



Revista EDUCATECONCIENCIA.
Volumen 12, No. 13.
ISSN: 2007-6347
Octubre – Diciembre 2016
Tepic, Nayarit. México
Pp. 219 - 230

Recibido: 15 de Noviembre
Aprobado: 8 de Diciembre

**Mujeres Emprendedoras: Desafíos y Oportunidades.
The Entrepreneurial Woman: Challenges and Opportunities**

Autores

Silvia Alicia Camarena González
Unidad Académica de Contaduría y Administración Sur
camarena.silvia@hotmail.com

Lourdes Concepción Barrón Romero
Unidad Académica de Contaduría y Administración Sur
lcbarronr@hotmail.com

Edith Guadalupe Alvarado Valera
Unidad Académica de Contaduría y Administración Sur
cpedithgpeavg@hotmail.com

Bricio Martínez Llamas
Unidad Académica de Contaduría y Administración Sur
dbricio.llamas.23@outlook.com

Mujeres Emprendedoras: Desafíos y Oportunidades.
The Entrepreneurial Woman: Challenges and Opportunities

Silvia Alicia Camarena González
Unidad Académica de Contaduría y Administración Sur
camarena.silvia@hotmail.com

Lourdes Concepción Barrón Romero
Unidad Académica de Contaduría y Administración Sur
lcbarronr@hotmail.com

Edith Guadalupe Alvarado Valera
Unidad Académica de Contaduría y Administración Sur
cpedithgpeavg@hotmail.com

Octavio Árias Fránquez
Unidad Académica de Contaduría y Administración Sur
Octavioariasf78@hotmail.com

Resumen

Las mujeres empresarias mexicanas han demostrado tener la capacidad para enfrentarse a nuevos cambios sociales y políticos, a pesar de esto, las mujeres empresarias enfrentan retos sociales y políticos. Para crear una empresa y mantenerla en el mercado se tienen que superar algunos desafíos. Las mujeres mexicanas son el motor de desarrollo en México, son ellas las que impulsadas por sus familias, desempeñan un papel fundamental en la economía del país y proponen importantes aportaciones a sus comunidades y a sus familias. El objetivo de la presente investigación documental, cualitativa, científica y explicativa es identificar los desafíos que actualmente enfrentan las mujeres emprendedoras y dar a conocer las oportunidades con que cuentan las mujeres dentro de un contexto de igualdad.

Palabras clave:

Mujer emprendedora, desafíos, oportunidades, aspectos familiares, equidad de género.

Abstract

Mexican women entrepreneurs have demonstrated the capacity to face new social and political changes, yet women entrepreneurs face social and political challenges. To create a company and keep it in the market, some challenges have to be overcome. Mexican women are the engine of development in Mexico, they are the ones that are driven by their families, play a fundamental role in the economy of the country and propose important contributions to their communities and their families. The objective of this qualitative, scientific and explanatory documentary research is to identify the challenges currently faced by women entrepreneurs and to raise awareness of the opportunities available to women within a context of equality.

Keywords:

Entrepreneurial women, challenges, opportunities, family aspects, gender equity.

Introducción

La persona que asume el riesgo de iniciar una empresa es un emprendedor. La palabra emprendedor proviene del latín *imprendere*, que significa “tomar la decisión de realizar una tarea difícil y laboriosa”, “poner en ejecución”. (MAXIMIANO, 2008)

En la actual generación, un gran número de mujeres funcionan como empresarias asumiendo la decisión de iniciarse en los negocios. Para Ferrell, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos (O.C. FERREL, 2004), autores del libro “Introducción a los Negocios en un Mundo

Cambiante”, “un empresario es una persona que arriesga su dinero, tiempo y esfuerzo para desarrollar un producto o forma de hacer algo innovador”

La estadística internacional refleja que, en promedio, 33 % de las Mipymes en el mundo son propiedad de mujeres. En el 2000, de cada 100 empresas en México 31 tenían como propietaria a una mujer. Por otro lado, las microfinancieras reportan que más de 50 por ciento de sus acreditados son mujeres. En cuanto a la participación de las mujeres como empresarias en diversos sectores, se estima que 68% se concentra en el comercio, 26% en los servicios y 6% en la industria (NAFINSA, 2016).

En cuanto a su forma de constitución legal, destaca que 71% se registró en forma individual. En cuanto al nivel de ventas, resalta el dato de que 90.28% generaron ingresos menores a 100 mil pesos. (NAFINSA, 2016)

Por lo anteriormente expuesto, el objetivo primordial de la presente investigación es identificar los desafíos que actualmente enfrentan las mujeres emprendedoras y dar a conocer las oportunidades con que cuentan las mujeres dentro de un contexto de igualdad.

Planteamiento del problema

Las mujeres empresarias mexicanas han demostrado tener la capacidad para enfrentarse a nuevos cambios sociales y políticos, desde 1949 cuando se le otorgó el derecho a votar en México, a pesar de esto, las mujeres empresarias enfrentan grandes retos.

Las mujeres mexicanas son el motor de desarrollo en México, son ellas las que impulsadas por sus familias, desempeñan un papel fundamental en la economía del país y proponen importantes aportaciones a sus comunidades.

Las mujeres emprendedoras de hoy tienen la visión, grandes deseos y expectativas de crecer, desarrollarse y llegar a ser empresarias exitosas; sin embargo, existen muchos obstáculos y retos que deben superar desde su condición de ser mujer para lograr su objetivo; algunos de esos retos tienen que ver con iniciar o migrar a actividades que no sean “típicamente femeninas”. A raíz de esto planteamos las siguientes interrogantes:

¿Cómo lograr organizar su tiempo armonizando sus necesidades personales, de la empresa y de la familia?

¿Cómo competir en nichos de mercado que actualmente son dominados por hombres?

¿Cómo aprovechar diversos mecanismos y programas de apoyo para el desarrollo empresarial, Mejorar su autoconocimiento, confianza, seguridad, asertividad y autoestima, entre otros?

¿Cómo tener los conocimientos técnicos para la operación de la empresa, así como las bases y herramientas para dirigirla acertadamente? (NAFINSA, 2016)

Objetivo General

Identificar como las mujeres empresarias mexicanas han demostrado tener la capacidad para enfrentarse a nuevos cambios sociales y políticos es por eso que se pretende identificar los desafíos con que se encuentran las mujeres y dar a conocer las oportunidades que tienen para poder emprender.

Objetivos específicos

Identificar desafíos que actualmente enfrentan las mujeres emprendedoras.

Dar a conocer las oportunidades para que, las mujeres dentro de un contexto de igualdad, puedan emprender y/o seguir adelante con su proyecto.

Metodología

La metodología de este trabajo de investigación es cualitativa, científica y explicativa porque permitió conocer como suceden ciertos hechos en relación a los Desafíos y Oportunidades de la Mujer Emprendedora.

Resultados y Conclusiones

La mujer del siglo XXI, en su dimensión integral, tanto biológica como psicológica, ha sido creada, moldeada y recreada a través de la historia de la humanidad. ¿Estás lista para dar el paso que el presente te demanda?

Por naturaleza, preparada biológicamente y psicológicamente para ser madre, esposa, cuidar y organizar las tareas domésticas. A través del tiempo fue adaptándose y preparándose para ser aquella capaz de resolver los numerosos problemas del hogar, las carencias, el presupuesto, atender a su esposo y sus problemas del trabajo, criar a sus niños, elegir su educación, cuidar y velar de ellos como la mejor enfermera, sin ser diplomada para serlo. En estos tiempos, donde el mundo moderno avanza implacable y vertiginoso, ¿cuál es el papel de la mujer? ¿Quién más estaría capacitada para producir cambios positivos y duraderos, que aquella que ha superado un sinnúmero de dificultades y desventajas? ¿Aquella que tiene la ductilidad para acomodarse a diferentes ámbitos, aquella que contiene afectivamente, que ayuda a salir adelante? ¿Quién más que la mujer preparada para guiar, educar y ayudar al desarrollo y al avance de los otros? La mujer líder tiene capacidad para motivar y debido a su capacidad de convocatoria, estimular la participación y estimulan la autoestima. Diferentes estudios indican que la mujer concibe al liderazgo como un medio de transformación beneficiosa para sus subordinados, aplica sus habilidades a través de las relaciones interpersonales y de motivación para convertir el interés individual en un interés colectivo enfocado hacia el logro de los objetivos de la empresa como totalidad, y al bienestar de sus empleados. Gradualmente, es mayor (y crece cada día), la participación de la mujer en todas las áreas y es muy claro ahora para los expertos en marketing, que los negocios o empresas harían bien en tomarla en cuenta porque es la que determina las decisiones de compra en lo que hace a rubros básicos de la familia: salud,

educación, propiedades y hasta en la compra de automóviles, además del consumo habitual en alimentos, limpieza, cosméticos o vestimenta. Parecería como que la mujer tiene ahora mayores oportunidades de ejercer un liderazgo diferente. Que tiene cualidades que la hacen más permeable a los climas emocionales, al manejo de los conflictos, a la horizontalidad, al trabajo en redes, a pensar en el desarrollo de las personas y sus necesidades humanas, a la complementariedad, la compasión, cuidado del planeta y al compromiso y responsabilidad.

Por tal motivo es un desafío ser Líder en la actualidad siendo mujer. En esta situación donde la deshumanización se hizo cargo de casi todos los aspectos de la vida en las empresas, quien mejor que una mujer para poder poner un toque diferente, poder ampliar el horizonte de soluciones y abrir un nuevo camino hacia la obtención de resultados diferentes, incluyendo a las personas que forman el sistema de las empresas, como seres humanos necesarios y apreciables para el crecimiento y sostén de la organización. El liderazgo Femenino un modelo a tener en cuenta, un modelo para respaldar y del cual podemos esperar resultados excelentes, de manera sostenible y equitativa para todos los involucrados. (Mora)

Principales desafíos de las mujeres emprendedoras en México

Otras investigaciones de campo y estudios de caso dan cuenta de las siguientes particularidades de los negocios de mujeres: (NAFINSA, 2016)

- Generalmente se concentran en “subsectores” de actividad con menor valor agregado, tales como el comercio ambulante, la producción de alimentos, la costura o los servicios educativos, los cuales a menudo son una extensión de las actividades del hogar.
- Estos subsectores de menor valor agregado utilizan menos tecnología y se ubican al final de la cadena productiva, con reducidos márgenes de utilidad.

- A diferencia de los hombres, en algunas sociedades las normas culturales limitan el acceso de la mujer al espacio público de mercados preferentes, finanzas, información, oportunidades de inversión y redes de comercialización.
- Las mujeres suelen arriesgarse menos que los hombres, en gran medida porque tienen la responsabilidad del bienestar de sus hijos.
- No están preparadas para desarrollar negocios exitosos, entre otras razones debido a falta de capacitación, experiencia laboral y recursos financieros; o bien por causa de aspectos culturales como sentimientos de culpa, la doble jornada, el temor al fracaso, etc.
- No cuentan con respaldo de garantías para obtener créditos en la banca comercial o de desarrollo.
- Las mujeres tienden a enfocarse hacia negocios de poco riesgo y bajo crecimiento, considerándolos como más seguros.
- Se les dificulta entrar o permanecer en los nichos de mercado en que predominan los hombres, y optan por desistir o retirarse.
- Se abren en forma emergente para resolver necesidades de subsistencia. Esto impide conocer el mercado donde competirán, no elaboran su plan de negocios y tampoco determinan su rentabilidad.
- No cuentan con registros que les permitan tomar decisiones relacionadas con:
 - el riesgo de la inversión
 - los ingresos
 - los costos y gastos
 - las utilidades o, en su caso las pérdidas.

- Se descapitalizan con gran facilidad porque destinan las utilidades y el capital de trabajo a la economía familiar.

Obstáculos reales

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

Obstáculos simbólicos

- Prejuicios sobre el papel de la mujer como madre y ama de casa, por lo que cualquier actividad fuera de esa visión produce sentimientos de culpa.
- Falta de auto-reconocimiento.
- Baja autoestima.
- Falta de seguridad para tomar sus propias decisiones.
- Dependencia emocional.
- Temor al fracaso.
- Falta de apoyo de la pareja o de la familia para desarrollar e impulsar sus proyectos.
- Las mujeres continúan asumiendo la responsabilidad del cuidado y educación de los hijos y el trabajo doméstico.

Oportunidades para las mujeres emprendedoras

Se pueden mencionar algunas oportunidades que las mujeres deben de tener en cuenta para desarrollarse plenamente en el ámbito

- La intuición y percepción con la que cuentan las mujeres es más fácil detectar necesidades y rápidamente encuentran la forma de satisfacerlas.
- Las mujeres empresarias son independientes y saben cómo obtener ganancias y disfrutan siendo sus propias jefas.
- Son trabajadoras la mayoría de las empresarias ya que comienzan trabajando duro, muchas horas por muy poco dinero.
- Seguras de sí misma, ya que deben de demostrar seguridad para hacer frente a todos los riesgos que implica manejar un negocio propio.
- Disciplinadas ya que las empresarias exitosas resisten la tentación de hacer lo que no es importante o lo más fácil, porque tienen la habilidad de pensar en lo esencial.
- Las empresarias exitosas tienen la habilidad de pensar rápido y tomar decisiones inteligentes.
- Las mujeres empresarias son adaptables a los cambios que ocurren frecuentemente cuando se es dueño de su propio negocio.
- Son equilibradas, la empresaria con frecuencia mantienen el equilibrio enfocándose en los resultados finales, no en el proceso de llegar a ellos.
- A pesar de que las empresarias mantienen un “ojo” en las ganancias, éstas con frecuencia son secundarias en su camino al éxito personal.
- Las empresarias exitosas siempre tienen las ganancias como objetivo y saben que el éxito de su negocio es medido por las ganancias.
- Las mujeres empresarias pueden acercarse a los programas y apoyos para los emprendedores.

- Una buena terapia mental para las mujeres que desean emprender es que se conozcan las historias de éxito, con la finalidad de ver que otras lograron sus metas y sueños.

Conclusiones

Las mujeres son el ejemplo de lucha constante para el crecimiento de una familia y del entorno en el que se desenvuelven, ya que en algunos casos son el sustento en los hogares, sin embargo no siempre tienen la oportunidad de crecimiento en el ámbito de los negocios en el proceso de esta investigación se concluye con que la mujer empresaria no es la más extravagante y prestigiosa de la colonia, ni la más acaudalada, sino que es la mujer más sencilla, amable, fuerte, responsable e inteligente por mencionar algunas. Las mujeres emprendedoras tratan de sostener a sus familias, gracias a ellas millones de niños y niñas asisten a la escuela, crecen y aprenden con el ejemplo de sus padres, es por eso que la empresaria mexicana no sólo es una persona más en la lista de emprendedores, son las que con mucho sacrificio y constancia, sacan adelante millones de familias en toda la República.

Referencias

MAXIMIANO, A. C. (2008). *ADMINISTRACIÓN PARA EMPRENDEDORES*. MEXICO: PEARSON EDUCACIÓN MEXICO.

Mora, J. E. (s.f.). *ideasparapymes.com*. Recuperado el 08 de 09 de 2016, de <http://www.ideasparapymes.com/contenidos/mujer-empresaria-siglo-XXI-lider-protagonista.html>

NAFINSA. (2016). *NACIONAL FINANCIERA BANCA DE DESARROLLO*. Recuperado el SIETE de SEPTIEMBRE de 2016, de

<https://www.nafin.com/portalfn/get?file=/pdf/otros/MUJERES-EMPREENDEDORAS.pdf>.

O.C. FERREL, G. A. (2004). *INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS EN UN MUNDO CAMBIANTE*. MEXICO: MCGRAW HILL.

Romero, Ricardo. (1997). *Marketing, Primera Edición*.