

# **CREACIÓN DE EMPRESAS: UNA ALTERNATIVA DE LAS MUJERES EN LA CRISIS ECONÓMICA EN LA ERA DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO**

FEMINISMOS Y CAMBIOS SOCIALES, POLÍTICOS, CULTURALES Y ECONÓMICOS  
EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

Alejandra Arroyo MS

## **Resumen**

La crisis económica y financiera ha producido cambios significativos en la cultura y en las sociedades proyectando transformaciones que conllevan cambios en el aspecto del trabajo. En la globalización las relaciones entre la empresa, el trabajador y el empleo sufren cambios debido a la revolución tecnológica imperante y globalizada en donde el trabajo humano está siendo reemplazado por la máquina. Entramos en la llamada Sociedad de la Información y el Conocimiento la cual reestructura las formas de organización social así como la manera de transmitir conocimiento y aprehenderlo, que involucra la manera de emprender negocios. Las mujeres se introducen en estos escenarios frente a la difícil situación en la que se encuentran con formas de empoderamiento social y empresarial.

**Palabras clave:** Empresa TIC Empoderamiento

## **INTRODUCCIÓN**

La economía mundial y la crisis económica están produciendo cada vez más cambios al interior de la sociedad en su conjunto que necesariamente trae consigo cambios significativos en el aspecto del trabajo. Se observan transformaciones en las relaciones de trabajo entre la empresa y el trabajador, donde se aprecia que, debido a la revolución tecnológica imperante y globalizada, el trabajo humano está siendo reemplazado por la tecnología (Rifkin, 2010). En efecto, entramos en la llamada sociedad de la información y el conocimiento la cual reestructura las formas de organización social así como la manera de transmitir conocimiento y aprehenderlo, que involucra la manera de emprender empresas y negocios donde las mujeres comienzan a introducirse produciendo cambios importantes en la manera de insertarse en el mundo económico que las apoye en la difícil situación en la que se encuentran frente a una crisis extendida que ha producido cambios incluso en su vida dentro de sus hogares en materia de trabajo productivo y reproductivo.

Dos aspectos son fundamentales en este proceso: la organización social y las formas en las que ésta se comunica. La información es cada vez más visible en la política, las instancias gubernamentales y la sociedad y se puede observar el crecimiento en las ocupaciones más especializadas en las actividades de la información y la comunicación (Pinto, 2009). Una cuestión fundamental es la velocidad con las que se adaptan las instituciones políticas, gubernamentales, sociales e industriales para aprovechar las nuevas formas debido a las innovaciones tecnológicas. Estas tecnologías ofrecen ambientes de alta competitividad no sólo entre las personas, sino entre los países que se adueñan de las nuevas técnicas de trabajos y productividad.

En este sentido, en un escenario de crisis económica y desempleo como la que recorre el mundo globalizado actual se pueden conformar aspectos positivos si se aprovecha la situación para fomentar lo que las nuevas formas de creación de empresas han llamado el emprendizaje, el cual supone una renovación de los sectores que motiva a los emprendedores.

En este sentido, cada vez más se observa la inserción de las mujeres en el mundo empresarial. Desde la creación de micro, pequeñas y medianas empresas, las mujeres se habilitan para entrar al mundo de los negocios y la gestión de emprendimientos empresariales que les permiten salir del estado crítico en materia de ingresos y ponen de manifiesto sus capacidades en este terreno.

Así, de acuerdo con el BID, para 2012, el empleo total para hombres y mujeres por tamaño de la empresa en América Latina y el Caribe comparado con la Unión Europea, las microempresas en ALyC representan el 66.5% contra el 29.1% de la UE; las pequeñas y medianas empresas representan en ALyC el 20%, mientras que la para UE son del 38%, mientras que la gran empresa en ALyC sólo alcanza el 13% contra el 32% en la UE. Esto hace que el 86.5% de las empresas en ALyC sean pequeñas y medianas (MIPYME)<sup>1</sup>.

En México, las instancias financieras y gubernamentales han instaurado interesantes programas de gestión de empresas para las mujeres emprendedoras. Su habilitación, principalmente, recae en la gestión de micro-créditos para iniciar sus pequeñas empresas, así como las instruye en el manejo y dirección de la empresa para que ésta sea productiva y con el menor riesgo posible.

Este capítulo trata de las condiciones por las que las mujeres emprenden en negocios, sus motivaciones, tanto económicas como personales, las instancias a las acuden para su apoyo para su habilitación, lo que constituye un paso más en su empoderamiento, entendido éste como el proceso de potenciación de las personas en la sociedad que contribuye al mejoramiento de sus condiciones y su capacitación en las diferentes esferas sociales. Las definiciones de este término varían desde el punto de vista de la psicología, las ciencias políticas, el derecho, la economía y la educación, y se usa como sustituto de integración, participación, identidad, desarrollo y planeación. El empoderamiento se presenta como una estrategia metodológica para los proyectos de desarrollo y crecimiento (Arroyo, 2010: 182-183).

Las actuales teorías del emprendizaje, entendido como la manera de crear modelos de actividad para desarrollar productos y servicios que satisfagan las necesidades básicas de las comunidades y la transformación empresarial ([Hitt, et. al., 2001; Borrás, et.al., 1997; Bernaras, 2010], tiene implicaciones directas en las áreas sobre las que actúa con objetivos prioritarios como son la innovación tecnológica y la innovación social. Surge a partir de las necesidades y especificidades de la Sociedad de la Información o la Economía de la Información, la cual está permitiendo que las personas comiencen negocios a partir de las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's), recursos informáticos que están generando cambios en las formas de organización de una empresa (Arroyo, 2012).

Las TIC's agrupan elementos y técnicas usados en el tratamiento y la transmisión de la información y la comunicación, principalmente la informática, internet y las telecomunicaciones, que permite disminuir la brecha digital aumentando el número de usuarios que las utilizan como medio tecnológico para el desarrollo de sus actividades. Es a través de estos medios, como internet, que se sostiene actualmente el modelo proveedor-cliente en los negocios con una gran sofisticación, en función de las posibilidades tecnológicas de evolución de la forma de prestar el servicio.

La nueva generación de servicios TIC ha propiciado un cambio radical con la aparición de fórmulas de cooperación entre usuarios de la red rompiendo con el paradigma clásico de proveedor-cliente.

Estos nuevos canales de difusión de productos y servicios que las TIC's aportan ha facilitado el comercio electrónico, como la banca online, donde se hacen todo tipo de transacciones bancarias, el acceso a contenidos informativos y de ocio y acceso a la administración pública, así como ha permitido el auge del llamado comercio electrónico a la que pueden acceder los ciudadanos que cuentan con las nuevas tecnologías.

---

<sup>1</sup> BID (2010) citado de OIT (2012).

En los últimos años, la aparición de comunidades virtuales y modelos cooperativos han venido configurando un conjunto de formas de trabajo en la red que generan colaboración de servicios través de nuevos procesos como el diseño de páginas dinámicas y blogs, la instrumentación de redes sociales que enlazan a usuarios y comunidades, la facilitación para tener acceso a música y videos, etc. Pero también están cambiando de forma radical la manera en que las empresas y los profesionales están usando internet para sus negocios, mejorando la eficacia de la toma de decisiones a través de un mejor conocimiento del entorno en el que opera, y la comunicación rápida con sus clientes y proveedores, creando también cadenas productivas. A nivel de la estructura de la empresa y su gestión, las nuevas tecnologías ofrecen una organización menos jerarquizada y la información al interior de la empresa es más sistemática, rápida y práctica, mejorando también la gestión de los recursos humanos. A nivel comercial, se extiende su potencial de mercado a través del comercio electrónico, baja los costos logísticos, y favorece el desarrollo de las innovaciones de la empresa en servicios y productos a partir de la respuesta de las necesidades de los consumidores que de manera rápida dan a los servicios y productos obtenidos. Tener una página web del negocio mejora la imagen de la empresa, como empresa innovadora.

De acuerdo con la OIT, en la última década se ha producido un incremento notable en la penetración de nuevas tecnologías de la información en la región latinoamericana a través de internet. Así, en un estudio realizado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones<sup>2</sup>, el porcentaje de las personas que usan estas tecnologías va en aumento desde el año 2000 que registraba 3.9 % hasta alcanzar en el año 2010 el 34.1 %, estimando que el proceso se consolidará entre los años 2010-2020. Este mayor uso de las tecnologías genera incremento en la productividad y en el desarrollo de los mercados de trabajo en la región y aporta a la generación de empleo, y sin embargo, en comparación con otros países de la OECD, ésta es la región más rezagada (OIT, 2012: 34-35).

Es así como aprovechando estas nuevas tecnologías, las mujeres entran como emprendedoras al mundo de los negocios.

## **I. Las mujeres emprendedoras**

En años recientes, frente a las pocas oportunidades que la población en general tiene para incorporarse de manera formal a las fuentes de trabajo digno –en términos de salarios y condiciones de seguridad en el empleo–, además de la estrepitosa caída de éste en Europa y Estados Unidos, las mujeres lo padecen más, a partir de su rol cultural en el cual se encargan mayoritariamente de sus hogares y sus hijos y el empleo formal se presenta incompatible con su forma de vida. De este modo es que se acrecienta la entrada de las mujeres al mundo empresarial, creando micro, pequeñas y medianas empresas algunas desde sus hogares, o comenzando por éstos, hasta expandirse.

Las nuevas tecnologías que cada vez se esparcen más por el mundo han creado desde ya algunos años el modelo empresarial a través de las TIC's, en términos de micro, pequeña y mediana empresa de manera formal, debido al aprendizaje que se ha venido dando desde el mercado informal, donde las mujeres dejan ver su presencia como una respuesta a la crisis económica, financiera y de empleo.

Es hasta recientemente, que debido a la cada vez mayor inserción de las mujeres a este modelo empresarial, y debido a la alta educación que las mujeres han alcanzado, que ellas comienzan a insertarse en este modelo de trabajo coadyuvando a su empoderamiento, y es entonces que se empiezan a hacer estudios sobre este fenómeno de mujeres en la empresa que se extiende cada vez más por el mundo. (Barrera, 2001; Zabłudovsky, 2001; Debeljuh, 2010).

---

<sup>2</sup> La Unión Internacional de Telecomunicaciones es un organismo especializado de las Naciones Unidas para las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Está comprometida para conectar a toda la población mundial. Actualmente 193 países y 700 entidades del sector privado e instituciones académicas conforman la unión. <[www.itu.int](http://www.itu.int)>

Entre las motivaciones que tienen las mujeres para emprender un negocio por cuenta propia cuenta en primer lugar el alcanzar independencia social y económica que les permita llevar a cabo sus proyectos obstaculizados en trabajos anteriores o bien, por las razones de su rol tradicional de madres de familia. Muchas mujeres solas, jefas de familia emprenden sus negocios propios (Barrera, 2001). En segundo lugar está la necesidad de coordinar su vida laboral con la de sus hogares. Poseer un negocio les ofrece la flexibilidad en el manejo de su tiempo para satisfacer sus ambiciones de ser empresarias y atender a sus familias. Por otra parte, el mercado laboral ofrece selección en cuanto a edad, color, y apariencia, nivel de educación y tiempo para las labores en la empresa, por tanto, establecer un negocio por cuenta propia las exime de ser juzgadas por cualquiera de estos rubros.

Los obstáculos a los que las mujeres se enfrentan se derivan principalmente de la construcción social y cultural de lo que se espera ser mujer en las sociedades, en donde los estereotipos son permanentes desde que nacen y están presentes en las diferentes etapas de la vida de las mujeres. En primer lugar están los obstáculos simbólicos que son las formas lesivas de la convivencia cotidiana entre hombres y mujeres que afectan su autoestima, su seguridad y su desarrollo y que les impide la toma de decisiones en los rubros que las afectan, estos roles son tomados como naturales, como parte de ser mujeres y de lo que se espera socialmente de ellas; y en segundo lugar figuran los obstáculos reales que abarcan desde los niveles de educación formal, la falta de recursos económicos y de patrimonio, la escasa capacitación empresarial, los impedimentos que ofrece el cuidado de la familia que se contraponen con su función laboral en la vida pública, el depender de su pareja en la toma de decisiones tanto personales como de trabajo y empleo, así como uso de su dinero, discriminación laboral por embarazo y maternidad, por estado civil, etnia, color, edad (Nafinsa., s/f; Chávez, 2010; Debeljuh y Heras, 2010).

Además, existe el conocido “techo de cristal”, en donde las mujeres en puestos significativos en la empresa no pueden acceder a puestos más altos de dirección o gerencia debido a la alta competitividad con sus pares, los hombres, a quien se les asigna el puesto, dejándolas a ellas de lado, sin oportunidades para crecer y desarrollarse dentro de la empresa. Así, las mujeres que desean avanzar dentro del mundo empresarial se encuentran con suficientes obstáculos: en primer lugar se enfrentan al rechazo de los hombres a las jefaturas de mujeres y a que las mujeres se ocupen de tareas no tradicionales. Le sigue que existen pocas oportunidades para capacitarse en el rubro empresarial y tienen poca experiencia en la gestión pública, así como escaso o nulo acceso a la comunidad financiera y al crédito.

De este modo, ante los factores antes expuestos, cada vez se encuentran más mujeres en el campo empresarial con micro y pequeñas empresas que inician desde el hogar y que después se expanden a la esfera pública. Algunas de estas empresas dirigidas desde el hogar lo hacen a través de las nuevas tecnologías (TIC'S). Otras logran empezar con negocios establecidos al exterior de sus hogares; éstas son mujeres con mayor preparación, y aún así se enfrentan a obstáculos y retos para su conformación como empresarias. Generalmente estas micro y pequeñas empresarias establecen sus negocios con sus propios ahorros y autofinanciamiento.

Actualmente, el 99.7% de las empresas en México se constituyen como micro, pequeñas y medianas que en su conjunto producen la mitad del Producto Interno Bruto (PIB) y generan el 70% de los empleos en el país. Treinta y uno de cada cien de estas empresas son de mujeres (NAFINSA, s/f; 6). Tradicionalmente las empresas de las mujeres se encuentran en los “subsectores” de la economía con menor valor agregado tales como el comercio ambulante, la producción de alimentos, los servicios educativos, que utilizan menos tecnología y producen reducidos márgenes de utilidad. Así tenemos que en el sector de los servicios se registra el 41%; el comercio; restaurantes, y hoteles suma el 27%; la industria de la transformación, 16%, y las mujeres aún emprenden en los rubros que tradicionalmente han sido para ellas como la continuación de las tareas domésticas para lo que están muy preparadas. No es sino hasta recientemente que las mujeres entran al sector manufacturero, al

transporte, almacenamiento y comunicaciones registrando el 7 por ciento (Hernández Águila, 2010: 53).

El reto es incursionar en empresas con mayor valor agregado y entrar en las cadenas productivas; establecer empresas que no sean típicamente femeninas que les produzcan mayores utilidades. Pero hay más: tener los conocimientos técnicos y las herramientas para dirigir las y administrarlas; ser competentes en los nichos que tradicionalmente son operados por los hombres; enfrentarse a la toma de decisiones dentro su empresa; conocer, optar y aprovechar los programas de apoyo y consultoría para mujeres emprendedoras, y utilizar las tecnologías de la información (TIC's) para hacer más eficiente y competitiva su empresa. Y en el plano personal armonizar los horarios y las demandas de la vida familiar con las necesidades de la empresa, y mejorar su auto-conocimiento, confianza, seguridad y autoestima, esto es, empoderarse, lo que se logra con la constancia, tenacidad y confiabilidad con que las mujeres trabajan, a través de recibir los apoyos y habilitamiento que las dirigirán hacia el éxito de sus empresas. Esto abarca penetrar en el espacio público de los mercados, a las finanzas y la inversión en las redes de comercialización.

## II. El emprendizaje

Autores como Kogut y Zander, han desarrollado la teoría evolutiva del crecimiento de la empresa en la cual basan su visión de la existencia y crecimiento de las organizaciones sobre la base del *know how*, dado por la superioridad de su información y conocimiento y por sus capacidades para desarrollar nuevos conocimientos a través del aprendizaje experimental. Esta teoría plantea que los límites del crecimiento de la empresa no se encuentran sólo influenciados por la demanda en los mercados y por la competitividad frente a otras empresas del sector, sino por la efectividad con que éstas pueden replicar su ventaja más rápidamente con respecto a los esfuerzos de imitación e innovación de sus competidores. Es decir, de acuerdo a estos autores, “las firmas crecen sobre su habilidad de crear nuevos conocimientos y sobre la réplica de este conocimiento con el objetivo de expandir sus mercados” (Kogut, y Zander, 2003: 525).

La expansión del aprendizaje y la obtención de mayores ganancias en las empresas surgen de los activos intangibles, como el *know how*, entendido como saber hacer o cómo hacer. Es el conjunto de conocimientos producto de la información, la experiencia, el aprendizaje que son determinantes del éxito comercial de una empresa. El *know how* es el conocimiento de las técnicas necesarias para llevar a cabo eficazmente el proceso productivo, las relaciones con los clientes, y los procesos empresariales superiores.

El *know how* no se puede comprar en el mercado. El crecimiento de las empresas en breve tiempo se reduce a las reservas de sus intangibles y las competencias que posea es limitante. A la larga, la inversión en la capacitación y el entrenamiento puede reducir las limitaciones ya que los elementos tácitos del conocimiento sólo se pueden llevar a cabo internamente y la réplica solamente se puede hacer de manera interna también, pues imitar de afuera es difícil si no se tienen los conocimientos básicos para hacerlo. El conocimiento es el activo intangible de una empresa, y el *know how* es el más competitivo.

El conocimiento y la habilidad de la empresa para generarlo están en el centro de la teoría del emprendizaje, el cual reside en el capital humano, y en la explotación de su conocimiento. Las pequeñas empresas pueden contribuir con sus habilidades para construir nuevas ventajas competitivas a través del desarrollo productivo, con diferencias en la tecnología e implementando productos más eficientes. Los cambios externos pueden reducir los recursos y el conocimiento, por tanto aprender del nuevo conocimiento puede ser necesario para ayudar a la empresa a adaptarse. La revolución digital está alterando las maneras tradicionales en que las empresas conducen los negocios para crear riqueza,

todo conducido por las nuevas tecnologías y la globalización lo cual ha creado nuevas incertidumbres (Hallen, et. al: 1991; Hitte, et. al.: 2000).

De este modo, los fundamentos sobre los cuales se basa la creación de nuevas empresas en este contexto de revolución tecnológica se conoce como *entrepreneurship* o emprendizaje, entendido como el proceso de las habilidades que las personas aportan para emprender y crear modelos económicos sostenibles a partir de su propio trabajo, para la creación de modelos o procesos productivos y su puesta en marcha, ya sea por iniciativa propia o en grupos o *clusters*. Es el proceso de empoderamiento que aporta a las personas las claves para emprender y crear modelos a partir de sus trabajos y sus innovaciones.

Siguiendo la teoría del *know how*, no es de extrañar que las mujeres continúen en sus espacios laborales públicos como una extensión de las labores tradicionales, pero estos mismos aprendizajes han servido para que expandan sus experiencias y sus conocimientos en la creación de sus pequeñas empresas. Como es el caso de una migrante mexicana en la ciudad de Chicago que puso una empresa de elaboración de pasteles que, además de tener su local comercial, reparte a restaurantes y otras panaderías a partir de la receta de su abuela en México. Desde luego, esta receta la mantiene en “secreto” pues es su activo más importante, es su *know how*. Además, al ser una mujer con estudios universitarios, la mayor parte de sus contactos y sus redes sociales y empresariales las hace por internet, haciendo uso de las nuevas tecnologías.<sup>3</sup>

### **III. La conformación de organizaciones financieras y sociales en apoyo a las actividades empresariales de las mujeres**

Ante esta nueva realidad, varias son las organizaciones a nivel mundial que han desarrollado esquemas de apoyo para mujeres emprendedoras: la OIT, La *National Foundation for Women Business Owners* - Programa de las Naciones Unidas-, El Banco Mundial, entre otras.

En México existe el Sistema de Fomento Empresarial México Emprende (FONAES) de la Secretaría de Economía, el Programa de Apoyo a las PyMES, el Programa para Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Nacional Financiera y el Instituto Nacional de las Mujeres. Esta última organización gubernamental, desde 2003 ha desarrollado iniciativas para las mujeres empresarias con el apoyo de instituciones gubernamentales como La Secretaría del Trabajo y la Secretaría de Economía, que apoyan a las mujeres no sólo financieramente, sino con cursos de capacitación empresarial. Entre los temas más significativos que se desarrollan son liderazgo, desarrollo de las microempresas, y el uso de la tecnología, así como la creación de redes de negocios a nivel nacional. Al hacer una revisión de los programas dirigidos a las mujeres empresarias tanto en México como en Estados Unidos y Europa, se encontró que, sin nombrarlo como tal, se trabaja con lo que en Europa y Estados Unidos se conoce como “emprendizaje” para la capacitación laboral que se desarrolla para nuevos emprendedores en la nueva cultura empresarial en dónde a partir de conocidas teorías económicas, se adiestra a las personas para ser creativos e innovadores, como se explicó anteriormente. Una de los aspectos en el que más se ocupa es la innovación para ser competitivos en el mundo globalizado y el uso de las nuevas tecnologías (TIC’s).

### **IV. Conclusiones**

---

<sup>3</sup>Es el caso de una las mujeres migrantes mexicanas emprendedoras en la Ciudad de Chicago que fue entrevistada en año 2011, como parte de la investigación “Experiencia empresarial transfronteriza. Repatriación de capitales para el desarrollo”, auspiciada por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología CONACyT de la cual la autora forma parte del equipo de investigación.

Entre uno de sus objetivos del Instituto Nacional de la Mujeres (Inmujeres), desde hace varios años se planteó “apoyar a las mujeres trabajadoras protegiendo los derechos de las trabajadoras asalariadas tanto en el campo como en la ciudad, y apoyando el desarrollo de micro y pequeñas empresas dirigidas por mujeres” (PNM, 1995). A lo largo del camino desde aquel objetivo, Inmujeres ha instrumentado capacitación en cursos en línea (haciendo uso de las TIC) para emprendedoras. Estos cursos en línea los ofrecen tanto instituciones públicas como privadas. También, a través de ligas de internet ofrecen instrumentos especializados para la gestión empresarial y conceptos básicos de negocios, así como información estadística sobre la situación de las mujeres empleadoras. Pone a las mujeres emprendedoras en contacto con otras instituciones que dan apoyo al desarrollo empresarial y a fuentes de financiamiento de instituciones públicas, así como da soporte para ser “sujetos de crédito” en instituciones bancarias. También las apoyan en la identificación de nichos de negocios para poder incorporarse a las cadenas productivas y a la integración empresarial a través de redes por internet, así como el uso de estas tecnologías para administrar su negocio. También convocan a suscribirse a estas redes por para establecer vínculos y contactos con otras empresas con el objetivo de formar cadenas de comunicación empresarial y de apoyo a la comercialización.

Las TIC's han propiciado un cambio radical con la aparición de fórmulas de cooperación entre los usuarios de la red. Estos nuevos canales de productos y servicios de la red han facilitado el comercio electrónico, como la banca online, donde se hacen todo tipo de transacciones bancarias, el acceso a contenidos informativos y de ocio y acceso a la administración pública, así como ha permitido el auge del comercio electrónico a la que pueden acceder los ciudadanos que cuentan con las nuevas tecnologías.

Las TIC's también crean comunidades virtuales unidas por intereses comunes que se articulan por redes de información. Estos servicios tecnológicos permiten almacenar información como fotografías, documentos, libros, etc. Las redes a través de internet permiten a los usuarios crear sus perfiles, listas de amigos y hasta se ofrecen servicios de intercambio como Facebook, Twitter, o bien redes de profesionales como LinkedIn donde se ofrecen servicios, lo mismo se puede decir del *chat* y telefonía que permite a los usuarios conectarse instantáneamente en modalidad de uno a uno o en grupo. Esta apertura de la globalización de la información es tanto personal como profesional.

La transversalidad en la perspectiva de género pone, en estos programas, diversos aspectos encaminados a potenciar la creación, desarrollo y consolidación de las micro, pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres.

Sólo cabe pensar en los pequeños desarrollos empresariales que se crean en las comunidades indígenas, alejadas de los sistemas de comunicación por internet, algo que actualmente se está discutiendo en el país, para expandir el acceso a estos servicios tecnológicos a la mayor cantidad posible de la población. En estas comunidades también se observan pequeños emprendimientos, que si bien sirven para la subsistencia, de mucho apoyo son para sus comunidades, y es de observar que cada vez más mujeres indígenas desean acceder a la implementación de sus micro empresas rurales. La implementación de apoyos a mujeres emprendedoras en estas comunidades se presenta más difícil, porque se exige el respeto a sus usos y costumbres, y en este punto, la erradicación de los roles de género es un obstáculo. El proceso de empoderamiento de las mujeres se presenta más arduo, en cuanto a que ancestralmente las mujeres en estas comunidades han sido disminuidas, discriminadas y alejadas de la educación formal, pero no cabe duda que emprender pequeños negocios en estas comunidades sería de alto beneficio en cuanto a que, considerando que algunas comunidades son grandes receptoras de remesas provenientes de sus migrantes en Estados Unidos, éstas podrían ser invertidas en proyectos más productivos que solamente ser destinados a la subsistencia diaria.

En suma, proporcionar servicios y programas para apoyar y desarrollar empresas lideradas y establecidas por mujeres como dueñas de ellas con el objetivo de que éstas tengan mayor impacto en la economía, bajo la consideración de que todas las mujeres empresarias son capaces de competir

equitativamente en el sector empresarial para adquirir independencia económica, se presenta como prioritario en la era de la globalización y de apertura de mercados y de alta tecnología.

Los objetivos centrales de una política pública en este sentido son incrementar la tasa de desarrollo de las empresas –generalmente micro y pequeñas- de las mujeres; aumentar el impacto económico de sus empresas tanto en la familia como en las comunidades; acrecentar la conciencia de que poseer una empresa liderada por mujeres es una manera de alcanzar la auto-suficiencia económica, así como estimular cambios en el sistema para apoyar y fortalecer el impacto económico de las mujeres en la sociedad a través de programas que fomenten el mayor ingreso de las mujeres, así como fomentar los niveles de liderazgo en las empresas del país.

Adicionalmente a lo anterior y parte de la transversalidad de las políticas, está lo más difícil de hacer, aunque muchos esfuerzos se hacen. Y es la transformación cultural de los que se habló en párrafos anteriores, que es la baja autoestima de las mujeres debido a la larga historia de discriminación laboral y económica, además de la doble carga de trabajo al ser las destinatarias históricas del cuidado de del hogar, niños, enfermos y ancianos, tareas que tendrían que ser compartidas por los hombres en la sociedad, con el objetivo de alcanzar la armonización de su vida laboral y la del hogar.

Con el empoderamiento logrado a través del arduo trabajo de concientización y de transformación de valores, así como de habilitación para el empleo y la educación, la autoimagen de las mujeres se transforma en una mucho más positiva y se logran detectar más fácilmente sus virtudes y cualidades, reconocen su perseverancia, su tenacidad y su fuerza de trabajo, les da mayor seguridad en ellas mismas, mayor control y administración sobre sus ingresos económicos, mayor poder en la toma de decisiones en el hogar, y mayor interés por participar en grupos, asociaciones y redes de trabajo.



## BIBLIOGRAFIA

Arroyo, Alejandra (2010). "Empoderamiento: Alternativa para lograr desarrollo con equidad" en Crisis económica: una perspectiva feminista desde América Latina, Girón, Alicia (Coord.), UNAM, CLACSO, México.

\_\_\_\_\_ (2012). "Migración y emprendizaje: El caso de los emigrantes españoles emprendedores en México", Tesis de Doctorado, Instituto Universitario de Estudios Europeos, Universidad Autónoma de Barcelona, España.

Barrera Bassols, Dalia (Comp.) (2001). "Empresarias y ejecutivas. Mujeres con poder", El Colegio de México, México. (ISBN: 968-12-0977-X).

Bernaras, Amaia, Ramos, Luis, Bilbao, Guillermo (2010). "El rol del emprendizaje innovador en el desarrollo regional". Idom Consulting, II Jornada Nacional de Innovación y Competitividad; la innovación como motor de desarrollo regional en México.

Borras, Susana, Lundval, Bengt-Ake (1997). Report based on contributions from seven projects under the TSER programme DG XII, Commission of the European Union.

Debeljuh, Patricia, de las Heras, Mireia (Coord.) (2010). "Mujer y Liderazgo", Edit. Mexicana, México.

Hallen, L., Johanson, J., Seyed- Mohamed, N., (1991). "Interfirm Adaptation in Business Relationships" *The Journal of Marketing*, Vol. 55, No. 2, April, pp. 29-37.

Hernández Águila, Elena de la Paz (2010). "Nuevas tendencias en el mundo empresarial: la participación de las mujeres" en *Revista de Estudios de Género. La Ventana*, Vol IV, Núm. 32, Universidad de Guadalajara, México.

Hitt, Michael, Duane Ireland, R., Camp, S. Michael, SEXTON, Donald, (2001). "Guest Editor's Introduction to Special Issue Strategic Entrepreneurship Strategies for Wealth Creation en *Strat. Mgmt.*, J., 22: 479-491.

Hitt, Michael, Duane Ireland, R., Camp, S. Michael, Sexton, Donald, (2001). "Guest Editor's Introduction to Special Issue Strategic Entrepreneurship Strategies for Wealth Creation en *Strat. Mgmt.*, J., 22: 479-491.

Instituto Nacional de las Mujeres <empresarias.inmujeres.gob.mx>

Kogut, Bruce, Zander, Udo, (2003). "Knowledge of the Firm and the Evolutionary Theory of the Multinational Corporation": 2003 Decade Award Winning Article", *Journal of International Business Studies*, Vol. 34, No.6, Decade Award Issue: Foreword from the Editor-in-Chief (Nov. 2003), pp. 516-529.

Nacional Financiera. Banca de Desarrollo (s/f). "Mujeres emprendedoras y empresarias, México.

Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2012). "El desafío de la promoción de empresas sostenibles en América Latina y El Caribe: Un análisis regional comparativo", Octubre.

Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2012). "El desafío de la promoción de empresas sostenibles en América Latina y El Caribe: Un análisis regional comparativo", Octubre.

Pinto, Claudio (Coord.) (2009). "Formación de capital humano en el sector TIC en Costa Rica", FLACSO, México.

Programa Nacional de la Mujer 1995-2000 México.

Rifkin, Jeremy (2010). El fin del trabajo (Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

Zabludovsky, Gina y de Avelar, Sonia (2001). “Empresarias ejecutivas en México y Brasil”, Miguel Ángel Porrúa, México.