

MUJERES EMPRENDEDORAS: SIMILITUDES Y DIFERENCIAS ENTRE LAS CIUDADES DE TORREÓN Y SALTILLO, COAHUILA

Liliana Guerrero Ramos, Universidad Autónoma de Coahuila
Elizabeth Lourdes Gómez Gutiérrez, Universidad Autónoma de Coahuila
María del Carmen Armenteros Acosta, Universidad Autónoma de Coahuila

RESUMEN

El enfoque de género constituye una construcción de espacios que implica romper tradiciones de discriminación hacia la mujer para su realización plena, en el entorno personal y social. En este sentido, en las últimas décadas han tomado importancia los estudios sobre la violencia y en menor medida los referidos al empoderamiento económico que resultan de gran interés a nivel regional como para las mayores esferas. Por ello, la investigación tiene como objetivo: Determinar los factores de mayor influencia en el emprendedurismo femenino, contrastando el perfil de las mujeres emprendedoras de las ciudades de Torreón y Saltillo, en Coahuila, México, investigación motivada por el gran crecimiento de la participación de la mujer en el mundo laboral. Las dimensiones analizadas fueron: Emprendedoras- Características Demográficas, Entorno y Organización, Indicadores o Desempeño Económico e Indicadores y Aspectos Motivacionales y Sociales. La indagación empírica abarcó una muestra de 66 y 29 de las MIPYME en Torreón y Saltillo, Coahuila, respectivamente. Entre los resultados de la comparación de los perfiles de las mujeres emprendedoras en ambas ciudades, se evidencia un predominio de la conjunción de motivos como la necesidad y oportunidad para emprender un negocio, mayor concentración en los sectores de comercio y servicios, y más del 75 % de las mujeres tiene dependientes económicos. Sin embargo, en Saltillo el promedio de edad y estudios universitarios (40 años y 48%) es menor que en Torreón (47 años y 68%). El estudio aporta a la equidad de género en la dimensión empresarial y su estudio a nivel regional que impactan las políticas públicas. Con lo anterior se comprueba que el trabajo de la mujer es determinante en el desarrollo de las familias, que son mujeres mayoritariamente profesionistas y que las mueve la necesidad y oportunidad al emprender.

PALABRAS CLAVES: Enfoque De Género, Emprendedurismo, Empoderamiento Económico

WOMEN ENTREPRENEURS: SIMILARITIES AND DIFFERENCES BETWEEN CITIES OF TORREON AND SALTILLO, COAHUILA"

ABSTRACT

Gender equality is a construction of spaces that involves breaking traditions of discrimination against women for its full realization in the personal and social environment. Recent decades have involved important studies on violence and to a lesser extent referrals to economic empowerment which are of great interest regionally to higher spheres. This research determines factors that most influence female entrepreneurship, contrasting the profile of women entrepreneurs in the cities of Torreon and Saltillo, in Coahuila, Mexico. The research is motivated by growth and participation of women in the working world. The dimensions analyzed were: demographic Emprendedoras-characteristicas, environment and organization, indicators or economic performance and indicators and motivational aspects and social setting. The empirical inquiry encompassed a sample of 66 and 29 MSMES in Torreon and Saltillo, Coahuila, respectively. The comparison of women entrepreneur profiles in both cities show evidence of a predominance of conjunction of reasons such as the need and opportunity to engage in a business, higher concentration in the trade and services sectors, and a large number of women having economic dependents. However, in Saltillo average age and university studies (40 years and 48%) is lower than in

Torreón (47 years and 68%). The evidence shows that women's work is crucial in the development of families.

JEL: L38

KEYWORDS: Gender, Entrepreneurship, Economic Empowerment

INTRODUCCION

Los estudios con enfoque de género han proliferado en las últimas décadas, sin embargo un estudio profundo de las características de las mujeres emprendedoras en cuanto a sus motivaciones, características, y niveles de desempeño de sus empresas no se realiza de manera sistemática.

En México, en noviembre del 2003, se efectuó el Primer Encuentro Nacional de Mujeres Empresarias, organizado por el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES). En ese marco se aplicó un cuestionario a 178 mujeres provenientes de todas las zonas del país, aunque con predominio de la zona centro (64.6%). Algunos de los resultados de este estudio revelan: la mayoría de las empresas (41 %) en el sector servicios, seguidas por el comercio (27 %); predominio de las microempresarias (55 %), cuatro de cada cinco empresas creadas por mujeres fueron fundadas por ellas mismas, solo un 13.9 % fue heredada de los padres; el motivo predominante para emprender es por necesidad (42 %). La mayoría de las empresarias declaró ser socia de su empresa (55 %) sobre todo con socios familiares, mientras que un 45 % son propietarias únicas de su empresa. (Instituto Nacional de las Mujeres. México.)

Se identificó previamente el perfil de las emprendedoras con 66 mujeres en la Ciudad de Torreón (Guerrero Ramos, L., et. al, 2013), y en los estudios que se están desarrollando actualmente en este proyecto de investigación, el estudio de las mujeres emprendedoras de las PYME se ha realizado en todo el Estado de Coahuila, por lo que se pretende gradualmente identificar para cada una de las regiones encuestadas, las diferencias significativas que pudieran existir. Por ello el objetivo del presente trabajo es identificar las similitudes y diferencias del perfil de las mujeres emprendedoras en dos regiones del Estado: Saltillo y Torreón. Los resultados aquí obtenidos revelan aspectos que no eran conocidos sobre las emprendedoras en Torreón y en Saltillo, por lo que los mismos se muestran en lo adelante, en la siguiente estructura: una Revisión literaria para mostrar los antecedentes bibliográficos más significativos localizados, la metodología empleada, la caracterización obtenida en dos dimensiones: la emprendedora: características sociodemográficas; entorno y organización, Resultados económicos y Aspectos Motivacionales y sociales. Al final se muestran Conclusiones, Limitaciones, Referencias Bibliográficas y Agradecimientos.

REVISIÓN LITERARIA

El estudio del perfil de las mujeres emprendedoras nos remite desde el punto de vista del sustento teórico básico a los conceptos de género y de emprendedurismo. El emprendedurismo se remonta a la definición de economista francés Richard Cantillon (1755), quien definió al emprendedor como “agente económico que compra medios de producción a determinado precio, a fin de combinarlos y crear un nuevo producto”. Años más tarde, el también economista francés J. B. Say agregó que el emprendedor es un líder que atrae a otras personas para formar organizaciones productivas. Un siglo más tarde, Alfred Marshall, economista británico, resaltó la importancia de los emprendedores en los procesos productivos (Quevedo Monjarás, L.M; Izar Landeta, J. M.; Romo Rojas, L., 2010).

Son diversas las definiciones de emprendedor, dependiendo de la dimensión de que se trate, sea económico, político o pragmático. Sin embargo Anzola (2003), ofrece una definición genérica al decir que el “emprendedor es el que hace que las cosas sucedan. Lo mismo sucede con las características que

distinguen al emprendedor, por lo que consideramos como adecuada la de Djankov et al (2006) que plantea: que no hay diferencia en el nivel educativo, la influencia que ejercen la familia y los amigos, la motivación por el dinero, el éxito, la ambición, la libertad política, la disposición al trabajo y la confianza en otras personas. A ello agrega Cárdenas (2009) que existen emprendedoras de oportunidad y emprendedoras por necesidad, y que es usual en ellas encontrar motivación y compromiso con el desarrollo sustentable para mejorar la calidad de vida.

Se entiende por género como el conjunto de comportamientos, actitudes y valores de hombres y mujeres, el cual es producto de una construcción histórica, social y cultural. Al mecanismo de transmisión y perpetuación de los roles de género se le denomina estereotipo. (Alonso, 2003). La perspectiva de género se incorporó al vocabulario cotidiano mexicano de discusión académica en los años 90. En ese sentido, García, Blanco & Pacheco (1998) desde la dimensión de los estudios socio demográficos plantean tres etapas en el abordaje de la temática de género: la invisibilidad de la actividad económica de la mujer, las diferencias existentes entre hombres y mujeres y su conversión en desigualdades dada la concentración y segregación en actividades económicas y discriminaciones, que dan lugar a las construcciones sociales de género. Es desde el enfoque de la construcción social y cultural del género que analizamos el perfil de las mujeres emprendedoras en la presente investigación. Guerrero Ramos, L. A., & Armenteros Acosta, M. de C. (2010). La actividad emprendedora de las mujeres es diversa y abarca casi todos los sectores de la actividad económica; sin embargo, las diferencias de género aún son importantes, sobre todo cuando medimos la motivación para emprender (Minniti, M.; W. D. Bygrave & E. Autio (2006).

Las investigaciones desde el enfoque de género han crecido en los últimos años, pero se ven reducidos al adentrarnos en el empoderamiento y autonomía económica de las mujeres, en particular en el mundo de los negocios, en el emprendedurismo femenino. Por esta razón resulta de utilidad el comprender cómo se están relacionando las mujeres en la creación de nuevas empresas, y por consiguiente considerar que el emprendimiento liderado por ellas es también un factor clave para incrementar el dinamismo en la economía. (De Bruin, A., C. Brush & F. Welter. (2006) En este sentido plantea Heller (2004, 26), cuando se estudia administración... “uno de los principios básicos indicaba que las funciones son neutras en lo referido a la gestión. Es decir, no está indicado en ningún manual de procedimientos administrativos que las funciones de planificación, dirección, control y supervisión deban ser ejercidas por varones”.

Sin embargo, la práctica cotidiana muestra el escaso número de mujeres ejerciendo dichas funciones, que son realizadas tradicionalmente por hombres. Las investigaciones sobre la conducta emprendedora en general y de las mujeres en particular, es un campo complejo y multidisciplinar. Aunque muchos estudios desde la dimensión psicológica se han centrado en las diferencias individuales de la personalidad típica del emprendedor/a, este enfoque de investigación, además de recibir numerosas críticas metodológicas teóricas, han evidenciado las insuficiencias de los rasgos de personalidad para predecir la conducta emprendedora (Baron, 2002; Gartner, 1988; Robinson, Stimpson, Huefner y Hunt, 1991; Shane y Venkataraman, 2000; Shaver y Scott, 1991) (Citado por Morales Domínguez, F., 2006)

Ello ha conducido a la orientación de las investigaciones centrada en el estudio de variables más dinámicas y modelos que tuvieran en cuenta no sólo aspectos personales, sino también sociales, así como la interacción entre ambos para explicar y predecir la conducta emprendedora. Por lo que, la línea de investigación que está adquiriendo una mayor relevancia en esta área es el estudio de la intención emprendedora. Por lo tanto, el presente trabajo pretende ampliar el estudio del perfil de la emprendedora desde la última perspectiva, es decir, con variables psicosociales en tres espacios: familiar, socio-laboral y personal. Morales Domínguez, F. et al (2006) han encontrado en sus investigaciones que el género, la familia, la experiencia laboral, la educación hacia el autoempleo, el apoyo social, la percepción de barreras y los valores individualistas y colectivistas permiten predecir la intención de crear una empresa o trabajar por cuenta propia. Ha crecido en los últimos años la participación de las mujeres como emprendedoras (empresarias) lo cual se refleja en los datos de Estados Unidos, con el 45% de mujeres

del total de sus empresarios; España donde oscila alrededor del 25% y, en México, apenas supera al 16% (Escoto, 2006). Otro estudio en España revela que catorce de cada cien mujeres ocupadas (en un trabajo remunerado) ha creado su propio puesto de trabajo, su propio negocio, para hacer un profundo análisis de los obstáculos que enfrentan las mujeres a la hora de crear sus empresas, su perfil, las diferencias de género y las políticas de apoyo. (Cámaras de Comercio.

Fundación INCYDE. Servicio de Estudios., 2007). Ello justifica la temática que se aborda en la presente investigación orientado a identificar las características que distinguen a la mujeres emprendedoras a nivel regional. Otro estudio más reciente de Lidia Heller, publicado por la CEPAL, “examina las continuidades y transformaciones en la participación de la mujer latinoamericana en actividades productivas, en un sentido amplio: se incluyen pequeñas y medianas empresas (PYME) y micro emprendimientos”. Se confirma que las tasas de participación de mujeres en el mercado laboral se han incrementado durante la última década en la mayoría de los países de la región, sin embargo persiste la segregación por género en ocupaciones de baja productividad. Ellas siguen concentradas mayoritariamente, en áreas de la economía informal, como el trabajo doméstico, trabajo familiar no remunerado, ocupaciones que ofrecen un empleo precario, de baja calidad, irregular o sin remuneración, por lo cual tienen escaso o nulo acceso a la seguridad social o a la protección social. Es aún muy escasa la proporción de mujeres empleadoras en la mayoría de los países de la región.

(Heller, 2010) Hay estudios que se centran en las competencias: “Compromiso (Estrategia empresarial orientada a la organización y relaciones más que a las innovaciones tecnológicas y tendencia a buscar más la cooperación que la competencia), Participación (Trabajo en equipo), Intuición (Visión), Creatividad (Capacidad de planificación y Flexibilidad), Adaptabilidad (Capacidad para balancear tareas y actividades), Reflexión (determinación en la toma de decisiones), Actitud oportuna (Facilidad para la comunicación interpersonal), Independencia (Liderazgo), Trabajadora (Negociación y comunicación efectiva y Búsqueda de la eficacia y la eficiencia), Seguridad en sí misma e independencia (Gran capacidad para delegar autoridad y tolerancia a la frustración). (Romo Rojas, Suárez Salazar, & Llamas Batres, 2007) En referencia a la construcción de perfiles de mujeres emprendedoras, en Argentina centró la atención en las siguientes características personales: autoeficacia, foco de control, necesidad de logro, así como la presencia y grado de participación de mentores en el desarrollo personal y profesional; y variables culturales. (Rábago, D’Annunzio, & Monserrat).

Un estudio en Chile, plantea que la experiencia, la propiedad y el tipo de emprendimiento que poseen actualmente (capaz de explicar un 21,93 % del perfil) pone de manifiesto la existencia de mujeres con alta experiencia en labores de emprendimiento; las características sociodemográficas (capaz de explicar un 13,69% del perfil presenta a las mujeres con alto nivel socioeconómico y educacional sobre 30 años de edad y casadas, participando activamente en emprendimientos; educación, edad y jefatura de las emprendedoras (capaz de explicar un 11,59 % del perfil) muestra dos perfiles opuestos; y la educación, región y afiliación a grupos y sociedades (capaz de explicar un 9,93 % del perfil) también muestra dos perfiles antagónicos. (Pizarro S., Amorós E., Guerra G., & Leguina R., 2009). El antecedente más difundido en esta dirección en México fue construido en el marco del Primer Encuentro Nacional de Mujeres Empresarias, organizado por el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES). (Zabludovski, 1993). Se reconoce lo limitado de la muestra, y con referencia posterior al incremento de la participación de la mujer en los puestos directivos se plantea que en la década de los 90, se observó un avance significativo en la presencia de mujeres como funcionarias del sector privado y público, ya que éste aumentó del 14.8 % en 1991, a 19,6 en 1995, y a 24.6 % en el año 2000. (Zabludovski, Las mujeres en los cargos de dirección en México).

METODOLOGÍA

La investigación es cuantitativa. Se partió de un estudio previo realizado para la ciudad de Torreón en el que se aplicó el Cuestionario que propuso la tesis doctoral defendida en ESADE, titulada: “Factores que influyen en las nuevas empresas creadas por mujeres”. (Valencia Silva). El mismo se aplicó a las empresarias de Saltillo conformando un total de 95 empresarias (66 en Torreón y 29 en Saltillo), en el período comprendido de Enero a Junio del 2012. Para el procesamiento y obtención de gráficos univariados se utilizó el Excel. Posteriormente se exportó esta base de datos al software IBM SPSS Statistics 19, a fin de recategorizar los datos y realizar otros análisis estadísticos. En particular para el análisis de Resultados, de los 15 indicadores que califican en “éxito” o que afectan los resultados de las nuevas empresas creadas por mujeres emprendedoras, se utilizó un análisis descriptivo de las variables que contempla el instrumento de trabajo, un procesamiento de las variables que nos permitan implementar correlaciones bivariadas de “Pearson” en particular con las variables continuas – familia, resultados de las empresas y objetivos empresariales, además de la validación y factibilidad de la correlación de estas variables, el cual justifica el tratamiento de su análisis en forma grupal promediando su resultados y con ello tener fiabilidad en el tratamiento de la información de los ítems por medio del “ α ” Alpha de Cronbach. Se muestra la operacionalización de las variables del estudio en la Tabla 1.

Tabla 1: Operacionalización de Variables del Estudio

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

Esta tabla muestra las variables analizadas con su definición y forma de cálculo cuando aplica. Las variables de las preguntas 2, 5, 7, 9 y 22 contribuyeron a la Dimensión Emprendedoras: Características Demográficas.

A continuación algunos datos del Estado y lo que representan estas ciudades (Torreón y Saltillo), en cuanto a similitudes e impacto demográfico y socioeconómico en dicho Estado. El Estado de Coahuila colinda al norte con Estados Unidos de América; al este con Estados Unidos de América y Nuevo León; al sur con Nuevo León, Zacatecas y Durango, y al oeste con Durango, Chihuahua y Estados Unidos de América. Cuenta con 38 municipios, con una extensión de 151,595 Km², con una población de 2'748,391 habitantes, el 2.4% del total del país México. La distribución de la población es 90% urbana y 10% rural. La aportación al PIB Nacional es 3%. El comercio corresponde a una actividad terciaria y ocupa el 51.88% en el estado de Coahuila por lo que la presente investigación cobra importancia. El estado de Coahuila cuenta con el lugar número 16 a nivel nacional por el número de habitantes, que son: 2'748,391; siendo 1'384,194 mujeres y 1'364,197 hombres lo que corresponde al 50.4% y 49.6% respectivamente. Las ciudades de Saltillo y Torreón en el Estado de Coahuila, son las que cuentan con mayor número de habitantes; Saltillo, que es la capital del estado tiene una población de 725,123 habitantes siendo el 50,44 % mujeres. Saltillo tiene el 26.4% de la población de Coahuila mientras en Torreón la población es de 639,629 habitantes, de ellos el 51,20 % son mujeres y cuenta con el 23.3% de la Población de Coahuila Torreón es la segunda ciudad más importante, después de Saltillo. Ambas tienen dimensiones geográficas y demográficas similares, y existe una distancia entre ellas de 278 kms.

RESULTADOS Y DISCUSION

La Emprendedora: Características Demográficas

La primera variable que generalmente se analiza en este tipo de estudios es la edad de las emprendedoras. El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que desde hace 12 años realiza y procesa encuestas en todo el mundo sobre las actitudes, actividades y aspiraciones de los emprendedores, durante el 2010 encuestó 175,000 en 59 economías. Cuando GEM analiza este tema de la edad plantea que el grupo de edad de 44 años de edad, es la categoría de edad más prevalente en las economías impulsadas por la innovación (Global que la edad prevalente en Saltillo fue de 40 años y en Torreón de 47. La media entre estos dos resultados es de 43.5. Valdría la pena investigar más profundamente, ya que las economías impulsadas por la innovación están más asociadas a países desarrollados en general, lo cual no es el caso de México.

De acuerdo a un estudio de la CEPAL, el grupo más numeroso de mujeres emprendedoras tiene entre 31 y 45 años. En esta franja etaria, la edad productiva y reproductiva se yuxtaponen. El porcentaje de mujeres casadas es superior entre las emprendedoras (62%) que entre las ocupadas en general (38%), lo que abonaría la tesis de que el emprendedurismo brinda mayores facilidades para compatibilizar la vida personal y familiar. En tanto, éste como otros estudios, destaca que “las emprendedoras presentan mayor nivel educativo que sus pares varones.(Heller, 2010)En la muestra de Saltillo se obtuvo mayor representatividad entre las edades 31-39 y 48-55 años de edad, ambas con 24% cada una. Solo 4 personas fueron identificadas dentro de la dinámica de los emprendedores jóvenes, en un rango de edad entre 24 y 31 años, y 5 de las que se consideran mayores de edad, es decir, mayor de 55 años. El promedio de edad de las encuestadas es de 40 años y esto nos permite pensar que se tienen una madurez como emprendedoras o empresarias. En el estudio realizado en Torreón, se obtuvo representatividad entre las edades 40 y 47 años de edad con 33%, seguido de 24 % para las edades comprendidas entre 31-39 años. (Guerrero Ramos, Armenteros Acosta, López Chavarría, Canibe Cruz, & Reyna García, 2012)

Los estudios socio demográficos sobre la inserción de la mujer en el vida laboral, muestra que en los años 80 la edad desde los hombres eran en las edades más productivas mientras la participación de las mujeres era de jóvenes y solteras. Aunque se ha producido cambio pues en la actualidad son las mujeres de mayor edad, casadas y con hijos las que han incrementado su incorporación al trabajo extra doméstico; y en cuanto a las transformaciones sectoriales se enfocaba a las características del sector industrial. (García, B.; M. Blanco & E. Pacheco, 1998) En lo referido al estado civil, esta investigación encontró que, para Saltillo, el 62 % de la muestra estudiada son casadas o viven en pareja, mientras que el 7 % son solteras,

el 24 % divorciadas o separadas, y un 7% es viuda. En el caso de la ciudad de Torreón, el 59 % son casadas o viven en pareja, mientras que el 21 % son solteras, el 14 % divorciadas o separadas, y un 6 % es viuda. En ambos casos, el 76 % afirma tener hijos mientras el 24 % no los tiene. Se corresponde en general con el perfil que tienen los emprendedores, casados y con hijos. (Valencia Silva M. M.)

Los resultados de este estudio coinciden con otros en afirmar que el nivel de educación tiene un impacto positivo sobre la entrada inicial de una empresa y su resultado futuro y con el estudio de referencia ya que en ese estudio, el 65 % de las empresarias tienen Educación Superior coincidiendo con la media española (Valencia Silva M. M.). En el estudio realizado, para Saltillo el 48 % de la muestra tiene este tipo de estudios (universitarios), completando un 86 % al considerar los estudios de nivel medio (38 %). El estudio en Torreón encontró 68 % con estudios universitarios y 21 % con estudios de nivel medio, para un total de 89 %. Según Sánchez-Apellániz (2003), el nivel de formación de las mujeres empresarias en Andalucía no es muy alto, quedando la mayoría en educación primaria o con estudios superiores. Las que poseen estudios universitarios suelen ser las más jóvenes, quienes laboran, preferentemente, en el sector de los servicios. Sus principales obstáculos para crear empresas son el financiero, la falta de una cultura empresarial, falta de formación, el considerar la actividad empresarial una tarea dura y con pocas recompensas y la poca propensión a tomar riesgos. El perfil general de las mujeres emprendedoras en Chile presenta una mayor edad comparado con otros países del entorno GEM. En su mayoría tienen estudios de educación superior y son casadas o viven en pareja. Sin que esto represente un hecho categórico, el emprendimiento de mujeres pudiera estar relacionado con la propia estabilidad familiar. (Amorós & Pizarro, 2006). Valencia Silva afirma que se puede decir en general que el motivo de las empresarias para crear una empresa es para aprovechar una oportunidad de negocio, siendo una minoría las que lo hacen por necesidad, aunque se observa en los países de bajos ingresos que el porcentaje de emprendedores por necesidad se incrementa. Su estudio en España reveló que un 29 % lo ha hecho tanto por necesidad como oportunidad, y solo un 8 % lo hace por necesidad. (Valencia Silva M. M.)

La realidad en Latinoamérica es totalmente diferente, y así lo confirma un estudio realizado en el 2010 para América Latina, donde se reconoce que en su mayoría, las mujeres se convierten en empresarias más por necesidad que por vocación, y el mayor reto que enfrentan es superar el rezago en diversas áreas, fundamentalmente en la conciliación entre familia-trabajo, por lo que se considera que el tipo de políticas públicas debe ser diferenciado para impulsar las PYMES de hombres y mujeres”. (Secretaría Permanente del SELA, 2010) Tanto para las ciudades de Torreón como la de Saltillo se identificó un predominio de la combinación de motivos para emprender (Necesidad y Oportunidad); 41 y 47 para Saltillo y Torreón, respectivamente. En el análisis por separado es mayor en un 7 % el Motivo Oportunidad (31 %) con respecto al de Necesidad (24 %) en el caso de Saltillo y en Torreón resultó que para el 27 % el Motivo es Necesidad y para 23 % es Oportunidad.

Algunas características personales como su estado civil, si existen personas que dependen de ella son factores también que afectan sus motivaciones. La muestra de emprendedoras en Saltillo tiene un 45 % de mujeres con hijos menores de 18 años, y un 31 % mayores de 18, así como el 21 % familiares mayores. En Torreón solo 15 de las 66 mujeres encuestadas no tienen dependientes económicos. Un resumen comparativo de todos estos aspectos analizados se muestra en la Tabla 1.

Entorno y Organización

En esta dimensión cobra especial importancia el análisis de la accesibilidad y disponibilidad de capital. Algunos estudios plantean que las mujeres son discriminadas por las instituciones bancarias y otros que no. La mayor evidencia parece indicar que bien sea por ser mujer o porque sus empresas son generalmente muy pequeñas por lo que no cumplen con los requisitos para el crédito, no acceden con facilidad a ellos. Otro aspecto crucial son las redes de relaciones en que se apoyan las mujeres empresarias tanto formales como informales, con múltiples actores desde familiares hasta organizaciones

consolidadas, tales como asociaciones, cámaras, etc. Un mentado estudio de “Women Networks Eurochambres” revela que tanto la simple participación como los puestos ocupados por mujeres en asociaciones profesionales son mínimos, y que a pesar de que han crecido las mujeres empresarias, existe una tendencia demostrada a la homofilia en todas las asociaciones tanto de hombres como de mujeres, que las mujeres se afilian más por motivos afectivos y los hombres por motivos más instrumentales; y además las mujeres tienen falta de tiempo para dedicarse a esto por el asunto de conciliar la atención a los hijos, etc. (Valencia Silva M. M., 2010)

Tabla 2: Resumen Comparativo del Perfil de las Mujeres Emprendedoras en Saltillo y Torreón, Coahuila, México. Dimensión Emprendedora

CARACTERÍSTICA	SALTILLO	TORREÓN
EDAD PROMEDIO	Promedio de edad – 40	Promedio de edad – 47 77 % de 31 a 55, 33 % de 40 a 47 años
EDUCACION	69 % de 31 a 55, 14 % de 24 a 31 años, 14% más de 55. 48 % tiene estudios universitarios, superando los niveles de comportamiento de los países de altos ingresos.	68 % tiene estudios universitarios, superando los niveles de comportamiento de los países de altos ingresos.
MOTIVACIONES	Predomina en un 41 % la conjunción de motivos, seguido de la Oportunidad (31 %)	Predomina en un 47 % la conjunción de motivos, seguido de la Necesidad (27 %)
SECTOR DE SUS EMPRESAS DEPENDIENTES ECONÓMICOS	Comercio (39 %), Servicios (25 %), 36 % (Industria) El 76 % de las mujeres emprendedoras tienen dependientes económicos. (Hijos menores o mayores de edad)	Servicios (41 %), Comercio (33 %) El 77 % de las mujeres emprendedoras tienen dependientes económicos. (Hijos o familiares)

Esta tabla 2 muestra el comportamiento de las características observadas la dimensión Emprendedora en ambas ciudades, se denota similitud en general, aunque hay una diferencia porcentual de 20 en el caso del Nivel de Estudio.

Platea Rosa & Hamilton (1994), que en el caso de emprendimientos de mujeres, es usual que el número de socios sea menor y que, además, busquen en parientes sus primeros socios. Los resultados de este estudio son en general, coincidentes con estos hallazgos anteriores ya que las empresarias se apoyan mayoritariamente en la pareja, padres, hermanos e hijos (en ese orden). En afiliación a Asociaciones profesionales de las 29 mujeres emprendedoras encuestadas en Saltillo, el 31 % considera su participación en asociaciones empresariales activa, mientras en Torreón, solo 5 de las encuestadas (para un 7,5 %) manifestó pertenecer a alguna Asociación profesional.

Global Entrepreneurship Monitor considera que las empresas que sobrepasan los 3 años de operación ya pueden considerarse como consolidadas. Las 29 empresas estudiadas en Saltillo son micro empresas. En el análisis de su antigüedad se aprecia que el 80 por ciento son empresas que pueden considerarse como consolidadas pues tienen más de 3 años e inclusive el 17 % tiene desde 11 años hasta más de 20 de creada. Incluso tres de ellas con una antigüedad mayor de 20 años y representa el 10 % de la muestra, tenemos 28 empresas menor a 19 y mayor de 3 años. Esto habla muy bien de las emprendedoras en Saltillo ya que han logrado consolidar sus microempresas cuando se conoce el fenómeno más grave que ocurre con las PYMES que radica en lo efímero de su existencia.

En el caso de Torreón, del total de la muestra seleccionada de 66 emprendedoras, en esta pregunta sobre la antigüedad de la empresas, quedará representada por una “sub-muestra”, ya que no contestaron a este reactivo 19 personas, sin embargo, el análisis en Saltillo arroja que se tienen de las 47 empresas, 23 de ellas con una antigüedad mayor de 20 años y representa el 49% de la “sub-muestra”, tenemos 20 empresas menor a 19 y mayor de 3 años. (Global Entrepreneurship Monitor) Por último, en este aspecto se analizan las actividades que se llevan a cabo previamente a la creación de la empresa. Un elemento crucial es la creación de un plan de negocios o empresa, y está ampliamente demostrado en la literatura, que en general las mujeres emprendedoras no desarrollan este plan.

Otro aspecto estudiado en el proceso es la definición de objetivos empresariales en lo que existe el consenso al plantear que las mujeres priorizan objetivos de tipo no económico. En este estudio, para Saltillo, un 79.3% de las encuestadas no desarrollo un Plan de negocios, mientras que el 3.4% no

respondió a esta pregunta lo que equivale a 1 encuestada, mientras en Torreón, un 67 % de las encuestadas no desarrolló un Plan de negocios. La justificación del presente estudio en cuanto a los resultados que se obtengan en la conclusión, será confiable al tener la valoración de ambas muestras con sus respectivos ítems contrastados en sus correlaciones en la tabla 3.

Tabla 3: Referencia Comparativa del Alfa de Cronbach con Respecto a los Resultados

	Económicos:	Individuales:	Sociales:
Resultados	** Estos resultados están conformado por los 5 ítems: “Ventas”; “Beneficio”; “Cuota de mercado”, “los productos o servicios ofertados” y “Resultados globales”.	** Estos resultados están conformado por los 6 ítems: “Satisfacción personal”; “Autoestima”; “Calidad de vida personal”; “Relación con la familia”; “Relación afectiva” y “Conciliación vida profesional”.	** Estos resultados están conformado por los 3 ítems: “Relaciones sociales”; “Visibilidad pública” y “Contribución a la sociedad”.
* Alfa de Cronbach en el procesamiento de Saltillo.	0.844	0.722	0.767
* Alfa de Cronbach en el procesamiento de Torreón.	0.938	0.925	0.900
Promedio	0.891	0.824	0.834

**El alfa de Cronbach por debajo de 0,5 muestra un nivel de fiabilidad no aceptable; si tomara un valor entre 0,5 y 0,6 se podría considerar como un nivel pobre; si se situara entre 0,6 y 0,7 se estaría ante un nivel débil; entre 0,7 y 0,8 haría referencia a un nivel aceptable; en el intervalo 0,8-0,9 se podría calificar como de un nivel bueno, y si tomara un valor superior a 0,9 sería excelente., en cuanto a correlación de Pearson entre los ítems *. La correlación es significativa al nivel 0,01 (unilateral). **. La correlación es significativa al nivel 0,05 (unilateral). **

En el procesamiento de la comparación de los resultados obtenidos en la ciudad de Saltillo y Torreón, si existe justificación, ver tabla 3, ya que al poder obtener la correlación entre los 15 ítems agrupados en los tres tipos de resultados Económicos, Individuales y Sociales, con la validación promediada del Alfa de Cronbach en ambas entidades nos permite inferir que los resultados que surjan del comparativo tiene un nivel bueno, ya que se está en el intervalo de fiabilidad de (0.8 - 0.9 se podría calificar como de un nivel bueno). No se analizaron en detalle los niveles de facturación pues los datos recabados no resultaron confiables, sin embargo, en el análisis de la evolución de la facturación de sus empresas desde su fundación, en Saltillo, un 77 % responde afirmativamente, otro 11 % irregular/inconstante, y restante 4 % en cada una de las siguiente responde que ha permanecido igual, contesta negativamente, y otros; mientras que en Torreón, 40 % responde afirmativamente, otro 40 % negativamente, y el restante 20 % responde que ha permanecido igual o no responde.

Los resultados de las empresas fueron valorados por sus propietarias. Ellas consideraron como habían sido en los últimos tres años a través de 15 ítems, los cuales fueron distribuidos en tablas de frecuencias, para con ello, poder obtener la correlación entre los 15 ítems agrupados en los tres tipos de resultados con la validación de Alfa de Cronbach: Económicos, Individuales y Sociales.

Indicadores o Desempeño Económico: La variable de Resultados Económicos quedó constituida por los ítems: “Ventas”; “Beneficio”; “Cuota de mercado”, “los productos o servicios ofertados” y “Resultados globales”. Estos cinco ítems fueron promediados con un Alpha de Cronbach = 0.844. La gran mayoría de las empresarias estudiadas manifiestan que su empresa obtuvo un incremento regular en sus resultados económicos, ya que se tiene un promedio de 5.9 sobre la escala de likert del 1 al 7, en el cual se puede distinguir que se considera igual las ventas en los últimos 3 años, sin embargo en específico para el ítem ‘Rentabilidad y beneficios’, el promedio de respuesta es de 6.32, el cual se interpreta como extremadamente importante Estos resultados son muy similares a los obtenidos en el estudio en Torreón (Guerrero Ramos, et. Al, 2013), pues el promedio en la escala de Lickert fue de 4.9, y también se interpreta en Saltillo como extremadamente importante el ítem “Rentabilidad y Beneficio” con un 6.46.

En la Tabla 4 puede observarse respecto al ‘Crecimiento en Ventas’, se tiene que un promedio de 6.52 en la escala manejada, mientras que para la ciudad de Torreón fue de 6.46, lo que implica que se vea muy

significativo en ambas ciudades, y un 62.1% de la encuestadas en Saltillo, están manejando la importancia en forma significativo del crecimiento de las ventas. Comparativamente con la ciudad de Torreón, las emprendedoras de esta última ciudad le atribuyen una mayor importancia, pues el 92.06 % lo consideró como muy importante. Situación similar ocurre en cuanto a la ‘Supervivencia de su Empresa’ podría decirse que es extremadamente importante, pero más importante para las emprendedoras en la ciudad de Torreón, ya que, frente a un 69% que así lo considera en Saltillo, resultó un 94 % en Torreón, mientras que, tan sólo un 3.4% no lo considera como importante en Saltillo, y menos aún, un 1.5 % en Torreón le confiere esta menor importancia.

Tabla 4: Estadísticos Totales- Resultados Económicos

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
LAS VENTAS	24.43	129.661	0.061	0.632	0.831
EL BENEFICIO	24.21	130.767	0.035	0.797	0.839
LA CUOTA DE MERCADO	24.32	129.041	0.064	0.616	0.828
LOS PRODUCTOS O SERVICIOS OFERTADOS	21.82	16.374	-0.068	0.264	0.872
LOS RESULTADOS GLOBALES	23.79	120.545	0.433	0.510	0.869

Reconoce que mayor de (.800) es factible la correlación de estas variables de los resultados económicos y con ello se justifica el tratamiento de su análisis en forma grupal promediando su resultados y con ello tener fiabilidad en el tratamiento de la información de los ítems.

Aspectos Motivacionales y Sociales

Los resultados individuales que muestran la motivación personal de las empresarias al emprender, están conformado por los seis ítems: “Satisfacción personal”; “Autoestima”; “Calidad de vida personal”; “Relación con la familia”; “Relación afectiva” y “Conciliación vida profesional”. Los seis ítems fueron promediados y tienen, un Alpha de Cronbach = 0.722. En la escala de Lickert del 1 al 7, se puede distinguir que se considera muy buenas en los 6 ítems que componen este bloque de resultados individuales de la emprendedora en los últimos 3 años, apreciándose en general resultados similares en los estudios de ambas ciudades (Tabla 5), 6.48 en Saltillo y 5.5 en Torreón.

Tabla 5: Estadísticos de Resultados Individuales

	SATISFACCION PERSONAL	AUTOESTIMA, CONFIANZA EN UD MISMA	CALIDAD DE VIDA PROFESIONAL	RELACION CON LA FAMILIA	RELACION AFECTIVA	CONCILIACION VIDA PROFESIONAL Y PERSONAL
N Válidos	29	29	29	29	29	29
Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media	6.45	6.48	6.48	6.17	6.21	6.07
Desv. típ.	0.948	0.829	0.688	0.805	0.902	1.193
Varianza	0.899	0.687	0.473	0.648	0.813	1.424
Rango	4	3	2	3	3	4
Máximo	7	7	7	7	7	7

En esta Tabla 5 se determinan los descriptivos con respecto a las medidas correspondientes de los indicadores de los resultados individuales en el cual se tiene un promedio de 6.21 con respecto a la escala de likert de 1 al 7, con una mínima desviación de .688 y como máxima de 1.193 con respecto a los 6 indicadores.

La gran mayoría de las emprendedoras puntúan alto el ítem de ‘Satisfacción personal y Mejorar su nivel económico’, un 79.3% de ellas (23) lo consideran en lo más alto de la escala y, el resto de empresarias distribuye sus valores arriba del punto de indiferencia de la escala. Quedando así, un 17.2% para el siguiente nivel más alto de la escala y un 3.4% (1) para las que consideraron habían tenido un aumento medianamente importante. Sin embargo el ítem mejor evaluado en el estudio de Torreón fue “Flexibilidad

para conciliar trabajo y vida personal” con un 69.7 %. Los resultados sociales están medidos con los tres ítems: “Relaciones sociales”; “Visibilidad pública” y “Contribución a la sociedad”. Estos ítems fueron promediados y tienen, un Alpha de Cronbach = 0.767. En una escala de Lickert del 1 al 7, en el cual se puede distinguir que se considera “igual”, es decir que no aumentó y tampoco disminuyó significativamente los resultados en los 6 ítems que componen este bloque y que concierne a los últimos 3 años, es que fue valorado el impacto social de sus empresas, con un promedio de 5.9 para la ciudad de Saltillo, en el estudio en Torreón fue de 4.4. (Tabla 6). En cuanto al ítem ‘Alcanzar un estatus social’ como resultado del tener su propia empresa fue valorado en la escala de respuesta con (2) personas como nada importante el cual representa el 6.9% y un 34.5% (10) emprendedoras lo considera como extremadamente importante. En esta parte del estudio se aprecian diferencias con Torreón, pues un 12.1 % de las encuestadas en Torreón consideró como nada importante este aspecto y el 63.6 % consideraron extremadamente importante “Alcanzar un estatus social”

Tabla 6: Estadísticos Totales-Resultados Sociales

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
RELACIONES SOCIALES	11.14	4.552	0.579	0.363	0.712
VISIBILIDAD PUBLICA	11.45	5.185	0.548	0.324	0.745
CONTRIBUCION A LA SOCIEDAD	11.55	3.970	0.686	0.471	0.584

Se muestra en esta tabla el análisis global de los Resultados de la Empresa donde se observa claramente y se confirma que las emprendedoras priorizan otros resultados diferentes a los económicos. En los resultados del ámbito social si se ve una clara tendencia positiva, ya que un 24.1% de las emprendedoras (7) valora como muy significativo la contribución de su empresa a la sociedad ('Contribuir a la sociedad'). Pero, un 37.9% lo coloca ligeramente importante (11) y hay un 10.3% (3) que lo sitúa en el punto de aumento un poco.

CONCLUSIONES

No hay estudios recientes en México para definir ni sistematizar un perfil de la mujer emprendedora. Los antecedentes encontrados establecieron en 1993 un perfil a partir de un cuestionario aplicado a 178 mujeres emprendedoras, mayoritariamente del centro de México, que asistieron al primer Encuentro de Mujeres Emprendedoras. Investigar el emprendimiento de las mujeres es un indicador de crecimiento económico y de desarrollo social, por lo que el presente estudio empírico contribuye a comprender el rol de la mujer emprendedora y mostrar datos que son de utilidad tanto para las personas que estudian el emprendimiento en su conjunto, así como para las instituciones públicas, educativas o sociales, que tratan de impactar a través de políticas, programas o iniciativas que fomenten y soporten la actividad emprendedora de las mujeres y mejorar los indicadores de equidad de género en el país y las regiones.

La investigación podrá dar una mejor perspectiva si profundiza en las desigualdades de género que se dan dentro de los sectores empresariales y amplios el contexto a las mujeres que ocupan cargos de directivos en los sectores prioritarios en cada una de las regiones.

No obstante el estudio realizado nos permite afirmar que en general son muy similares las características de las emprendedoras en las ciudades de Saltillo y Torreón, atendiendo a las dimensiones y variables analizadas. A continuación se retoman las principales coincidencias y diferencias. El promedio de edad es menor en Saltillo (40) con respecto a Torreón (47); hay mayor porcentaje de mujeres emprendedoras en Torreón, con nivel universitario (68%), que en Saltillo (48%); en ambas ciudades predomina la conjunción de motivos para emprender (pero en Saltillo prevalece la necesidad y en Torreón, la oportunidad); el comportamiento en los sectores es similar, mayormente en comercio y servicios, y más de 75 % en ambos estudios tienen hijos menores o dependientes económicos. En ambas ciudades el “Crecimiento en Ventas” fue valorado de forma similar (6.52 en Torreón y 6.46 en Saltillo, sin embargo un 62.1% de la encuestadas en Saltillo, están manejando la importancia en forma significativo del

crecimiento de las ventas, pero comparativamente con la ciudad de Torreón, las emprendedoras de esta última ciudad le atribuyen una mayor importancia, pues el 92.06 % lo consideró como muy importante.

Situación similar ocurre en cuanto a la ‘Supervivencia de su Empresa’ podría decirse que es extremadamente importante, pero más importante para las emprendedoras en la ciudad de Torreón, ya que, frente a un 69% que así lo considera en Saltillo, resultó un 94 % en Torreón, mientras que, tan sólo un 3.4% no lo considera como importante en Saltillo, y menos aún, un 1.5 % en Torreón le confiere esta menor importancia. En cuanto al ítem ‘Alcanzar un estatus social’ como resultado del tener su propia empresa fue valorado de manera diferente entre las emprendedoras de Torreón y Saltillo, en Saltillo 6.9% (nada importante) y un 34.5% (extremadamente importante). Sin embargo en Torreón, 12.1 % lo consideró como nada importante y el 63.6 % consideraron extremadamente importante.

El puntaje más alto en los aspectos motivacionales y sociales en el estudio en Saltillo fue ‘Satisfacción personal y Mejorar su nivel económico’ con un 79.3% de ellas que lo consideraron el más alto de la escala; sin embargo el ítem mejor evaluado en el estudio de Torreón fue “Flexibilidad para conciliar trabajo y vida personal” con un 69.7 %. Para buscar generalizaciones se requiere ampliar las muestras de forma probabilística por sectores, abarcando otras ciudades del estado, lo que continuaremos realizando como parte del proyecto de investigación que estamos desarrollando. No obstante los resultados aquí expuestos son de gran utilidad, ya que Saltillo es la capital del estado y Torreón una de sus ciudades de mayor desarrollo. Por otra parte se corrobora un comportamiento, en general coincidente con otros estudios previos analizados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alonso, I. (2003) El enfoque integrado de género. Políticas de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en la Junta de Andalucía. España: Instituto Andaluz de Administración Pública. 249 p.

Amorós Espinosa, J. E. & Pizarro Stieповiæ, O. (2006). Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio. *Universidad & Empresa*, 5(11) 15-32. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187217476002>

Anzola, Sérvulo. (2003) Evento : El impacto de la cultura emprendedora. Disponible en: <http://produccionintelectual.nur.edu/archivos/emprededurismo.pdf>

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

Cárdenas, M. J., (2009) Mujeres emprendedoras y los beneficios del desarrollo sustentable en proyectos de inversión. *Revista Ostara*. Universidad Autónoma de Aguascalientes. Num. 1 y 2, época 1, 119-120.

De Bruin, A., C. Brush & F. Welter. (2006) Introduction to the Special Issue: Towards Building Cumulative Knowledge on Women’s Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 30 (5), 585-593.

Djankov, Simeon, et. al. (2006) Entrepreneurship in China and Russia Compared. *Jornal of the European Economic Association*. Vol. 4, no. 2-3, 352-356.

Escoto, J. (2006) Empresarias en México. Recuperado de: <http://gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar1evolution.htm>.

García, B.; M. Blanco & E. Pacheco. (1998) Género y Trabajo extradoméstico. El Colegio de México. *Global Entrepreneurship Monitor*. (s.f.). 2010. *Women’s Report*. Recuperado de: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/768>

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

Guerrero Ramos, L. A., et. al. (2013). Construcción de un perfil de las mujeres emprendedoras en Torreón, Coahuila, México. *Revista Internacional Administración & Finanzas*. Vol. 6, no. 4.

Heller, L. (2004) *Nuevas voces del liderazgo: Dilemas y estrategias de las mujeres que trabajan*. Buenos Aire: Nuevo Hacer. Grupo Editor Latinoamericano.

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

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

Minniti, M.; W. D. Bygrave & E. Autio. (2006) *Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report 2005*. Babson College y London Business School. Babson Park MA. Y Londres, UK.

Morales Domínguez, F. (2006) El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, vol. 22, núm. 1, 2006, pp. 75-99, Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid España.

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

Quevedo Monjarás, L.M; Izar Landeta, J. M.; Romo Rojas, L. (2010) Factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos y México. *Investigación y Ciencia*, vol. 18, núm. 46, marzo, pp. 57-63, Universidad Autónoma de Aguascalientes México.

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

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

Rosa, P. & D. Hamilton. (1994) Gender and ownership in U.K. small firms. *Entrepreneurship theory and Practice*, 18 (3), 11-27.

Sánchez Apellániz. (2003) *Mujeres empresarias y directivas. Políticas de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en la Junta de Andalucía*. España. Instituto Andaluz de Administración Pública. 249 p.

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

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

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

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

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

RECONOCIMIENTOS

A todas las mujeres empresarias que con su apoyo y colaboración hicieron posible realizar este trabajo de investigación. A Mercedes Jalbert y su equipo del IBFR, por su gran esfuerzo y loables resultados en la consolidación de espacios para la comunicación científica y el incremento de la visibilidad de la ciencias económicas y administrativas de los países latinoamericanos, en particular, de los investigadores mexicanos, o extranjeros que residen en México.

BIOGRAFÍAS

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

Elizabeth Lourdes Gómez Gutiérrez Mexicana Lic. En Relaciones Industriales en 1980 en el Instituto Tecnológico Regional de Matamoros. Master en Administración con especialidad en Recursos Humanos por la Universidad Autónoma de Coahuila. Actualmente Estudiante de Doctorado en Administración y Alta Dirección por la Universidad Autónoma de Coahuila y Catedrática de la misma Institución. Manejo de Seguimiento Egresados y Vinculación empresarial. Dirección institucional: Blvd. Venustiano Carranza y González Lobo. Col. República Oriente. C.P. 25280. Saltillo, Coah. Email: elourgg@hotmail.com

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