mujer microempresaria de cincuenta y ocho años de edad, casada, cuatro hijos; con formación secundaria completa. Se ha introducido aproximadamente hace diecisiete años en este desafío. El negocio se torna al ámbito gastronómico y las actividades que lleva a cabo constan de la elaboración y venta de milanesas al por mayor, servicio brindado en local propio. El número de dependientes que conlleva sobre sí, incluyendo familia y empleados, es de catorce personas. En sus comienzos poseía un conocimiento empírico del rubro, pero gracias a experiencias laborales anteriores, logró las habilidades necesarias para su desenvolvimiento. La misma confiesa que no contaba con antecedentes de emprendimientos, fue la primera en comenzar a marcar la diferencia en el historial familiar. Sus productos tuvieron una gran aceptación desde sus inicios, convirtiéndose rápidamente en una de las más recomendadas, siendo su mejor publicidad la preferencia y recomendación de sus clientes. La misma financió su negocio con apoyo de terceros; amistades cercanas que confiaron en sus ideas.

Motivación: La necesidad económica, pues el sueldo que ganaba su esposo ya no era suficiente para solventar los gastos de la crianza y educación de sus hijos; razón que la impulsó a conquistar este desafío y así mejorar sus ingresos y la calidad de vida de los

suyos. La misma señala que este emprendimiento ha influido de manera positiva en su vida consolidando su independencia económica y laboral y haciéndola participe en la vida de los suyos sin limitaciones. Realza la satisfacción de haberse convertido en una generadora de empleos para mano de obra pilarense.

Dificultades: la misma afrontó numerosos obstáculos en sus inicios; como el acceso a créditos formales, la localización adecuada, falta de una visión clara del negocio a futuro, de conexiones para potenciar el negocio, y dificultades en las gestiones de constitución y formalización del mismo. Comenta que no recibió ninguna ayuda gubernamental en el proceso inicial.

Caso N° 6

Perfil: mujer microempresaria de veintisiete años, casada con una hija, declara que tiene dos dependientes más (sobrina y hermana, ambas menores de edad). Sus últimos estudios corresponden la culminación del nivel secundario. Desde hace aproximadamente cinco años dirige un local gastronómico financiado a través de un préstamo bancario; la misma ofrece servicios de viandas, almuerzos y minutas en el centro de la ciudad; tiene a su cargo dos dependientes (empleados/colaboradores) que se encargan del delivery y la atención a clientes. La entrevistada menciona que poseía conocimiento del rubro puesto que en su trabajo anterior se dedicaba como cocinera en un establecimiento conocido

Motivación: La necesidad de tener un mayor poder adquisitivo. Antes de iniciar su emprendimiento la entrevistada trabajaba como cocinera, el sueldo no le era suficiente para solventar sus gastos y las horas excesivas de trabajo le impedían pasar tiempo con su hija. Teniendo en cuenta su experiencia laboral anterior decidió emprender su local gastronómico. La entrevistada considera que el negocio le permitió controlar su tiempo, disfrutar más tiempo de su hija y participar en sus actividades escolares.

Dificultades: la entrevistada menciona que tuvo dificultades en el acceso a créditos, sus solicitudes fueron rechazados en varias ocasiones; por eso recurrió a un prestamista particular. Igualmente enfatiza la falta de conexiones con otros empresarios, inversionistas y redes; falta de educación financiera, etc. Menciona que en sus inicios su trabajo lo realizaba de manera informal, puesto que no contaba con los recursos económicos para realizar los trámites de constitución y formalización del negocio.

3.1. DISCUSIÓN Y ANÁLISIS COMPARATIVO

Tabla 1

Categoría: Perfil de la emprendedora

Id	Indicador	Caso 1	Caso 2	Caso 3	Caso 4	Caso 5	Caso 6
1	Edad	50 años	30 años	36 años	24 años	58 años	27 años
2	Estado Civil	Casada	Soltera	Casada	Soltera	Casada	Casada
3	Formación	Posgrado en Marketing Lic. en Administración	Lic. en Análisis de Sistemas	Auditor y Contador Público	Técnico Superior en Cocina	Secundaria Completa	Secundaria Completa
4	Edad de inicio	33 años	19 años	22 años	19 años	41 años	22 años
5	Nº de hijos	4	1	2	Ninguno	4	1
6	Dependientes	23	14	47	4	15	5
7	Experiencia en el rubro	Ninguna	Ninguna	Si	Si	Si	Si
8	Presencia de emprendedor en la familia	Madre	Padre	Ninguna	La familia todo	Ninguna	Ninguna
9	Capacitación Gerencial	Si	No	Si	Si	No	No
10	Rubro/Producto	Gastronómico	Gastronómico	Gastronómico	Gastronómico	Gastronómico	Gastronómico
11	Financiación	Propia y de terceros	Propia	Propia y de terceros	Propia	Tercero	Tercero

Fuente: *Elaboración propia.*

Perfil: como puede apreciarse en la tabla 1, la edad productiva promedio en la cual las mujeres tienden a proyectar intenciones de emprender es de 22 a 40 años y el nivel de estudio alcanzado es universitario; este dato expresa un alto nivel de formación en las mujeres que inician un negocio. Las mismas en su mayoría son casadas y poseen en promedio entre 1 a 4 hijos. En relación al conocimiento del rubro, cuatro de las entrevistadas mencionaron que tenían experiencia en el área gastronómica y las dos restantes accedieron a cursos para una formación culinaria. Indistintamente, tres de las entrevistadas mencionaron que no tenían experiencia previa como emprendedoras; en cambio las tres restantes alegan que pertenecían a una familia de emprendedores, y que las mismas se constituyeron como fuentes de experiencias para asumir riesgos. En relación a la fuente de financiamiento para emprender el negocio, cuatro de las empresarias hicieron uso de recursos propios y dos de ellas accedieron a créditos blandos para cumplir con la totalidad de la inversión. En cambio las dos restantes manifestaron que recurrieron a préstamos bancarios en su totalidad para iniciar el negocio.

Tabla 2*Categoría: Motivación para Emprender*

Id.	Indicador	Caso 1	Caso 2	Caso 3	Caso 4	Caso 5	Caso 6
1	Por Oportunidad	Por oportunidad visualizada en el mercado.	Por oportunidad visualizada en el mercado.	Por oportunidad visualizada en el mercado.			
2	Por Necesidad económica					Ante la necesidad de contar con un medio de vida, fuente de ingreso para la familia.	Necesidad de contar con otro ingreso para el hogar, el sueldo de su trabajo no le era suficiente para solventar sus gastos.
3	Por Realización personal				Por realización personal y su deseo de independencia.		
4	Por posibilidad de conciliar trabajo y familia.		Ante la posibilidad de conciliar trabajo y familia.				También por tener algunos elementos para iniciar en el rubro y poder hacer en su casa o cerca de la familia.
5	Por Dificultad para encontrar trabajo (empleo) o ascenso en la carrera de funcionaria						

Fuente: *Elaboración propia.*

Motivación: Tres de las entrevistadas mencionaron que emprendieron sus negocios por una oportunidad visualizada en el rubro gastronómico, donde la misma era poco explotada e incipiente; este hallazgo coincide con lo expuesto por Kautonen y Palmroos (2010), quienes afirman que el emprendimiento por oportunidad refleja los esfuerzos del proceso de arranque para aprovechar una oportunidad de negocio. La entrevistada del caso 4 expone que su intención de emprender estaba estimulada por el propósito de su proyecto, sus desafíos personales y sus pasiones. Por otra parte, las entrevistadas del caso 5 y 6, mencionan que lo hicieron porque no contaban con otras alternativas de trabajo, las cuales se asocian a emprendimientos llamados “por necesidad”. Los hechos toman relevancia dado que según Garzozzi, Jaramillo y Garzozzi (2018), muchas personas se deciden a emprender cuando viven situaciones extremas para ellas, por ejemplo, el desempleo.

Tabla 3*Categoría: Obstáculos que inciden en la intención de Empezar*

	Respuestas
Caso 1	Dificultad para encontrar los contactos necesarios para iniciar su empresa y darlo a conocer; falta de relaciones con clientes y proveedores; escasos programas de apoyo y estímulo a la actividad emprendedora.
Caso 2	Poco conocimiento en educación financiera; dificultad en los trámites jurídicos (constitución y formalización de negocios); falta de programas de apoyo referidos al proceso de creación de empresas y credibilidad financiera.
Caso 3	Dificultad para acceder a recursos económicos para iniciar su negocio; contactos limitados; falta de programas de apoyo a la actividad productiva; cantidad de normas y procedimientos necesarios para el inicio de la actividad.
Caso 4	Limitaciones en cuanto a trámites y procedimientos administrativos (constitución y formalización de negocios), que acarreaban tiempo y costos excesivos para iniciar su emprendimiento; falta de apoyo gubernamental y credibilidad empresarial.
Caso 5	Limitaciones en el acceso a financiamiento; falta de conexiones para potenciar el negocio; falta de experiencia administrativa - financiera; dificultad para acceder a asistencia técnicas ofrecidas por el estado debido a las excesivas exigencias requeridas;
Caso 6	Dificultad en el acceso a información importante y financiamiento; falta de habilidades administrativas, falta de conexiones con otros empresarios, inversionistas y redes; carecer de acceso a educación financiera.

Fuente: *Elaboración propia.*

Dificultades: Teniendo en cuenta la tabla 3, se demuestra que la escasa financiación y las barreras de acceso a créditos son aspectos condicionante en la intención emprendedora; en relación a este punto, cuatro de las entrevistadas mencionan que tuvieron limitaciones en el acceso a créditos; incluso una de ellas expuso que tuvo que recurrir a un prestamista particular para acceder a la misma y así poder iniciar el proceso de creación de su negocio. La falta de habilidad administrativa fue otro aspecto clave; la mayoría de las entrevistadas mencionaron que se enfrentaron a varios procedimientos que desconocían y que en muchos casos les causaban frustración y ganas de abandonar sus ideas de emprender. Enfatizaron que las gestiones de constitución y formalización implicaron una gran inversión en recursos y tiempo debido a los excesivos trámites y procedimientos solicitados para crear las empresas. Además las entrevistadas en su totalidad manifestaron que no contaron con programas gubernamentales que les brindaran apoyo en cuanto a capacitación, asesoramiento y acercamiento al mundo productivo, ni personas en situaciones similares que las pudieran acompañar durante el proceso de creación de las mismas.

4. CONCLUSIÓN O CONSIDERACIONES FINALES

Las mujeres están volviéndose protagonistas de su camino, con decisiones de inventar, crear y adentrarse como líderes en el mundo de los negocios, del cual por tantos años se

las ha excluido. Ciertos factores se han destacado como estimulantes para que eso suceda y puedan las mismas animarse a creer en sus ideas.

Los resultados de nuestro estudio han mostrado que las mujeres se caracterizan por iniciar negocios, principalmente por oportunidades encontradas en el mercado, asumiendo un riesgo económico y personal, confiando en sus capacidades y habilidades, logrando así satisfacer lo que según Orhan y Scott (2001) son deseos de independencia, logro y el anhelo por riqueza, poder y posición social (como se citó en Castiblanco Moreno, 2013). Sin embargo, en menor medida, han sido influenciadas por una necesidad de carácter económico, como definió Garzozzi, Jaramillo y Garzozzi (2018), “situaciones críticas que estimulan la generación de ideas”.

En este contexto, el nivel de educación es un factor que influye directamente sobre la intención emprendedora y su resultado futuro, coincidiendo con lo expuesto por Reyes, Sánchez y Mejía (2019), que a mayor grado educacional, la persona está más dispuesta a establecer su propio negocio. Conjuntamente se ha observado que el factor experiencia juega un papel determinante en la naturaleza de la empresa. Es evidente, por tanto, generar programas de educación y apoyo a emprendedoras; de manera que las mismas puedan aprender y ganar experiencias a tiempo que se desarrollan.

En cuanto a los factores socio-demográficos y los antecedentes de emprendedores en la familia, las evidencias demuestran que no son significativos en la explicación de la intención emprendedora.

Por otra parte, la escasa financiación y las barreras en el acceso a créditos, que atraviesan las mujeres debido a la poca credibilidad que se les otorga, se constituyen como factores limitantes en la intención emprendedora y durante el proceso de creación de empresas; bien sea por su condición de mujer o por el pequeño tamaño de sus negocios, no cumplen con los requisitos para el crédito y por lo tanto no acceden con facilidad a ellos.

Del mismo modo, la falta de una cultura empresarial también opera como limitante adicional; las regulaciones, trámites, operaciones administrativas, son procedimientos que las emprendedoras desconocían y que en muchos casos les causaban frustración y ganas de abandonar su idea de emprender.

Otros retos condicionantes en la intención emprendedora son la ausencia de apoyo gubernamental y redes de contacto, que provean capacitación y asistencia técnica, sobre las diversas formas de lanzar, administrar y desarrollar empresas. En relación a este punto,

se pueden considerar dos factores; por un lado, no son conocidos por parte de las emprendedoras y, esa falta de conocimiento es un fallo que debe ser corregido; por el otro lado, acceder a las mismas implica cumplir con una infinidad de requisitos que conllevan gran inversión y tiempo.

La comprensión de estos factores es relevante en la intención emprendedora porque pueden orientar acciones que faciliten entornos favorables para que las mujeres exploten sus potencialidades.

A modo de potenciar a las empresas de mujeres, sería recomendable desarrollar políticas de financiamiento flexibles para el acceso al crédito a tasas y plazos asequibles; promover una cultura emprendedora desde las distintas instancias educativas orientadas a estimular las capacidades de las mujeres, disminuir los obstáculos que enfrentan y así aumentar las probabilidades de éxito de sus iniciativas empresariales. Establecer una red de mujeres empresarias como políticas responsables de desarrollo, que permitan a las mismas intercambiar experiencias con otras empresarias y otras organizaciones y aumentar la oportunidad de generar empresas y, a su vez, sirvan como fuente de inspiración. Desarrollar programas de apoyo específicos para las mujeres emprendedoras, que tengan en cuenta sus necesidades particulares y que las mismas estén orientadas a prestar servicios de asesoramiento y consultoría, capacitación en la gestión de empresas, financiamiento, acceso a información y red de contactos.

En resumen, apostar por el empoderamiento económico femenino resulta un camino viable y seguro debido a su contribución al desarrollo económico del país como fuente generadora de más oportunidades. Coincidiendo con la frase de Ibarra (2017), “si queremos crear economías más fuertes, lograr los objetivos de desarrollo y sostenibilidad del planeta y mejorar la calidad de vida de las mujeres, las familias y las comunidades, es fundamental empoderar a las mujeres para que participen plenamente en todos los sectores de la vida económica”.

5. LISTA DE REFERENCIAS

Abanades, M. (2016). El emprendimiento femenino y la gestión estratégica de la innovación como instrumento clave para un proceso de cambio empresarial. *Estudios de Economía y Empresa*. Obtenido de <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/54767/5/mabanadestfg0616memoria.pdf>

- Álvarez, C., & San Fabián, J. (2012). La elección del estudio de caso en investigación educativa. *Gazeta de Antropología*. Obtenido de https://www.ugr.es/~pwlac/g28_14carmen_alvarez-joseluis_sanfabian.html
- Alvarez, C., Noguera, M., & Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España. *Revista Economía Industrial*, 10. Obtenido de <https://www.mincotur.gob.es/publicaciones/publicacionesperiodicas/economiaindustrial/revistaeconomiaindustrial/383/claudia%20alvarez.pdf>
- Avolio, B., & Di Laura, G. (2017). Progreso y evolución de la inserción de la mujer en actividades productivas y empresariales en América del Sur. *Revista de la CEPAL N° 122*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/42031-progreso-evolucion-la-insercion-la-mujer-actividades-productivas-empresariales>
- Briseño, O., López, A., & Briseño, A. (2016). El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México. *Innovaciones de Negocios*, 24. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/310233592_el_emprendimiento_femenino_un_estudio_multi-caso_de_factores_criticos_en_el_noreste_de_mexico
- Castiblanco Moreno, S. E. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. *Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada*, 14. Obtenido de <https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/rfce/article/view/656>
- García, C., Martínez, A., & Fernández, R. (2007). Análisis de los factores determinantes de la creación de empresas: una evidencia empírica en Castilla y León. *Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa*.
- Garzozí, R., Jaramillo, M., & Garzozí, Y. (2018). *Hablemos de emprendimiento*. Machala, Ecuador: UTMACH.
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Santiago: Comisión Económica de América Latina y el Caribe (CEPAL). Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5818>
- Ibarra, V. (2017). La importancia del emprendedurismo femenino en Costa Rica. *Hablando Claro*. Obtenido de <https://www.hablandoclarocr.com/index.php/programas/353-la-importancia-del-emprendedurismo-femenino-en-costa-rica-con-maria-aminta-quirce>
- Kantis, H., Angelelli, P., Koenig, V., Bianchi, P., Bacic, M., Suaznabar, C., Llisterri, J. (2003). Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. *Banco Interamericano de desarrollo*. Obtenido de

<https://publications.iadb.org/es/publicacion/16310/desarrollo-emprededor-america-latina-y-la-experiencia-internacional>

- Kautonen, T., & Palmroos, J. (2010). The impact of a necessity-based start-up on subsequent entrepreneurial satisfaction. *International Entrepreneurship and Management Journal*. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2271618
- Montero, I., & León, O. (2002). *Métodos de investigación en Psicología y Educación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Moreno, J. (2019). *Factores claves en la intención de emprender de los estudiantes universitarios. El papel moderador del entorno (tesis doctoral)*. Universidad de la Rioja. Servicios de Publicaciones. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/tesis/231533.pdf>
- Rábago, P. L., D'Annunzio, M. C., & Monserrat, S. (2014). El Perfil de Mujeres Emprendedoras Exitosas de Argentina. *ResearchGate*, 11. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/silvia-monserrat/publication/237587741_el_perfil_de_mujeres_emprendedoras_exitosas_de_argentina/links/0deec53a1cf0021b900000000/el-perfil-de-mujeres-emprendedoras-exitosas-de-argentina.pdf
- Ramírez, A., Casado, M., & López, J. (2017). Caracterización del perfil y motivaciones para emprender de la Mujer en Andalucía. *ResearchGate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/268182002_caracterizacion_del_perfil_y_motivaciones_para_emprender_de_la_mujer_en_andalucia
- Reyes, J., Sánchez, M., & Mejía, R. (2019). Influencia de la formación universitaria en las actitudes emprendedoras. *Instituto Tecnológico Metropolitano*. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsrepo/207/207827009/html/index.html>
- Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe. (2010). *Desarrollando Mujeres Empresarias: La Necesidad de Replantear Políticas y Programas de Género en el Desarrollo de PYMES*. Caracas, Venezuela: Secretaría Permanente del SELA. Obtenido de http://walk.sela.org/attach/258/EDOCS/SRed/2010/06/T023600004225-0-desarrollando_mujeres_empresarias_pymes.pdf
- Terán, E., & Guerrero, A. (2019). ¿Emprendimiento por Oportunidad o por Necesidad? Estudio Comparativo entre Países. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*. Obtenido de <http://45.238.216.13/ojs/index.php/mikarimin/article/view/1275/1174>
- Yin, R. (2004). *Estudios de caso: Diseño y métodos*. Thousands Oaks.