



Universidad Nacional Autónoma de México
Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración

**Obstáculos que enfrentan las Pymes lideradas por mujeres
para la obtención de financiamiento**

T e s i s

Que para optar por el grado de:

Maestra en Finanzas

Presenta:

Abigail López Alvarez

Tutor:

Dra. Blanca Tapia Sánchez

Facultad de Contaduría y Administración

Ciudad de México, octubre de 2016



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Contenido

Introducción.....	8
Capítulo I. Problemática de estudio y objetivos de la investigación.....	10
1.1 Antecedentes	10
1.2 Justificación.....	13
1.3 Planteamiento del problema	14
1.4 Matriz de congruencia	16
Marco referencial.....	17
Capítulo II. Las pymes en México	17
2.1 Definición de la pyme	17
2.2 Clasificación y características de las pymes	17
2.3 Las pymes en el entorno financiero	19
2.4 Principales problemas de las pymes.....	28
Marco teórico	32
Capítulo III. La mujer empresaria: su entorno, realidades y desafíos	32
3.1 Inclusión de la mujer en el entorno empresarial	32
3.2 Características de la mujer empresaria	34
3.3 Motivaciones y aspiraciones de la mujer empresaria.....	36
3.4 Dificultades que enfrenta la mujer empresaria	38
Capítulo IV. El crédito y las mujeres empresarias	39
4.1 El crédito como medio de financiamiento y desarrollo empresarial	39
4.2 Beneficios económicos que genera el fomentar la obtención de crédito en las pymes lideradas por mujeres.	45
4.3. Uso del crédito	47

4.4 Desigualdades que enfrentan las mujeres empresarias	49
4.5 Efectos del crédito en la calidad de vida de las mujeres empresarias ..	50
4.6 Obstáculos para el acceso al crédito de las mujeres empresarias	51
4.6.1 Estereotipo de género	52
4.6.2 Altas tasas de interés.....	53
4.6.3 Altos costos en transacción por parte de instituciones financieras .	54
4.6.4 Requisitos que solicitan las instituciones financieras	56
4.6.5 Burocracia de la banca	58
4.6.6 Propiedad de los activos por género	58
4.6.7 Carteras de activos y el valor de los bienes comerciales	61
4.6.8 Educación financiera en México	62
4.6.9 Otros factores que limitan el acceso crédito a las mujeres líderes de pymes	65
4.6.9.1 Problemas jurídicos que se presentan a las mujeres al solicitar un crédito	65
4.6.9.2 Altos costos de transacción para las mujeres	66
4.6.9.3 Alta mortalidad inherente a las pymes	67
4.6.9.4 Daño moral (Moral hazard)	67
4.6.9.5 Pérdida de relaciones bancos-empresas.....	68
4.6.9.6 Elevado costo del crédito pyme que contrae su demanda	68
4.6.9.7 Informalidad extendida y creciente en la economía	69
Capitulo V. Metodología	72
5.1. Tipo de estudio	72
5.2. Técnica de investigación.....	73
5.3. Unidad de análisis	73

5.4. Recolección de datos	74
5.5. Mapeo de variables.....	76
Capítulo VI. Obstáculos que enfrentan 6 pymes lideradas por mujeres para la obtención de financiamiento.....	80
6.1. Historias de pymes lideradas por mujeres incubadas en la UNAM	80
• Historia 1. María Eugenia.....	80
• Historia 2. Jenny.....	83
• Historia 3. Mariana	87
• Historia 4. Virginia	90
• Historia 5. Laura	95
• Historia 6. Celerina.....	100
6.2. Resultados generales de las entrevistas	104
6.2.1. Resultados de las entrevistas con relación a la literatura	104
6.2.1.1. Costos financieros	110
6.2.1.2. Garantías.....	110
6.2.1.3. Educación financiera	111
6.2.1.4. Historial crediticio.....	112
6.2.1.5. Estereotipo de género	112
6.2.1.6. Burocracia de la banca	113
6.2.1.7. Conocimientos empresariales	114
6.2.2. Otros obstáculos que han enfrentado las pymes lideradas por mujeres para la obtención de financiamiento	115
6.2.3. Opciones de financiamiento consideradas por las empresarias ..	117
6.2.4. Percepción de las mujeres empresarias sobre las instituciones que otorgan financiamiento	118

Conclusiones	120
Propuestas para futuras investigaciones	125
Bibliografía	126
Glosario de siglas	135
Anexos	137

Contenido de cuadros

Cuadro 1. Clasificación de las pymes en la Unión Europea	18
Cuadro 2. Clasificación de las pymes en México	19
Cuadro 3. Proporción de activos propiedad de grupos financieros según tipo de intermediario: México 2006 (% activos totales)	21
Cuadro 4. Factores potencialmente asociados a la oferta de crédito a las pymes	23
Cuadro 5. Razones para emprender un negocio	37
Cuadro 6. Distribución del crédito otorgado por la banca comercial según actividad de prestatarios (porcentajes)	42
Cuadro 7. Número de empresas con crédito bancario	43
Cuadro 8. Características del crédito por tipo de producto	44
Cuadro 9. Resultados de la encuesta de evaluación coyuntural del mercado crediticio (porcentajes)	71
Cuadro 10. Criterios de selección de las empresas.	74
Cuadro 11. Obstáculos e indicadores para la obtención de financiamiento encontrados en la literatura	76
Cuadro 12. Descripción de los obstáculos para la obtención de financiamiento por algunos autores	77
Cuadro 13. Caracterización de las mujeres líderes de pymes	105
Cuadro 14. Obstáculos que enfrentan las pymes lideradas por mujeres para la obtención de financiamiento. Relación de la literatura con los resultados de las entrevistas	106
Cuadro 15. Otros obstáculos que han enfrentado las pymes lideradas por mujeres para la obtención de financiamiento	116
Cuadro 16. Opciones de financiamiento consideradas por las empresarias	118
Cuadro 17. Percepción de las mujeres empresarias sobre las instituciones que otorgan financiamiento	119

Contenido de gráficas

Gráfica 1. Distribución de las fuentes de crédito.....	48
Gráfica 2. Obstáculos para la obtención de financiamiento de las pequeñas y medianas empresas en América Latina	51
Gráfica 3. Propiedad de la vivienda familiar por sexo en México.....	59

Agradecimientos y dedicatoria

En primer lugar, agradezco a mis padres, por ser la luz que ilumina mi camino desde que tengo uso de razón, a quienes no podré pagar nunca los principios que sobre todo con el ejemplo de sus vidas influyeron en mí desde pequeña hasta llegar a ser lo que soy. Por ser mis maestros, amigos y consejeros que me apoyaron a levantarme de cada caída, y han festejado conmigo cada uno de mis éxitos, por todo ello a ustedes y a Dios gracias.

Agradezco a Alid, una persona muy importante en mi vida, por ser paciente y comprensivo en momentos difíciles, por creer siempre en que lo lograría y darme todo su cariño.

A cada miembro de mi familia, en especial, a mi tía María Teresa Hernández y a mis primos Israel, Mireya, Minerva, Ismael y Mayela, quienes me han apoyado incondicionalmente y han estado presentes cuando más los he necesitado.

Quiero agradecer a mi tutora la Dra. Blanca Tapia, por todas sus enseñanzas que me han motivado y hecho crecer tanto personal como profesionalmente, por sus palabras de aliento en momentos difíciles, y por tan maravillosas convivencias.

Dedico este trabajo de investigación a todos aquellos mexicanos, que han tenido el entusiasmo de emprender un negocio, por su valentía y persistencia han aportado un granito de arena para enfrentar la crisis que vivimos en nuestro país, y se han convertido en mi ejemplo a seguir.

Contacto: abigail_163@hotmail.com

Introducción

La presente investigación aborda una problemática relacionada con mujeres empresarias, su objetivo general es analizar los principales obstáculos que enfrentan las pymes¹ lideradas por mujeres para la obtención de financiamiento. Los resultados obtenidos podrían ser útiles en futuras investigaciones para generar alternativas, enfrentar esos obstáculos y poder hacer frente a la problemática.

También, se plantean objetivos secundarios, los cuales están enfocados en conocer las opciones de financiamiento a las que recurren las empresarias y a conocer la percepción que las mujeres empresarias tienen sobre las instituciones que otorgan financiamiento.

El capítulo 2 es el marco referencial de la investigación, en el que se desarrollan temas relacionados con las pequeñas y medianas empresas, su definición, características y el entorno en el que se desarrollan, esto considerando que son pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres las que fueron referencia para estudiar y lograr los objetivos planteados.

En el capítulo 3 se describe el entorno de las mujeres empresarias, la forma en la que ellas se integran al mundo de los negocios, las motivaciones y las dificultades que ellas enfrentan al momento de poner en marcha sus empresas.

El capítulo 4 integra temas relacionados con el crédito y las mujeres empresarias, la manera en la que es utilizado como medio de financiamiento y los beneficios que este puede aportar al desarrollo de las empresas lideradas por mujeres. A su vez, describe algunos obstáculos que las mujeres

¹ Para efecto de la presente investigación, se consideran como pymes a la micro, pequeña y mediana empresa.

empresarias enfrentan al momento de solicitar un crédito.

En el capítulo 5 se describe la metodología que se utilizó para lograr los objetivos de la investigación, se muestra la unidad de análisis: pymes lideradas por mujeres que pasaron por un proceso de incubación en la Universidad Nacional Autónoma de México, y la forma en que se recolectaron los datos para hacer el análisis de los resultados.

El capítulo 6 está integrado por los resultados de las entrevistas con relación a algunas variables identificadas en la literatura, las cuales representan los obstáculos que enfrentan las pymes lideradas por mujeres para la obtención de financiamiento, de igual manera se muestran otros obstáculos considerados por las mujeres empresarias.

En el último apartado, se exponen las conclusiones de la investigación, así como la propuesta para futuras investigaciones.

Capítulo I. Problemática de estudio y objetivos de la investigación

1.1 Antecedentes

En este apartado se muestra el contexto general de las pymes en México, así como la revisión de los principales hallazgos de estudios relativos a este tema, con especial enfoque en las investigaciones relacionadas con las pymes lideradas por mujeres, las contribuciones de estas a la economía del país y los obstáculos que ellas enfrentan para la obtención de financiamiento.

En datos recientes de la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE)², se destaca que de poco más de 4 millones de empresas existentes en México durante 2014, el 97.6% son microempresas y generan el 75.4% del personal ocupado total; seguidas por empresas pequeñas que representan el 2.0% y generan el 13.5% de trabajos remunerados, y las medianas que representan el 0.4% del total y ofrecen el 11.1% de empleos (ENAPROCE, 2015).

Particularmente, de cada cinco pequeñas y medianas empresas que se abren tres están lideradas por mujeres según datos del Centro de Investigación de la Mujer en la Alta Dirección³ (CIMAD, 2013). Algunos datos de las pymes lideradas por mujeres en México muestran lo siguiente:

- Las mujeres empresarias aportan el 37% al Producto Interno Bruto de México, destacan los reportes del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2012).
- De acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, de cada 100 mujeres que solicitan un préstamo para invertir en su empresa, el 99% salda sus deudas de manera íntegra.

² Encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en colaboración con el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) y el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT).

³ Centro de Investigación de la Mujer en la Alta Dirección, creado por el IPADE Business School.

- Las mujeres en México sólo representan el 16% del sector empresarial de acuerdo con el INEGI (2012).
- El 51% de los trabajadores por cuenta propia en el sector informal son mujeres (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2011).

Otro antecedente relevante relacionado con el tema de las mujeres empresarias y de los obstáculos que enfrentan para obtener financiamiento, es el de Muriel Zúñiga Eaglehurst⁴ en el año 2004, quien realizó la investigación “Acceso al crédito de las mujeres en América Latina” en el marco del Proyecto CEPAL/GTZ “Políticas laborales con enfoque de género”. Esta investigación tuvo por objetivo fortalecer la formulación de políticas públicas integrales que incorporaran el principio de equidad de género en el empleo de sectores claves de la economía en los países seleccionados entre los cuáles se encontraba México.

Los estudios parciales de la investigación revelaron que el menor tamaño de las unidades económicas que dirigen las mujeres, sus pocos ingresos por ventas, montos inferiores de activos fijos, la falta de garantías físicas, la falta de historial crediticio, la falta de documentación financiera y los rubros en los que las mujeres desarrollan sus actividades, las convierte en inversiones de alto riesgo (Zúñiga, 2004).

Por su parte, el Banco Interamericano de Desarrollo (2010), presentó un informe titulado “Las mujeres empresarias: barreras y oportunidades en el sector privado formal en América Latina, dicho documento tenía como objetivo conocer las situaciones en las que las mujeres emprenden y toman sus propias decisiones, del mismo modo, pretendía combatir la discriminación y los obstáculos enfrentados por las mujeres al emprender un negocio; entre los

⁴ Asistente de Investigación de la Unidad Mujer y Desarrollo de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

principales hallazgos se encontró que el acceso al financiamiento es uno de los principales problemas enfrentados por las empresarias.

1.2 Justificación

En México las pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres representan un porcentaje significativo. Alrededor del 60% de las pymes en el país tienen por líder a una mujer (CIMAD, 2013). Es importante considerar que en algunos de los casos las mujeres son el sustento de sus familias y no cuentan con ningún medio de supervivencia alternativo; a su vez, el entorno laboral en el que se desenvuelven es pobre y cuentan con pocas oportunidades para salir de la pobreza.

La presente investigación tiene como objetivo analizar los obstáculos a los que se enfrentan las pymes lideradas por mujeres cuando intentan obtener financiamiento. Según datos del Banco Interamericano de Desarrollo BID (2010), esta es una barrera importante para su desarrollo. Si se conoce la interacción que existe entre las mujeres líderes de pymes con las instituciones que otorgan financiamiento, se podrían generar alternativas para el fácil acceso a apoyos y créditos.

Según Zúñiga (2004), autor del proyecto CEPAL/GTZ *Políticas laborales con enfoque de género*, mejorar la situación económica de las mujeres por medio de acceso a recursos financieros les permite: ampliar, diversificar, mejorar la calidad de su producción y aumentar la productividad, lo cual tiene efectos directos en sus familias en términos de reducción de la pobreza y un mejor futuro para sus hijos.

Tanto a nivel mundial como nacional existen organizaciones que apoyan a mujeres que tienen la intención de emprender un negocio, y promueven actividades económicas sobre todo en grupos sociales desfavorecidos, esto lo llevan a cabo a través de proyectos empresariales que intentan reducir la pobreza y fomentar el empoderamiento de las mujeres. Sin embargo, no siempre abordan de la manera más adecuada los problemas que enfrentan las mujeres empresarias.

1.3 Planteamiento del problema

Debido a un entorno de constantes cambios, la sociedad ha tenido que enfrentar problemáticas tanto económicas, como políticas y sociales, mismas que han orillado a las personas a tomar decisiones de cambio en sus estilos de vida; como es el caso de algunas mujeres, que han tenido que buscar empleo o bien han puesto en marcha un negocio como medida de supervivencia.

Cifras disponibles permiten señalar que cerca de mil millones de mujeres no son capaces de alcanzar todo su potencial económico, debido a barreras tales como: el acceso desigual a las oportunidades y al crédito, falta de suficiente educación y formación, la falta de apoyo de sus comunidades o gobiernos para entrar en la fuerza laboral y la economía (Bachelet, 2012).

Aun cuando el sector público y privado se ha esforzado por mejorar el entorno para los emprendedores, sigue existiendo una brecha de género importante, principalmente en términos de cantidad y crecimiento, lo que mantiene rezagada a la población femenina (Monitor Global de Emprendimiento, 2013)⁵.

Por otra parte, en el caso de las entidades de micro financiamiento e intermediarios de crédito en la región centroamericana, ha sido notorio su trabajo por fomentar la incorporación del tema de género en el desarrollo de sus programas y proyectos. Sin embargo, es necesario que estas entidades presten mayor atención en el diseño de programas de género, que incorporen y atraigan a un mayor número de mujeres a utilizar sus servicios (Cassisi, 2012).

Y bien, si poner en marcha un negocio resulta complicado, podría ser más para las mujeres, ya que aun cuando éstas enfrentan las mismas dificultades que

⁵ El Global Entrepreneurship Monitor, es un estudio global de emprendimiento liderado por las universidades Babson Collage y London Business School; en su versión del año 2014 tuvo una cobertura de 109 países a nivel mundial.

cualquier emprendedor para la apertura de un negocio, tales como: obtención de financiamiento y limitado acceso a capacitación, vinculación e información (Heller, 2010), adicionalmente ellas tienen que hacer frente a muchas tareas relacionadas con la vida familiar.

En los últimos años, el gobierno mexicano ha trabajado para fortalecer el acceso a capacitación y a financiamiento con el fin de promover el desarrollo de las nuevas ideas de negocio, a través de la disponibilidad para la obtención de créditos por medio de instituciones públicas y privadas, por ejemplo, los apoyos para emprendedores otorgados por el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), el Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario y a la Mujer Rural (PRONAFIM), el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES), el crédito mujer Banorte⁶ y crédito compartamos banco por mencionar algunos. Sin embargo, éstos no han sido suficientes, el acceso al financiamiento es una de las principales barreras para el desarrollo de pymes lideradas por mujeres ya que para obtenerlos en ocasiones deben enfrentar obstáculos distintos a los del hombre. Datos estadísticos del World Economic Forum (WEF, 2016), indican que las mujeres empresarias inician sus negocios con el 50% menos de capital que los hombres.

Con el fin de generar respuestas que contribuyan a hacer frente a esta problemática, se plantean las siguientes interrogantes.

⁶ Crédito para mujeres, el cual es una opción de financiamiento por parte del Banco Mercantil del Norte (Banorte).

1.4 Matriz de congruencia

Preguntas	Objetivos	Proposiciones
¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrentan las pymes lideradas por mujeres para la obtención de financiamiento?	Analizar los principales obstáculos que enfrentan las pymes lideradas por mujeres para la obtención de financiamiento.	<p>Los principales obstáculos a los que se enfrentan las pymes lideradas por mujeres para obtención de financiamiento son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de recursos propios para ser utilizados como capital en un esquema de financiamiento, • Falta de títulos de propiedad u otros bienes como garantías, • Falta de conocimientos empresariales y educación financiera, • Falta de un historial crediticio, • Y discriminación.
¿Cuáles son las principales fuentes de financiamiento utilizadas por las pymes lideradas por mujeres?	Identificar las fuentes de financiamiento utilizadas por las pymes lideradas por mujeres con el fin de saber cuáles son las principales.	Las principales fuentes de financiamiento a las que recurren las pymes lideradas por mujeres, son los apoyos que proporcionan entidades gubernamentales.
¿Cuál es la precepción de las mujeres empresarias sobre las opciones de financiamiento a las que pueden recurrir?	Conocer la precepción de las mujeres empresarias sobre las opciones de financiamiento a las que pueden recurrir.	Las mujeres empresarias consideran que obtener un financiamiento es complicado, y ponen en riesgo el desarrollo de sus empresas.

Marco referencial

Capítulo II. Las pymes en México

Como marco de referencia, se estudiaron temas relacionados con las pequeñas y medianas empresas, lo anterior debido a que son pequeñas y medianas empresas las que se tomaron como unidad de análisis en el presente trabajo de investigación. A su vez, se analizaron estudios previos que fueron útiles como sustento para lograr los objetivos del trabajo.

2.1 Definición de la pyme

Es difícil definir a la pyme, debido a la multitud de criterios que existen en los distintos países del mundo. Los criterios que más se utilizan para definirla son: el número de empleados, las ventas, capital invertido, activos fijos y capacidad productiva, entre otros.

A continuación, se mencionan algunas clasificaciones de las pymes en diversas regiones geográficas como son: la Unión Europea y México.

2.2 Clasificación y características de las pymes

Las micro, pequeñas y medianas empresas de la Unión Europea se clasifican de acuerdo al número de trabajadores, ventas y volumen de negocio. El motivo por el que se define a las pymes bajo estos criterios es para que las ventajas de acceso a los programas de apoyo europeos beneficien de la mejor manera en el desarrollo de éstas (ver cuadro 1).

Cuadro 1. Clasificación de las pymes en la Unión Europea

Tamaño de la empresa	Número de trabajadores	Ventas (millones de euros)	Volumen de negocio (millones de euros)
Micro	< 10	≤ 2	≤ 2
Pequeña	< 50	≤ 10	≤ 10
Mediana	< 250	≤ 50	≤ 43

Fuente: Comisión Europea (2014). Definición de PYME en la UE, *Anexo I del Reglamento (UE) nº 651/2014* de la Comisión. Recuperado el 19 de septiembre de 2016 en <http://www.ipyme.org/esES/UnionEuropea/UnionEuropea/PoliticaEuropea/Marc/Paginas/NuevaDefinicionPYME.aspx>

Además, como en muchos otros países, las pymes de México constituyen un motor muy importante para la economía, por el número de unidades existentes y por el empleo que generan. De poco más de 4 millones de empresas existentes en México durante 2014, el 97.6% son microempresas y generan el 75.4% del personal ocupado total; seguidas por empresas pequeñas que representan el 2.0% y generan el 13.5% de trabajos remunerados, y las medianas que representan el 0.4% del total y ofrecen el 11.1% de empleos (ENAPROCE, 2015). Ante una economía global inestable en la que nos encontramos es importante analizar cómo se conforman y desenvuelven estas empresas, ya que han demostrado tener un rol importante en épocas de crisis económica (Osuna et al. 2014).

Las pymes por su tamaño pueden llegar a ser flexibles y adaptarse fácilmente a los cambios del entorno, por tal motivo es importante que se preparen para afrontar los retos del entorno global y especializado, en el que se encuentran.

En el medio internacional, la clasificación de las pymes se hace mayormente por el número de empleados, sin embargo, la última clasificación establecida en México, publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) en junio de

2009 como una modificación a la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, establece una combinación de rango de ventas anuales y número de trabajadores para estratificar a este tipo de empresas, así como el sector al que pertenecen (ver cuadro 2).

Cuadro 2. Clasificación de las pymes en México⁷

Estratificación						
Micro			Pequeña		Mediana	
Sector	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)
Industria	De 0 a 10	Hasta \$ 4	De 11 a 50	Desde \$ 4.01 hasta \$ 100	De 51 a 250	Desde \$100.1 hasta \$ 250
Comercio	De 0 a 10	Hasta \$ 4	De 11 a 30	Desde \$ 4.01 hasta \$ 100	De 31 a 100	Desde \$100.1 hasta \$ 250
Servicios	De 0 a 10	Hasta \$ 4	De 11 a 50	Desde \$ 4.01 hasta \$ 100	De 51 a 100	Desde \$100.1 hasta \$ 250

Fuente: DOF, (30 de junio de 2009), citado en Osuna et al. (2014). *El control de gestión en las micro, pequeñas y medianas empresas*, Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF). Pp. 12-14.

2.3 Las pymes en el entorno financiero

Muchos han sido los debates sobre las crisis financieras surgidas desde mediados de la década de los noventa, pero otro problema importante que puede llegar a condicionar más el crecimiento sostenible y la reducción de la pobreza a largo plazo es el deterioro del financiamiento de las grandes compañías de los sectores productivos y de las pymes en general (FitzGerald, 2007). Por tal motivo es necesario conocer el papel que desempeñan la banca comercial y la banca de desarrollo en el financiamiento a las pymes en México.

Estudios realizados por Clarke, Cull y Martínez (2002), muestran que la llegada

⁷ El rango en monto de ventas es representado en millones de pesos (mdp).

de los bancos multinacionales a sistemas cerrados⁸ desplaza a las pequeñas y medianas empresas de adquirir crédito empresarial y el crédito tiende a concentrarse en las grandes corporaciones, sin embargo, también muestran que este tipo de impactos de entrada se compensan en el mediano plazo debido a la aparición de intermediarios de nicho que aprovechan el mercado abandonado por los bancos multinacionales, e integran nuevamente a las pymes en las opciones de crédito.

Desde la crisis de 1994-1995 de México, la banca de desarrollo ha sido el segmento institucional menos favorecido en cuanto a recursos financieros para el otorgamiento de créditos y capacitación, lo anterior se podría relacionar con la restricción fiscal enfrentada por México a raíz de dicha crisis. El saneamiento de las instituciones ha propiciado un declive cuantitativo sostenido, en el 2000 la banca de desarrollo concentraba 19% de los activos del sistema financiero y a fines del 2007 su participación era de 7.5%, Nafin, Banobras y Bancomext mantuvieron un 80% de los activos de la banca de fomento, 12.7% de la cartera de crédito de los bancos de desarrollo estaba colocado en la actividad empresarial y comercial, 32.2% en entidades financieras, 50% en entidades gubernamentales y el resto en vivienda y consumo (Lecuona, 2009).

Cabe señalar que, si bien los financiamientos por parte de la banca de desarrollo han decaído considerablemente, el papel de ésta en el otorgamiento de garantías y otros programas de apoyo ha tenido una evolución significativa, su rol como banca de segundo piso, apoya y contribuye en el financiamiento a pymes por medio de intermediarios de primer piso, bancarios y no bancarios. A su vez, ha apoyado el desarrollo de pequeños bancos, compañías de factoraje y Sofoles, que fomentan la competencia en algunos segmentos de mercado.

⁸ Un sistema cerrado es una economía que no comercia con otros países u otras economías.

Por otro lado, más adelante se podrá observar que el acceso de las pymes al crédito institucional es muy bajo, puesto que éste se centra en las empresas de mayor tamaño. Así, un sistema financiero que se enfoca en las grandes compañías y una importante participación de las multinacionales dentro de éstas, manifiestan la alta participación del financiamiento externo en el sector empresarial que utiliza en México.

Según Lecuona (2009), tomando datos de la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR) y del Banco de México en un periodo del año 2000 a 2008 concluyó lo siguiente: del total del financiamiento institucional que recibieron las empresas mexicanas en el 2007, alrededor de 42% provino del exterior. El 58% de la parte interna, se estructuró con 67% de la banca comercial, 18% de participaciones minoritarias de la emisión en el mercado de valores y de 15% de otros intermediarios, entre los que se incluye la banca de desarrollo (ver cuadro 3).

Cuadro 3. Proporción de activos propiedad de grupos financieros según tipo de intermediario: México 2006 (% activos totales)

Tipo de intermediario	Participación
Banca múltiple	97
Siefores	73
Sociedades de inversión	84
Aseguradoras	47
Casas de bolsa	71
Sofoles	17
Arrendadoras	61
Factoraje	66
Afianzadoras	33
Almacenadoras	15
Casas de cambio	4

Fuente: Datos de CNBV, CONSAR y Banco de México, (2006), tomados por (Lecuona, 2009). El financiamiento a las Pymes en México: La experiencia reciente. Recuperado el 10 de diciembre de 2015 en <http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econunam/pdfs/17/04ramonlecuona.pdf> p. 17.

Es importante señalar que los bancos comerciales y la banca de desarrollo son las principales fuentes de fondos para las pymes, con relación a lo anterior (Lecuona, 2009) realizó un análisis de la composición de la cartera de la banca múltiple, sus clientes principales y de los recursos que queda disponible potencialmente a las pymes. Al analizar la composición de la cartera de los cinco grandes bancos destaca que Banorte, el único banco mexicano entre los de mayor tamaño, presenta la más alta orientación a los clientes pequeños, los bancos europeos (Santander, HSBC y BBVA) una posición intermedia y el norteamericano (Banamex-Citibank) una mayor tendencia a los grandes corporativos; esto puede deberse a que el banco mexicano conocía mejor que los extranjeros el mercado pyme en su país, el cual fue desplazado por las multinacionales del mercado corporativo, en el que prefieren trabajar, obligándolo a buscar otros nichos de negocio, o una combinación de ambos efectos. Desafortunadamente, a esas fechas era imposible hacer una comparación válida con la situación vigente al comienzo del milenio porque la estructura de la cartera y el balance de los bancos se encontraban muy distorsionados por el rescate bancario.

En el año 2007, Cuauhtémoc Martínez García quien a esa fecha era el presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (Canacintra), comentó que la baja participación de las pymes en el crédito de los bancos múltiples contrasta con su importancia en la economía como generadoras de producción y de empleo, y según información del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) y de los Censos Económicos del 2004, había más de 118 mil pequeñas empresas y más de 27 mil medianas en el año 2004. En conjunto, estas pymes empleaban a 5.3 millones de personas, monto superior a los 4.7 millones de empleados por las empresas grandes. Por su parte, las microempresas ocupaban 6.2 millones de personas. Así, más de 70% del empleo generado por las empresas correspondía a las de menor tamaño.

Con relación a las pequeñas empresas, existen factores que incentivan u obstaculizan su acceso al financiamiento, mismos que según la (Padilla y Fenton, 2013), pueden dividirse en condiciones de oferta y demanda. Algunos mecanismos formales e informales que otorgan financiamiento a las empresas constituyen la oferta, mientras que los individuos y empresas que buscan recursos financieros para iniciar, operar o fortalecer sus actividades productivas, son la demanda.

En el estudio citado en el párrafo anterior, se analizaron los factores que pueden limitar la oferta de crédito de la banca comercial a las pymes en México, el estudio llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura con la que se pudieron identificar los ocho factores siguientes (ver cuadro 4).

Cuadro 4. Factores potencialmente asociados a la oferta de crédito a las pymes

Condiciones macroeconómicas
Costos de transacción
Asimetrías de información
Sistema de garantías
Origen del capital
Protección de acreedores
Factores culturales y regulatorios
Factores históricos

Fuente: Padilla y Fenton (2013). **Financiamiento de la banca comercial a micro, pequeñas y medianas empresas en México: estudios y perspectivas**, Sede Subregional de la CEPAL en México. Recuperado el 19 de septiembre de 2016 en <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/4/51654/RVE111PadillaFenton.pdf> p. 12.

A continuación, se encuentra una breve descripción de cada uno de los factores antes mencionados.

Condiciones macroeconómicas. - Los ciclos económicos representan un papel importante en la disponibilidad de fondos para el crédito (Garrido, 2005). La oferta de financiamiento en ocasiones puede disminuir ante una política monetaria muy restrictiva, debido a la menor disponibilidad de financiamiento de los bancos y a los bajos recursos financieros disponibles en el mercado (Barajas y Steiner, 2001).

A su vez, el incremento de las tasas de interés o la incertidumbre económica puede provocar que los intermediarios financieros reduzcan su disposición para prestar, lo que ocasionaría una disminución en los créditos y por consiguiente una mayor crisis económica. Debido a la incertidumbre causada en momentos de crisis, los problemas de información aumentan y es menor la capacidad de los mercados financieros de encaminar los recursos.

Costos de transacción

El otorgamiento de préstamos es una actividad que implica diversos costos para el acreedor, estos asociados a la evaluación, supervisión y cobro de los mismos. Los costos de transacción se pueden dividir en costos fijos de operación, que constan independientemente del valor de la transacción, y costos asociados a la falta de información apropiada. En el caso de las pymes, los costos fijos de operación, como proporción del monto prestado, suelen ser altos porque las empresas de este segmento comúnmente requieren préstamos pequeños. El costo se eleva si no existen instrumentos de calificación crediticia que ofrezcan información de la empresa de forma rápida y confiable. Para tener un rendimiento llamativo, los bancos pueden cobrar altas tasas de interés, lo que dificulta el financiamiento a dicho segmento (Garmendia, 2006).

Asimetrías de información

Las asimetrías de información nacen cuando quien recibe financiamiento posee mayor información que el acreedor. Cuando el valor y la calidad de la empresa o proyecto no pueden ser calculados con precisión, los bancos no tienen garantía del éxito que pueda tener en el futuro. Este problema se da principalmente con las pymes y se debe a la escasez de información sobre ellas. Sin datos sólidos, el banco no tiene la oportunidad de evaluar objetivamente a una empresa, y por tal motivo les es difícil conocer la habilidad futura con la que cuentan para generar utilidades (Audretsch, Bone y Prashanth, 2009).

Sistemas de garantías

Las garantías reducen los incentivos que no se cumplen por parte de quienes reciben financiamiento, incrementa su motivación para dedicar esfuerzo en el proyecto y reduce el costo de quiebra para los bancos. Además, las garantías combaten problemas como las asimetrías de información y la incertidumbre, y disminuyen el riesgo para el acreedor (Garmendia, 2006). Sin embargo, es común que las pymes no cuenten con garantías suficientes para solicitar crédito.

La utilidad de las garantías se ve fortalecida en casos de:

- Disponer de un registro eficiente de la propiedad
- Contar con reglas claras que defienden los derechos de propiedad con relación a los activos colocados en garantía
- Tener instituciones y leyes que le permiten al banco embargar de forma ágil los activos otorgados en garantía (Garmendia, 2006).

Origen del capital

La literatura relacionada con impacto del origen del capital y la participación de la banca extranjera en la oferta de crédito a las pymes no es concluyente, debido a que en diversos estudios empíricos aparecen posturas a favor y en otros en contra. Por una parte, autores como Berger y Udell (2006 citados en Padilla y Fenton, 2012) aseveran que la entrada de bancos extranjeros logra impactar de forma positiva la oferta de financiamiento a las pymes debido a que los bancos suelen tener una ventaja comparativa para financiar a las empresas de este tamaño, ya que cuentan con diversas tecnologías como: mejor capacitación para la calificación crediticia, factoraje, entre otras y con una estructura organizacional centralizada, en lugar de una basada en relaciones personales.

Sin embargo, otros autores como Beck y otros (2010 citados en Padilla y Fenton, 2013) contradicen la postura antes mencionada y argumentan que la entrada de bancos extranjeros puede afectar a las pymes, ya que éstos suelen tener una estructura organizacional jerárquica y consideran al factor colateral⁹ como uno de los más importantes para el otorgamiento de créditos, mismo que en general las pymes no tienen. Además, suelen tener desventajas en la adquisición de información en comparación con los bancos nacionales.

Los bancos nacionales tienden a beneficiar el crédito en el sector de las pequeñas empresas gracias a que son capaces de construir relaciones directas con los pequeños empresarios, generadas mediante contacto directo entre ambos sectores, y facilitan el otorgamiento de crédito. Por el contrario, los bancos extranjeros suelen tener relaciones débiles con las pequeñas comunidades empresariales, debido a que tienden a desfavorecer la descentralización de decisiones de riesgo y aprobación de créditos.

⁹ El factor colateral se refiere a los activos o bienes inmuebles que se utilizan para asegurar un préstamo.

Protección de acreedores

La existencia de un sistema de garantías no implica que se acelere el otorgamiento de créditos para el sector de las pymes, en ausencia de un marco jurídico que permita a los acreedores recuperar las garantías pactadas en caso de que el acreditado deje de cumplir. Éste es el caso de países con sistemas judiciales que suelen proteger al acreditado y donde los procesos legales son largos y poco eficaces (Banco Mundial, 2005).

Galindo y Micco (2004) elaboraron un índice de protección a los acreedores, en el cual concluyeron que en países en los que el valor del índice es bajo, las empresas pequeñas obtienen un volumen de crédito mucho menor en comparación con el que alcanzan las empresas grandes. Además, la diferencia entre empresas chicas y grandes disminuye a medida que el indicador aumenta.

Factores culturales y regulatorios

Según Bates y Flog (1990 citados por Padilla y Fenton, 2013), se podría definir cultura como un “sistema de creencias, valores, costumbres, comportamientos y artefactos compartidos entre los miembros de una sociedad, que emplean para interactuar y que se transmiten de generación en generación”. La cultura puede perturbar el otorgamiento de crédito si los deudores no tienen una conducta de cumplimiento de pago o si las empresas poseen un alto nivel de informalidad, lo que incrementa el riesgo del prestamista, de no ser reembolsado.

En un estudio realizado por Dabla y Koeda (2008), se confirma la existencia de una relación fuerte entre la informalidad y el acceso al crédito. En dicho estudio se analizan las pymes de Asia y del centro de Europa y se mide la “cultura informal” mediante el cumplimiento en el pago de impuestos de las empresas. Los resultados revelan que, a mayor nivel de informalidad, se

reduce el acceso a crédito debido a que los bancos aumentan la tasa de interés o exigen más condiciones como colateral.

Factores históricos

Existen relaciones de largo plazo entre banqueros y empresarios que son importantes para el otorgamiento de crédito, debido a que complementan la información cuantitativa con la que los bancos evalúan a las empresas, con la cualitativa que incorpora factores como el prestigio y la reputación, y los ayudan a reducir problemas de asimetría de información. Las relaciones cercanas entre banqueros y empresarios facilitan el otorgamiento de crédito, incluso en períodos de restricción crediticia como las crisis financieras (De la Torre, Martínez y Scmukler, 2008).

La estabilidad política y económica de un país es otro factor que puede perturbar la oferta de crédito. En general, los bancos prestan más a empresas en países con altos niveles de estabilidad política, en los que no existan riesgos de ser nacionalizados y sus activos gocen de mayores niveles de seguridad. La oferta de crédito incorpora estos factores políticos para decidir si otorga créditos a las pymes, así como la tasa de interés que incorpora cierto factor de riesgo. Para evaluar lo anterior, Rodríguez y Santiso (2008 citado en Padilla y Fenton, 2013) llevaron a cabo un estudio en el que evaluaron el impacto de las transiciones democráticas en el crédito bancario. En el estudio se concluye que la oferta de crédito aumenta con mayores niveles de democracia y en países que transitan de un régimen autoritario a uno democrático, como reflejo de mayores niveles de estabilidad y seguridad.

2.4 Principales problemas de las pymes

Según Solleiro y Castañon (1998 citados en Saavedra, 2012), las pymes enfrentan una problemática, manifestada por los empresarios, la cual se puede clasificar en nueve rubros:

1.- Problemas relacionados con la educación: No existe la suficiente vinculación entre el sistema educativo con el sector empresarial. Incluso es evidente que las instituciones educativas, sus programas de estudio y los proyectos de investigación están totalmente desvinculados de las necesidades de las propias empresas.

2.- Problemas relacionados con la política fiscal: Una carga fiscal excesiva, desalienta la formación de nuevas empresas, y al mismo tiempo hace complicada la sustentabilidad de las ya existentes por el aumento de costos.

Debido a que:

- No existe una estructura fiscal específica para el tipo de empresa, dependiendo del tamaño, si es pequeña, mediana o grande, y seguido de esto, no se toma en cuenta su grado de madurez ni su actividad económica.
- No existen estímulos fiscales.
- La mayoría de estas empresas consideran que los servicios públicos son muy malos.
- Los procedimientos fiscales son largos y burocráticos, por lo cual se hace lento el proceso y se requiere de más inversión en tiempo por parte de los empresarios.
- Las auditorias constituyen un tipo de peligro para este tipo de empresas.

3.- Problemas relacionados con información: No existe suficiente información sobre instrumentos de apoyo a las pymes. Así mismo faltan recursos para difundir información relacionada con los diversos temas de alta importancia para las empresas, como son oportunidades de mercados extranjeros, el marco jurídico para invertir, procedimientos de importación y exportación, aspectos legales como el uso del suelo, requisitos para crear un nuevo negocio, entre otros.

4.- Problemas relacionados con programas específicos de fomento: Los costos de los servicios públicos y de la infraestructura son excesivos y afectan enormemente los costos de las pymes.

5.- Problemas relacionados con el financiamiento: Las altas tasas de interés y los costos elevados en los créditos, son de las principales limitantes para la creación o desarrollo de empresas. Se necesita de más apoyo por medio de nuevas instituciones que contribuyan al emprendimiento.

6.- Problemas relacionados con asistencia tecnológica: Debido al escaso presupuesto y la poca información de estas empresas, se ven limitadas al momento de adquirir tecnología.

Estas empresas temen de acercarse a instituciones o universidades a pedir apoyo en materia tecnológica, ya que se cree que dichos apoyos son diseñados para las grandes empresas. No hay incentivos suficientes para estimular la innovación tecnológica, y a su vez la consultoría y asesoría técnica en este rubro no es suficiente.

7.- Problemas relacionados con la comercialización: las empresas más pequeñas enfrentan un proceso de intercambio muy injusto, impuesto por las empresas más grandes. Así mismo se enfrentan a una competencia desleal por parte de otros negocios informales.

8.- Problemas relacionados con la legislación: No existe una ley que establezca el marco para otorgar incentivos a las pymes.

9.- Problemas relacionados con el entorno de las empresas: Al llegar empresas extranjeras, se ha descuidado el mercado interno, lo que indica una amenaza para las pymes y por consiguiente para la economía del país.

La devaluación de la moneda mexicana afecta enormemente al empresario y

lo desmotiva a seguirse sustentando. Y existen sectores en los que lo controles de precios perjudican a las empresas.

Marco teórico

Capítulo III. La mujer empresaria: su entorno, realidades y desafíos

3.1 Inclusión de la mujer en el entorno empresarial

Desde inicios de la revolución feminista del Siglo XX, han existido consecuencias en el ámbito empresarial, provocando gran cantidad de impactos tanto de movilidad como de cambio social. Gran cantidad de mujeres han transformado sus vidas, la de sus familias y comunidades, mediante la puesta en marcha de una empresa y a su vez se han incorporado a grupos sociales y al mundo empresarial transformando el escenario de los negocios día con día (REDEMPRENDÍA, 2015).

La integración de las mujeres en el sector público y privado se dio simultáneamente en distintos sectores: en su integración como legisladoras, trabajadoras, emprendedoras e incluso como mercado meta, lo que ha sido cada vez más segmentado con el curso del capitalismo, y ha causado una revolución pues ha transformado los procesos financieros, económicos, comerciales, sociales y culturales en las empresas a nivel mundial. Sin embargo, a pesar de que la mujer está inmersa en todos estos cambios diversos estudios reportan las dificultades a las que se enfrentan las mujeres al tratar de cumplir con los diferentes roles que culturalmente tienen (REDEMPRENDÍA, 2015).

Con el paso del tiempo se le ha dado mayor importancia y crédito a las actividades que realiza la mujer y se le ha permitido involucrarse en grupos sociales en los que en algún momento no tenía ni voz ni voto, como es el caso del sector empresarial, donde la mujer ha demostrado tener las capacidades suficientes para sacarlo adelante y generar desarrollo para el país.

Considerando el papel que desempeña la mujer en el trabajo es importante

saber que el empoderamiento y la autonomía económica de las mujeres forman parte de los requisitos indispensables para el logro de la equidad de género y están relacionadas ampliamente con sus posibilidades de participar en el mercado laboral, (Heller, 2010).

Experiencias de las últimas décadas nos señalan que la equidad de género está basada necesariamente en un equilibrio de la relación hombre-mujer, considerando todos los ámbitos: político, económico y social y que una de las formas de lograr un “desarrollo sostenible” es potenciar la contribución de la mujer en la formulación de políticas y en la toma de decisiones y su acceso en los beneficios del desarrollo en todos sus aspectos, empleo remunerado, incorporación a actividades productivas, acceso a la educación, salud, ciencia y tecnología.

Según Montaña (2005 citado en Heller, 2010), el concepto de empoderamiento y autonomía, facilita comprender mejor el proceso por el cual hombres y mujeres ganan y hasta llevan a cabo negociaciones, entre ellos y con los demás.

Con relación a la autonomía, en un informe de la CEPAL del año 2006 que trata sobre las Metas del Milenio, se define a la autonomía como “el grado de libertad que una mujer tiene para poder actuar de acuerdo a su elección y no con la de otros. En este sentido, existe una estrecha relación entre la adquisición de autonomía de las mujeres y los espacios de poder que puedan instituir, tanto individual como colectivamente”.

Dicho informe se centra en las capacidades y aportaciones de las mujeres para generar sus propios ingresos por medio de actividades productivas que les brinden la oportunidad de mayores niveles de autonomía, empoderamiento y menor desigualdad.

El concepto de autonomía de las mujeres es de gran importancia como medida para evaluar sus logros en el proceso de empoderamiento y superación de la exclusión social. Saber en qué medida las mujeres tienen la capacidad de decidir por ellas mismas participar en el mercado, en la política y en la vida pública es necesario para conocer los logros en la equidad de género.

Por tal motivo el empoderamiento y la autonomía económica se entienden como algo que va más allá que una mayor participación en actividades productivas, incremento en ingresos, demanda de un análisis integral que permita integrar el trabajo productivo y reproductivo, con el fin de dar a las mujeres un mayor poder de decisión sobre el destino de los recursos y disponiendo de mayor autonomía económica.

En gran parte de los países de la región Latinoamericana, la posibilidad de las mujeres de elegir un trabajo remunerado se encuentra delimitada por la responsabilidad de compatibilizar el mundo público con el privado, el trabajo remunerado en el mercado y el no remunerado en el entorno privado. La posibilidad de trabajo independiente y el potencial de los emprendimientos, ha sido planteado desde diferentes ámbitos como una oportunidad que les brinda mayores posibilidades de administrar sus tiempos y a su vez generar sus propios ingresos (Heller, 2010).

3.2 Características de la mujer empresaria

En la actualidad la situación y características particulares y distintivas de las mujeres emprendedoras ha sido poco explorada en la región, esto debido a su escasa participación dentro de actividades productivas y por otra parte, porque la mayoría de los estudios sobre el tema enfocan su atención en aspectos relacionados con los procesos y a las características de las empresas en sí mismas (tamaño, sector, productividad, grado de innovación), sin tomar en cuenta las especificidades de género (Heller, 2010).

Escandón y Arias (2011) señalan que en los últimos años ha existido una tendencia creciente de las mujeres a cambiar roles de responsabilidad familiar, por ejemplo, asumiendo el rol de empresaria, disminuyendo la brecha existente con los hombres y abriéndose paso hacia mayores posibilidades de educación, al desarrollo de capacidades y conocimientos y a la mayor incorporación al mercado laboral.

A su vez, el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (2010, citado en Saavedra y Camarena, 2015) señala que las características de las mujeres emprendedoras en América Latina son muy marcadas, mismas que se presentan a continuación:

- El motor detrás de la empresa de mujeres, como regla general, está en la necesidad económica más que en la identificación de una oportunidad o en un deseo de desarrollar una idea innovadora.
- Las mujeres son dueñas de empresas más pequeñas que las empresas de los hombres.
- El nivel de educación de las mujeres empresarias en América Latina y el Caribe en general es más bajo que el de los hombres.
- Las empresas de mujeres en ALC operan de manera predominante en el sector servicios y están mejor posicionadas para atender nichos de mercado.
- Las mujeres empresarias enfrentan dificultades estructurales para acceder a crédito y capital limitado, lo que impide que sus empresas progresen al tiempo que carecen de acceso a educación financiera.
- La conciliación entre vida familiar y empleo se resuelve muchas veces a través de una empresa, pero al mismo tiempo hace también difícil desarrollar la empresa.
- Las mujeres empresarias enfrentan estereotipos negativos sobre su capacidad para establecer y desarrollar una empresa.

Por tal motivo se hace latente la importancia de investigar este tema, conocer las características y determinar los retos que enfrentan las mujeres que emprenden un negocio.

Y bien, aunado a lo anterior se debe considerar el análisis de la situación de las mujeres en las actividades empresariales y/o independientes, para lo cual es necesario considerar el heterogéneo grupo que constituyen las pequeñas y medianas empresas, no sólo por tamaño, sino por tipo de constitución, origen del capital, composición, si son empresas familiares, por ejemplo, donde en general participan las mujeres de manera invisible, por rama de actividades para poder ir acercando mejores diagnósticos sobre las realidades actuales.

3.3 Motivaciones y aspiraciones de la mujer empresaria

Según el GEM (2012), existen solo dos razones por las que una persona puede convertirse en emprendedor: por oportunidad o por necesidad.

En el cuadro 5 se puede observar que en el año 2012 el porcentaje de emprendedores por oportunidad llegó a 10.3% de la población adulta sin considerar diferencias de género. Dato interesante de estos resultados es que en 2011 la diferencia entre hombres y mujeres fue de 2 puntos y medio. En ese año 8.8% de los hombres inició una empresa por oportunidad, comparado con 6.3% de las mujeres.

Cuadro 5. Razones para emprender un negocio

Tasa de actividad emprendedora	Oportunidad		Necesidad	
	2011	2012	2011	2012
Total	7.5	10.3	1.9	1.6
Hombres	8.8	10.3	1.7	1.6
Mujeres	6.3	10.3	2	1.7

Fuente: Saavedra y Camarena (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina, *Criterio Libre* 13 (22), pp. 129-152, ISSN 1900-0642. Bogotá, Colombia.

En lo que respecta al emprendimiento por necesidad, este se redujo ligeramente respecto a 2011 de 1.9% para llegar a 1.6% de la población adulta que emprende por necesidad. Si se hace la comparación por género, son más las mujeres que inician un negocio por necesidad que los hombres.

La razón de esto, de acuerdo con la OCDE (2013) es que las mujeres en los países emergentes, particularmente en Egipto y México, ven limitado su acceso al mercado laboral.

A su vez existen otras razones por las cuales las mujeres emprenden un negocio, mismas que radican en el deseo de poner en práctica una idea innovadora, sin embargo, los hallazgos de la OCDE (2013) indican que este motivo es más importante para los hombres que para las mujeres en Europa, y también en América Latina de acuerdo con SELA y BIRF (2010, citados en Saavedra y Camarena, 2015), en donde 13.36% de los hombres que inician un negocio lo hacen por el deseo de desarrollar una idea o aprovechar una oportunidad de negocio, mientras que en el caso de las mujeres solo 8.79% de las mujeres lo hacen por esta razón. Y bien, muchas lo hacen ante la imposibilidad de ascender y crecer profesionalmente dentro de una organización, es decir, el encuentro con el llamado techo de cristal o por la necesidad de encontrar un trabajo que las satisfaga y contar también con un horario flexible que permita integrar el trabajo y la familia.

Con relación al párrafo anterior, los estudios de la OCDE (2013) encontraron que 40% de las mujeres en Estados Unidos emprenden por conciliar sus actividades laborales y familiares.

3.4 Dificultades que enfrenta la mujer empresaria

De acuerdo con Heller (2010) en su informe para la CEPAL, en la mayoría de las sociedades, principalmente en las de economías emergentes, existe una gran desigualdad de género en el acceso, distribución y control de activos y de recursos productivos como tierra, trabajo, capital o información, que implican una limitante para la generación de ingresos para las mujeres, específicamente para generar iniciativas empresariales. A su vez, existen condiciones socioculturales como una división inequitativa del trabajo de cuidados, la crianza de los hijos o personas mayores que es deber de las mujeres de toda la región latinoamericana, con prácticas y políticas que tienen una responsabilidad asignada socialmente al género, siendo sostén de la llamada economía invisible, pues sustenta el trabajo productivo sin recibir algo a cambio.

En Latinoamérica las mujeres dedican en promedio 67% de su tiempo al trabajo no remunerado y el 33% al trabajo remunerado, cuando los hombres dedican el 31% al trabajo no remunerado y el 68% al trabajo remunerado. Estas cifras muestran claramente los impactos de estas desigualdades en el proyecto y en la calidad de vida de las personas, principalmente para una práctica tan demandante en cuanto a la disponibilidad del tiempo, energía y compromiso para la puesta en marcha de un negocio (Heller, 2010).

Lo anterior nos hace referencia al entorno en el que vive y trabaja la mujer, en el que mayormente lleva a cabo actividades que por el hecho de ser mujer es impuesto como una obligación, como es el caso de las amas de casa que dedican mayor esfuerzo a las labores domésticas y familiares.

Las mujeres en Latinoamérica enfrentan barreras mucho más complejas en la participación de la economía formal que sus contrapartes en países desarrollados, insuficientes políticas y programas de apoyo y estímulo a la actividad emprendedora, exceso de normativas y procedimientos, falta de acceso al crédito y asimismo existen diferencias entre ellas en los diferentes países de América Latina y el Caribe. (Heller, 2010).

Es por ello que, a la hora de diseñar programas de apoyo a la actividad productiva, es preciso tener en cuenta las realidades que atraviesa cada contexto en particular en lo referido a factores macroeconómicos, y del mismo modo las condiciones institucionales, de infraestructura, cuestiones normativas, crediticias y financieras de los diferentes países, debido que un mismo programa puede asumir distintos resultados e impactos en diferentes países.

Capítulo IV. El crédito y las mujeres empresarias

4.1 El crédito como medio de financiamiento y desarrollo empresarial

Hoy en día, las sociedades modernas resuelven la satisfacción de sus necesidades humanas a través de la familia, la sociedad civil, los estados y los mercados. Y lo que relaciona a estos cuatro medios es el dinero. Desde este punto de vista el Sistema Financiero nace con el fin de dar respuesta a los requerimientos de recursos productivos para financiar proyectos de inversión y consumismo por parte de estos cuatro medios relacionados entre sí, realizando diversas actividades o transacciones de bienes y servicios.

En la actualidad las instituciones financieras ofrecen gran cantidad de servicios, entre los que se encuentran el ahorro y el crédito, mismos que, son vitales para su funcionamiento: por medio de una tasa de interés se atrae el “ahorro” de aquellos sujetos económicos que dada su renta, planes de consumo, ahorro e inversión emergen con capacidad para ahorrar recursos,

concediéndolos en forma de “préstamos” (créditos), mediante otra tasa de interés a sujetos económicos que no disponen de dinero “presente” para satisfacer necesidades de financiamiento. La diferencia entre ambas tasas determina las ganancias que obtiene el banco por ofrecer estos servicios.

Espino (1999) señala que el crédito se entiende como un elemento de ajuste para hacer frente a situaciones de inestabilidad y desequilibrios que permite salir de una situación de dependencia de flujos en el corto plazo, flexibilizando la toma de decisiones estratégicas en un horizonte de tiempo mayor. Al usar el crédito se espera obtener una mayor competitividad, mayores ingresos, mayor dinamismo, crecimiento y fuentes de empleo. El crédito entonces, es considerado fundamental en las economías modernas pues ocupa un lugar muy importante en el desarrollo económico de un país.

Sin embargo, cuando se ha de generar estabilidad y equilibrio en las mujeres empresarias a través del crédito, la realidad es muy diferente y se podrá observar más adelante.

El crédito puede clasificarse de manera global en tres tipos, según el objeto de uso (Espino,1999). Como se muestra a continuación:

- **Crédito de consumo:** extendido a personas para financiar el uso de bienes.
- **Crédito comercial:** extendido por los oferentes de materias primas a las empresas, o bien por éstas a los vendedores mayoristas para financiar actividades productivas.
- **Crédito hipotecario:** extendido a personas para la adquisición de una vivienda.

Con relación a los mercados de capitales, debido a que estos en las economías emergentes no están ampliamente desarrollados, las instituciones bancarias juegan un papel muy trascendental en el financiamiento a las

actividades productivas de las pequeñas y medianas empresas, mismas que son las principales generadoras de empleo (Clavellina, 2013).

El autor antes mencionado señala también que en lo que se refiere a la forma en que se distribuye el crédito de la banca comercial en el país, resulta atractivo observar que, durante los últimos años, prácticamente todas las ramas productivas han visto disminuida su participación dentro de la cartera total. Contrastando datos de diciembre de 1995 con junio de 2012, se observa que el crédito orientado al sector agropecuario pasó de 5.2 al 1.6%; el del sector industrial del 24.7 al 20.0%; el del sector servicios, del 31.3 al 22.0%; y el correspondiente al crédito a la vivienda de 21.4 a 16.7%.

A su vez, Clavellina (2013) menciona que entre los rubros que vieron acrecentada su participación se encuentra el crédito al consumo, que aumentó del 5.3 al 21.2%; mientras que el orientado al sector público pasó de 4.0 a 13.2%, es decir, es posible observar que la banca privada ha privilegiado el crédito a sectores no productivos, aunque posiblemente sean más rentables como en el caso del crédito al consumo, o más seguros como en el crédito al sector público (ver cuadro 6).

**Cuadro 6. Distribución del crédito otorgado por la banca comercial
según actividad de prestatarios (porcentajes)**

Título	Dic 1995	Dic 2000	Dic 2005	Dic 2010	jun-12
Total (1 a 10)	100	100	100	100	100
Sector privado del país (1 a 6)-empresas y personas físicas	90.7	73.8	75	81.1	81.6
1. Sector agro., silvícola y pesquero	5.2	3.8	1.8	1.6	1.64
2. Sector industrial	24.7	19.6	13.9	21	20
3. Sector servicios y otras actividades	31.3	23.4	20.4	21.5	22
4. Crédito a la vivienda	21.4	21.1	15.5	17.9	16.7
5. Créditos al consumo	5.3	4.6	23.4	19.1	21.2
6. Renglón de ajuste estadístico	2.9	1.3	0	0	0
7. Sector financiero del país	3.7	2.9	5.4	2.5	3.4
8. Sector público	4	5.2	9	13.6	13.2
9. Otros		17.7	9.9	0.5	0.3
10. Sector externo	1.5	0.5	0.7	2.2	1.5
11. Crédito interbancario	2.7	6.2	0.1	0.1	0.1

Fuente: Elaborado con datos de Banxico, tomados por (Clavellina, 2013). Crédito bancario y crecimiento económico en México, publicado en *Economía Informa* núm. 378 enero – febrero. Recuperado el 20 de febrero de 2016 en <http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/378/02clavellina.pdf> p. 14.

Por otra parte, para al cierre del 2014, más de 316 mil empresas tenían al menos un crédito vigente con alguna institución bancaria; entre ellas, el 96 % eran pymes y 4 % eran grandes. Entre las pymes, las micro y pequeñas

empresas recibieron la gran mayoría de los créditos. De 2010 a 2014, el número de empresas acreditadas aumentó a una tasa de 4.96% anual; en ese lapso, el número de pymes acreditadas en el sistema bancario mexicano creció a una tasa de 4.8% por ciento anual. Dentro del segmento de las pymes, el número de empresas medianas es el que crece más aceleradamente. (ver cuadro 7).

Cuadro 7. Número de empresas con crédito bancario

Fecha	Sistema	Grandes	Pymes	Medianas	Micro y pequeñas
2009	248,247	8,126	240,346	4,065	236,281
2010	273,693	9,382	264,311	4,714	259,597
2011	298,233	10,453	287,780	5,354	282,426
2012	329,230	11,116	318,114	6,445	311,669
2013	326,378	12,250	314,128	7,376	306,752
2014	316,579	12,732	303,847	8,161	295,686
Tasa de crecimiento promedio anual 2009-2014	4.96	9.40	4.8	14.96	4.59

Fuente: (Banxico, 2015). Reporte sobre las condiciones de competencia en el otorgamiento de crédito a las pequeñas y medianas empresas (PYME). Recuperado el 20 de febrero de 2016 en <http://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-discursos/publicaciones/informes-periodicos/reporte-sobre-las-condiciones-de-competencia-en-lo/%7BB0D52028-C9F4-9410-0DA9-AA76BD9474AB%7D.pdf> p. 34.

Los bancos ofrecen diferentes tipos de crédito a las empresas. Según Banxico, resulta ilustrativo agruparlos en las siguientes categorías: no revolvente (crédito simple), revolvente diferente a tarjetas y tarjetas empresariales. Al cierre del 2014, a nivel del conjunto de empresas, el crédito simple representa el 67% del monto total, el revolvente el 28% y las tarjetas empresariales el 3%. Los plazos son variados, en el caso de pymes oscilan entre 21 y 40 meses, siendo este último plazo el más recurrente para empresas micro y pequeñas (ver cuadro 8).

Cuadro 8. Características del crédito por tipo de producto

Tipo de empresa	Tipo de producto	Tasa de interés (%)	Tasa promedio	% de saldo en cada producto
Grandes	Crédito No			
	Revolvente	6.36	14	70
	Crédito Revolvente	6.06	9	29
	Tarjeta Empresarial	12.33		0
Medianas	Crédito No			
	Revolvente	9.24	31	56
	Crédito Revolvente	8.75	14	34
	Tarjeta Empresarial	12.02		10
Micro y pequeñas	Crédito No			
	Revolvente	12.08	41	60
	Crédito Revolvente	11.83	22	19
	Tarjeta Empresarial	13.76		21

Fuente: (Banxico, 2015). Reporte sobre las condiciones de competencia en el otorgamiento de crédito a las pequeñas y medianas empresas (PYME). Recuperado el 20 de febrero de 2016 en <http://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-discursos/publicaciones/informes-periodicos/reporte-sobre-las-condiciones-de-competencia-en-lo/%7BB0D52028-C9F4-9410-0DA9-AA76BD9474AB%7D.pdf> p. 42.

La banca de desarrollo juega un papel central en la oferta de crédito a pymes. Varias instituciones apoyan al financiamiento de pymes, incluyendo a Nafin, Bancomext, Sociedad Hipotecaria Federal, FND y FIRA64. Asimismo, el Instituto Nacional del Emprendedor otorga apoyos para empresas de nueva creación y a incubadoras de proyectos de empresas; algunos de estos apoyos son a fondo perdido como capital de riesgo, mientras que otros se operan en conjunto con la Banca de Desarrollo para mejorar las condiciones de crédito a pymes, siendo Nacional Financiera (Nafin), el principal vehículo.

La Ley orgánica de Nafin establece entre sus objetivos relacionados con el financiamiento al sector empresarial a) promover el ahorro y la inversión; b) canalizar apoyos financieros al fomento industrial y, en general, al desarrollo económico nacional y regional del país; c) apoyar a personas físicas o morales

que realicen actividades empresariales en los sectores industrial, comercial o de servicios; con énfasis en las pequeñas y medianas empresas; d) promover el acceso de las pymes a los servicios financieros, y e) impulsar el desarrollo de proyectos sustentables y estratégicos para el país. Nafin persigue sus objetivos principalmente a través de tres programas: crédito en primer piso, crédito en segundo piso y garantías de crédito. El crédito en primer piso se refiere a préstamos que hace Nafin a las empresas privadas usuarias finales del crédito. El crédito en segundo piso, en contraste, canaliza recursos financieros a las empresas a través de la red de intermediarios financieros con la que trabaja Nafin.

4.2 Beneficios económicos que genera el fomentar la obtención de crédito en las pymes lideradas por mujeres.

Mejorar la situación económica de las mujeres por medio de acceso a recursos financieros les permite ampliar, diversificar, mejorar la calidad de su producción y aumentar la productividad, lo cual tiene efectos directos en sus familias en términos de reducción de la pobreza y un mejor futuro para sus hijos, ya que con los ingresos generados se pueden alcanzar mejoras sociales como el acceso a servicios básicos (salud, agua potable, saneamiento y educación), lo que quiere decir que esto contribuiría en el mejoramiento de la seguridad económica. (Zúñiga, 2004).

Considerando lo anterior, los objetivos de las microempresarias trascienden a lo exclusivamente económico, donde el crédito constituye un medio y no un fin en sí mismo, pues la viabilidad económica se relaciona con la capacidad de generar bienestar y mejorar la calidad de vida. A medida que aumentan los ingresos y activos en manos de las mujeres en los países en vías de desarrollo, la mayoría de éstos ingresos se son destinados a la alimentación, la salud y la educación de los hijos, lo que se puede traducir en un aumento de productividad.

Las mujeres se han situado en lo que algunos expertos en mercadotecnia denominan un “segmento de mercado”, y se han convertido cada vez más en un segmento clave donde pueden ser destinados los programas de micro financiamiento (OIT, 2000)¹⁰.

Las mujeres realizan una investigación de su entorno laboral, determinan las posibilidades de mejorarlo, reúnen los recursos necesarios para ello y se proponen aprovechar de la mejor manera las oportunidades que se les presentan, debido a que saben que el costo del fracaso es grande puesto que lo asume de inmediato su entorno familiar. Un análisis de la relación “condición empresarial de la mujer y crecimiento económico” llevado a cabo por la Asociación Nacional de Mujeres Propietarias de empresas (National Association of Women Business Owners – NAWBO, antes NFWBO) para el año 1995, estableció que existe una relación positiva considerable entre “mujeres propietarias de empresas” y el “crecimiento económico de un país”.

Según Weeks y Seiler (2001) la investigación llevada a cabo para toda América Latina y el Caribe, presenta tres indicadores de la condición empresarial de la mujer que influyen en el crecimiento del PIB:

- El nivel de actividad económica.
- Cargos administrativos o gerenciales.
- Empleadoras o trabajadoras por cuenta propia.

¹⁰ La Organización Internacional del Trabajo (OIT), desarrolló un Programa de Fortalecimiento Institucional, en colaboración con el Centro Internacional de Capacitación de Turín para estimular la acción contra la pobreza a nivel nacional y regional. El programa se centra en el empleo, como un mecanismo fundamental para la erradicación de la pobreza y examina temas y estrategias integrales en las áreas de igualdad de género, promoción de empleo y erradicación de la pobreza. Se basa en la combinación de la especialización técnica de la OIT y de las experiencias del Sistema de Naciones Unidas, las instituciones de Bretton Woods y otras organizaciones. Dado su enfoque interdisciplinario, el programa se apoya en un trabajo en colaboración con otras agencias especializadas, fundaciones y programas involucrados en esta área de acción a nivel nacional, regional e internacional.

4.3. Uso del crédito

Según datos de encuestas realizadas a empresas en Jamaica por el Banco Mundial (BID, 2010), no existen diferencias considerables en el acceso a crédito entre hombres y mujeres. Mismos datos revelan que existen pocas diferencias en el uso de financiamiento externo entre empresas de propiedad de un hombre o de una mujer.

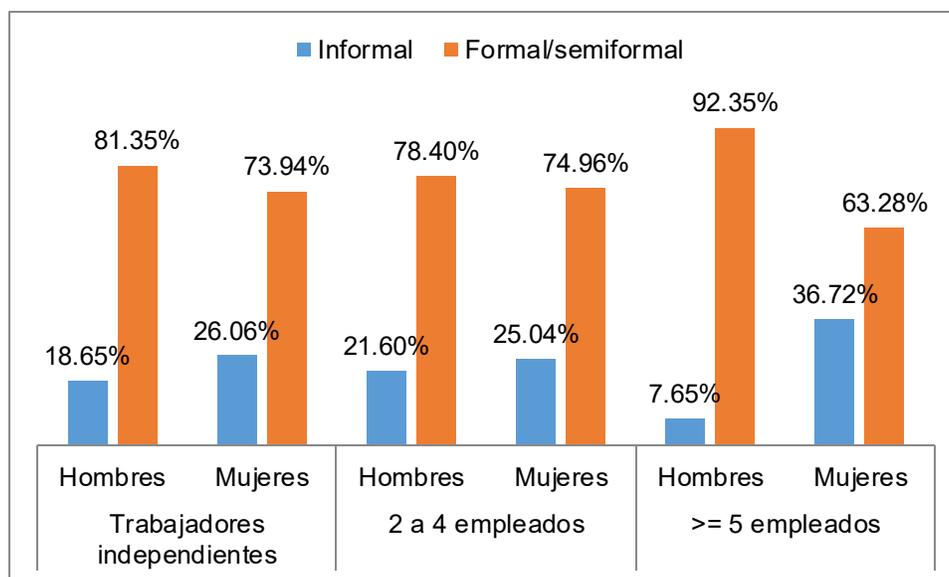
Datos del mismo estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo señalan que, aunque puede no haber grandes diferencias de género en el acceso al crédito en muchos países de ALC, sí hay diferencias en cuanto a cómo las mujeres y los hombres utilizan los recursos. El análisis de los datos de encuestas por hogares de Guatemala y los estudios de caso sugieren que las empresarias tienden a usar menos frecuentemente un crédito, ellas solicitan préstamos más pequeños y son más dependientes de fuentes informales de financiamiento.

El porcentaje de empresarias de Guatemala que recurren a créditos es considerablemente inferior al de los hombres empresarios, sobre todo entre quienes trabajan por cuenta propia y los microempresarios. A su vez, los préstamos existentes entre mujeres u hombres propietarios de un negocio con cinco o más empleados son inferiores al 2%, mientras que estos aumentan a más del 10% para las empresas con dos a cuatro empleados.

Los números anteriores son coherentes con relación a los hallazgos de (Tejerina y Westley, 2007), quienes constatan que los hombres usan el crédito con mayor frecuencia que las mujeres, sin integrar los casos de préstamos informales, del mismo modo, existen diferencias considerables en el tamaño de los préstamos obtenidos según el género del empresario: los préstamos que reciben los empresarios varones son en promedio 2.2 a 2.5 veces mayores que los que reciben las empresarias.

Las empresarias utilizan distintas fuentes de crédito que los hombres, análisis realizado con los datos de las encuestas hechas por hogares en Guatemala (BID, 2010), sobre los orígenes del crédito que utilizan las empresas que obtuvieron el préstamo señala una brecha de género considerable, (Ver gráfica 1).

Gráfica 1. Distribución de las fuentes de crédito



Fuente: Elaboración propia con datos del BID (2010). **Mujeres empresarias: barreras y oportunidades en el sector privado formal en América Latina.** Recuperado el 20 de febrero de 2016 http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/840442-1260809819258/Libro_Mujeres_Empresarias.pdf p. 23.

Las empresas de son propiedad de un hombre tienen mayor acceso a fuentes formales/semiformales, mientras que una mayor proporción de empresas de propiedad de una mujer utiliza fuentes informales de crédito, como son la familia y los amigos. Entre las empresas con cinco o más empleados propiedad de mujeres, la principal fuente de crédito del 36% son las fuentes informales donde podrían estar inmersos los apoyos de familiares y amigos, mientras que esto sucede sólo en el 7% de las empresas del mismo tamaño pertenecientes a hombres con empresas que tienen el mismo número de

empleados.

4.4 Desigualdades que enfrentan las mujeres empresarias

La primera causa de desigualdad comienza cuando actividades de “responsabilidad social” tales como el cuidado de los niños, el hogar, alimentación y limpieza, son impuestas a las mujeres como una responsabilidad biológica o natural, lo que las limita a realizar otras actividades¹¹. Al respecto, como el modo de producción predominante es producir mercancías mediadas por el comercio, toda la producción que no tiene como destino el mercado no tiene precio y por lo tanto, no tiene un valor.

Lo antes mencionado aclara por qué los flujos financieros que provienen de actividades o trabajo doméstico no enmarcan en la categoría económica, sin embargo, si agregan valor a la fuerza de trabajo, esto considerando que las mujeres con su trabajo facilitan la productividad de los miembros de la familia al mantener satisfechas sus necesidades básicas, mismas que sí tienen un valor económico al ser incluidas en los cálculos de salud y creatividad de las futuras generaciones de trabajadores, Sadik (1989 citado en Zúñiga, 2004).

Lo que quiere decir, que el trabajo productivo es reconocido como tal y valorado económicamente mientras que el reproductivo (trabajo que se asocia a actividades “socialmente útiles” que no son remuneradas monetariamente) se considera como natural y por lo tanto no se valora (Rodríguez, 2001). Con relación a ello, el trabajo excesivo realizado por las mujeres, no tiene un soporte económico que las ayude a cubrir sus necesidades, y lo cual se traduce en una disminución de la productividad tanto a nivel doméstico, familiar y laboral.

¹¹ Estudios sobre la distribución del tiempo por parte de mujeres de bajos ingresos han mostrado que, aun cuando éstas participan en el mercado del trabajo, el tiempo que dedican a las tareas hogareñas no disminuye, y el que en realidad se reduce es su tiempo libre (King y Evenson, 1983), <http://www.popline.org/node/405608>

4.5 Efectos del crédito en la calidad de vida de las mujeres empresarias

Zúñiga (2004) considera que una manera de luchar contra las desigualdades que enfrentan las mujeres es lograr que ellas tengan la oportunidad de obtener un crédito, debido a los beneficios que algunas de ellas experimentan:

- El desarrollo de su propia identidad, lo que les permite reconocer sus capacidades y limitaciones.
- El desarrollo de su autoestima, en medida en que adquieren la capacidad de tomar decisiones importantes tanto familiares como empresariales.
- El desarrollo de su autonomía económica, que les permite cambiar sus patrones de gasto al generar ingresos y activos propios, lo que repercute en al ejercer sus derechos económicos y sociales.

Aun cuando en muchos casos el crédito ha contribuido a mejorar el bienestar de las mujeres, en algunos casos ha generado otros costos como mayores cargas de trabajo y altos niveles de estrés al tener que enfrentar solas el pago convenido en las cuotas del crédito, lo que se traduce en mayores dificultades para utilizar su tiempo (OIT, 2001). A su vez Mayoux (2000) considera que es posible que se generen efectos adversos en los hijos y en las personas de tercera edad que estaban a cargo todo el tiempo de las mujeres.

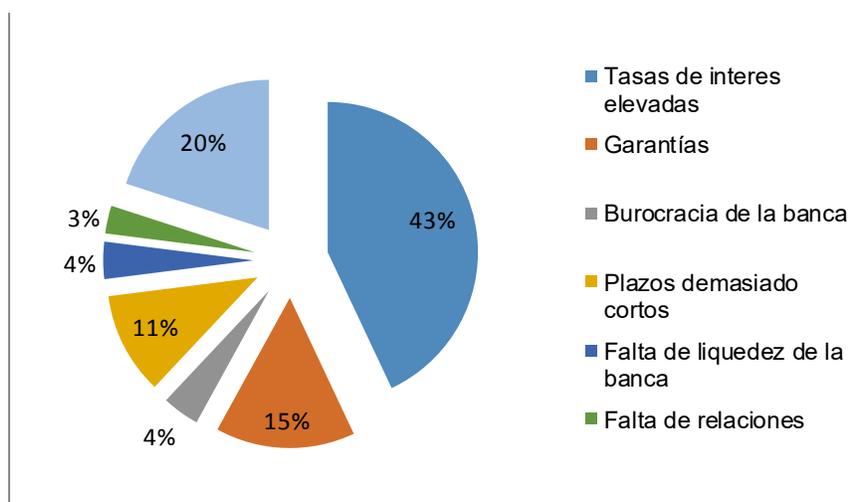
De acuerdo a lo anterior queda en evidencia que el sólo acceso al crédito de las mujeres no resulta suficiente considerando los posibles efectos adversos que podrían sumarse, por lo que resulta importante la necesidad de generar políticas públicas que sean integrales, es decir, que de igual forma a los servicios crediticios se incentiven las responsabilidades familiares compartidas por la pareja y la sociedad, mediante servicios accesibles de cuidado de los hijos, proporcionarles seguridad social y salud.

4.6 Obstáculos para el acceso al crédito de las mujeres empresarias

Diversos obstáculos y restricciones crediticias deben abordar las mujeres empresarias, estas específicas a su género, y en las diversas fases de su actividad empresarial, como son: la puesta en marcha, el funcionamiento, la diversificación y crecimiento del negocio (Zúñiga, 2004).

Por su parte, el Banco Interamericano de Desarrollo en su estudio “Acceso de las pequeñas y medianas empresas al financiamiento” acudió a pequeñas y medianas empresas (pymes) de América Latina, las empresas señalaron que sus principales obstáculos son las condiciones bajo las cuales acceden al sistema financiero, principalmente los elevados costos financieros (tasas de interés), los requisitos de garantías y los cortos plazos de endeudamiento (Pollack y García, 2004), (ver gráfica 2).

Gráfica 2. Obstáculos para la obtención de financiamiento de las pequeñas y medianas empresas en América Latina



Fuente: Banco Interamericano del Desarrollo, BID (2002), citado en Zúñiga (2004). *Acceso al crédito de las mujeres en América Latina: Políticas laborales con enfoque de género*, Proyecto CEPAL/GTZ. Santiago de Chile. Recuperado el 7 de octubre de 2015 en http://www.cepal.org/mujer/proyectos/gtz/publicaciones/word_doc/Muriel_Zuniga.pdf p. 21.

Como se puede observar en la gráfica anterior, un 45% de importancia le corresponde a las elevadas tasas de interés. En segundo lugar, el 20% son otros factores, mismos que según una encuesta realizada a empresarios de América Latina por el World Business Environment Survey¹² corresponde a impuestos, regulaciones e inestabilidad en las políticas (Pollack y García, 2004). A su vez, el 15% de los obstáculos es asignado a los requisitos de garantías tradicionales demandados y, por último, con un 11% se ubican los créditos de corto plazo.

A partir de la perspectiva de los bancos, el bajo nivel de otorgamiento de crédito a las pymes está relacionado a factores de naturaleza estructural, algunos identificados claramente entre los que destacan:

4.6.1 Estereotipo de género

Dentro de los principales obstáculos a los que se enfrenta la mujer empresaria para la obtención de financiamiento es el estereotipo de género. Las condiciones y posición social de las mujeres tienen influencia en su relación con el sistema financiero, además de las barreras y obstáculos institucionales habituales para un número de personas cada vez mayor, las mujeres se enfrentan a una serie de factores y estereotipos sociales y culturales que en ocasiones pueden afectar su capacidad para acceder y usar los servicios financieros (De la Cruz, 2013).

La economía feminista analiza y pone en duda la legitimidad de la atribución

¹² Es una encuesta de más de 10.000 empresas en 80 países y un territorio realizada en 1999-2000 que examina una amplia gama de interacciones entre las empresas y el Estado. Sobre la base de entrevistas cara a cara con los directivos de las empresas y los propietarios, WBES está diseñado para generar mediciones comparativas en áreas tales como la corrupción, el poder judicial, grupos de presión, y la calidad del entorno empresarial, que pueden estar relacionados con características de las empresas concretas y firmes actuación.

de privilegios y prejuicios que se implantan o autorizan en función del género en el acceso y uso de los servicios financieros. También discute el impacto que los estereotipos asumen, ya que estos actúan (o pueden actuar) como un factor de decisión para las instituciones financieras que condiciona su relación y comportamiento con las mujeres (De la Cruz, 2013).

4.6.2 Altas tasas de interés

La falta de competencia y la concentración de mercado se ven reflejados en los precios que los clientes pagan por el uso de los servicios y productos que la banca ofrece, así como en los rendimientos que reciben por sus ahorros. El diferencial entre tasas de interés activas y pasivas de la banca comercial es amplio, por ejemplo, la tasa de interés promedio efectiva en tarjetas de crédito para clientes no totaleros (aquellos que no cubren la totalidad de su adeudo al llegar su fecha de corte) se ubicó en 29.8% en febrero del año 2013, mientras que para ese mismo mes el rendimiento del pagaré con rendimiento liquidable al vencimiento (28 días) fue de apenas 1.26 % (Clavellina, 2013).

Tomando en cuenta la perspectiva de la banca comercial, los altos intereses que caracterizan al crédito que se otorga a las Pequeñas y Medianas Empresas obedece, entre otras cosas a su alta mortalidad, a la insuficiencia en la información sobre estas empresas; asimetrías de información y selección adversa; riesgo moral; dependencia de las garantías en la obtención de créditos; un orden jurídico deficiente y una creciente informalidad en la economía (Lecuona, 2009).

Dentro de los mayores riesgos que enfrentan las pymes para sobrevivir explican las más altas tasas de interés que tienen que pagar por los créditos que requieren. Por otro lado, es común que las pymes cuenten con una estructura poco profesional, con un escaso uso de técnicas contables y financieras y donde las finanzas personales del propietario están inmersas con las de su negocio; lo que provoca, en algunas ocasiones, daño moral cuando

el empresario no destina los préstamos para incrementar la capacidad productiva de su negocio, sino que lo desvía a otros gastos. Lo anterior aunado a la gran informalidad con que operan este tipo de unidades y la falta de facturación, ocasionan que la información requerida para el otorgamiento de un crédito sea escasa y poco confiable.

Con relación a la inexistencia de información contable y la ausencia de historiales crediticios, los bancos solicitan más documentación y garantías para otorgar un préstamo, incrementando con ello los costos de transacción. La escasez de información alimenta también el problema de selección adversa; no obstante, también es justo señalar que, en la mayor parte de los países en desarrollo, las instituciones financieras necesitan de empleados con la preparación suficiente para evaluar proyectos de inversión de forma adecuada (FitzGerald, 2007).

En este sentido, el Índice de Competitividad Estatal (IMCO, 2012) establece que la legislación mercantil del país incrementa los riesgos para hacer negocios, en especial para los intermediarios financieros, pues los acreedores se ven afectados de forma importante al momento de demandar el incumplimiento de un contrato, ya que durante ese tiempo los créditos no pagan ni generan intereses. Otro de los problemas relacionados con la debilidad jurídica se encuentra en la falta de especialización de los tribunales civiles, los cuales atienden todo tipo de asuntos (familiares, patrimoniales y mercantiles), lo que ocasiona que los costos relacionados con el otorgamiento de créditos crezcan pues tienen que cubrir el riesgo jurídico (Clavellina, 2013).

4.6.3 Altos costos en transacción por parte de instituciones financieras

El sistema financiero al realizar actividades de financiamiento genera costos por transacción, mismos que corresponden principalmente a costos administrativos son: el tener personal capacitado para administrar los créditos, personal de ventas, evaluadores y además los costos fijos que debe

financiar. Por lo general esos costos son altos, especialmente cuando son pequeños préstamos los que se administran y principalmente si son solicitados por mujeres, esto considerando la poca información con la que disponen con relación a las ventas, producción, calidad, mercados, entre otros (Zúñiga, 2004).

Otros estudios como el de Westley (2001) aportan otras explicaciones del por qué los altos costos del crédito, el autor indica que esto ocurre porque el éxito de los programas de microcrédito ya no es medido únicamente por el grado de cobertura, sino también por los niveles de autosuficiencia operativa y financiera, lo cual hace que aumente las tasas de interés para poder ser sustentables por ellos mismos, con el fin de enfrentar los altos costos donde están inmersos.

En el estudio de Westley (2001) se manifiesta que el costo del crédito de las microempresas es al menos el doble que el de las grandes empresas, y a su vez da a conocer que cuando estas tasas se generan en sectores de baja rentabilidad, la situación ocasiona disminución en los ingresos disponibles de las personas, lo que tendría complicaciones tanto para el pago de las amortizaciones, y por consiguiente para su sustentabilidad financiera.

Por su parte Lecuona (2009) menciona que la poca calidad de la información de las pymes y la ausencia de una masa crítica de historias crediticias empresariales que permitan analizar la operación de este tipo de créditos (crédito a pymes) provocan que las solicitudes de documentación y los trámites se multipliquen. Esta sobrecarga administrativa no soluciona el problema de fondo, se convierte en altos costos de operación del crédito que repercuten en las tasas activas y en los costos de transacción de las empresas. Desde luego, también afecta negativamente la duración de los periodos de gestión de las solicitudes de crédito.

4.6.4 Requisitos que solicitan las instituciones financieras

En los casos de préstamos comerciales, mismos que son destinados a actividades productivas, las instituciones financieras solicitan documentación para verificar la situación financiera del negocio y de los activos con los que se cuenta para poder determinar si los flujos generados en un futuro serán viables. Según (Zúñiga, 2004), generalmente se solicita lo siguiente:

- Pruebas de identidad de la empresa.
- Nivel de ingreso.
- Historial crediticio.
- Nivel de educación.
- Nivel de ventas.
- Estados financieros.
- Información sobre deudas existentes y comportamiento de pagos de deudas periódicas con documentos que lo avalen.
- Garantías físicas como tierras, inmuebles, equipos y efectivo.
- Características del negocio, ventajas competitivas.
- Para montos altos se puede solicitar una evaluación del proyecto que incluya estudios del consumidor, de los competidores, y proveedores.

Considerando la magnitud de las actividades que realizan, para las grandes empresas no es nada complicado cumplir con los requerimientos anteriores, sin embargo, para las pequeñas empresas es complicado ya que muchas de estas empresas no llevan contabilidad, no trabajan con registro formal (sin pago de impuestos).

La exigencia de garantías se considera un gran obstáculo para las pequeñas y medianas empresas. Las instituciones financieras tradicionales solicitan garantías con el fin de asegurar la confiabilidad y estabilidad financiera del cliente y así reducen los costos de transacción. Y bien, en ocasiones las

garantías tradicionales que generalmente son solicitadas son bienes con los que las mujeres no disponen, pues su principal activo es su “propio trabajo”. Por tal motivo, las instituciones financieras introducen mayores obstáculos a las mujeres para acceder al crédito.

La insuficiente calidad y confiabilidad de la información de las pymes mexicanas empeora el problema de información asimétrica que caracteriza en todo el mundo la relación entre bancos y pequeñas empresas. Asimetría que genera un problema agudo de selección adversa, esto es de concurrencia de las empresas más riesgosas a los bancos y del alejamiento de las más sanas, que prefieren buscar alternativas menos costosas de financiamiento y en las que los empresarios están más dispuestos a comprometer recursos propios. A su vez, la concentración del crédito en las empresas más riesgosas repercute en la elevación de las tasas activas y retroalimenta el proceso de selección adversa (Lecuona, 2009).

La deficiente información de las pymes sigue a varias causas que a veces se combinan. La insuficiencia proviene, muchas veces, de la estructura con deficiencia profesional de la empresa en la que los sistemas contables son rudimentarios y las finanzas de la empresa y del empresario suelen estar confundidas en la contabilidad. Otra fuente de insuficiencia es la existencia de segmentos importantes de actividad informal en las pymes. En ocasiones, los empleados no están contratados correctamente, las ventas no se facturan, los insumos y servicios que recibe el establecimiento tampoco son facturados por el proveedor, entre otros. Comúnmente, se relacionan varios de estos factores complicando la situación real de la empresa, aún para el mismo empresario, no se diga para los bancos. Estas prácticas, poco sanas, tienen como propósito evadir esquemas regulatorios y fiscales muy complejos y pesados que pretenden ser simplificados y adecuados para incentivar la formalización y profesionalización de la actividad de las pymes (Lecuona, 2009).

4.6.5 Burocracia de la banca

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2001) los procedimientos que tienen los bancos para tramitar los créditos son considerados por muchas mujeres demasiado complejos, con condiciones y términos confusos, con excesivos trámites y obstáculos burocráticos, lo que las lleva a autoexcluirse.

Por otra parte, los horarios que proporcionan las instituciones de crédito resultan generalmente inapropiados y poco accesibles para la mayoría de las mujeres empresarias que solicitan créditos, mismas que son responsables de cocinar, limpiar y cuidar de los niños, por añadidura a su trabajo fuera del hogar (Zúñiga, 2004).

4.6.6 Propiedad de los activos por género

Tener títulos de activos afecta a la obtención de créditos y a los niveles de ingresos, así como también la permanencia de una empresa en el mercado. Los patrones de acumulación de activos y tener acceso a bienes contribuyen a explicar por qué las mujeres empresarias tienen empresas pequeñas en tamaño.

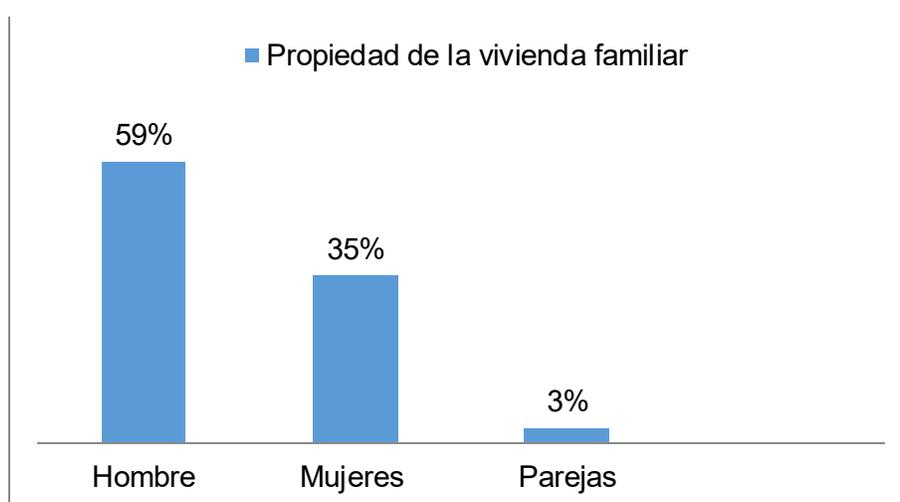
Floro y Antonopoulus (2006 citados en BID, 2010), analizaron la relación que existe entre el empoderamiento de la mujer y el hecho de contar con activos. Los tipos de activos que las personas eligen o están en condiciones de adquirir y de ahorrar pueden depender de la dinámica de género al interior del hogar y tendrán efectos más allá de la familia al momento de involucrarse en actividades en el mercado.

La capacidad de utilizar los activos personales, como la vivienda propia, los bienes de consumo o un vehículo, es un factor clave a la hora de habilitar a la mujer para que instale un negocio. En su revisión de la economía informal de América Latina, Valenzuela (2004 citado en BID, 2010), indica que el acceso

de la mujer a los activos en ocasiones es menor que el del hombre y que esto puede influir en la tasa de creación de empresas y en el tamaño de los negocios con los cuales las mujeres inician actividades económicas de forma independiente.

Según datos del Banco Interamericano de Desarrollo en el año 2010, en México los propietarios de viviendas familiares para el año 2004 estaban integrados de la siguiente manera, (ver gráfica 3).

Gráfica 3. Propiedad de la vivienda familiar por sexo en México



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de ENCOVI, (BID, 2010). **Mujeres empresarias: barreras y oportunidades en el sector privado formal en América Latina.** Recuperado el 20 de febrero de 2016 http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/840442-1260809819258/Libro_Mujeres_Empresarias.pdf p. 13.

Como se puede observar en la gráfica anterior los hombres que contaban con propiedades eran casi el doble de porcentaje más que las mujeres en el año 2004, quienes tenían con un 59%, mientras que las mujeres un 35% en cuanto a propiedad de viviendas.

Según el Banco Interamericano de Desarrollo (2010) las mujeres tienden a basarse en documentos firmados y en bienes muebles como principal fuente de garantías. En Guatemala, los datos de la encuesta por hogares muestran que los empresarios usan activos inmuebles con el doble de frecuencia que las mujeres empresarias.

Las garantías utilizadas con mayor frecuencia por las mujeres, como documentos firmados y bienes muebles, suelen restringirlas más para conseguir financiamiento en bancos y otras fuentes formales de crédito. Del mismo modo, la Encuesta de Condiciones de Vida (ENCOVI)¹³ de Nicaragua revela que las mujeres usan más la maquinaria y los equipos como garantía que los hombres. Esta categoría de capital representa más del 35% y el 41%, respectivamente, de las garantías utilizadas por empresas medianas y grandes de propiedad de una mujer. Por el contrario, las empresas de los hombres utilizan este tipo de garantía 10 puntos porcentuales menos en el caso de empresas medianas y 25 puntos porcentuales menos en el caso de empresas grandes.

Aun considerando los avances en el establecimiento de los derechos formales de la mujer sobre la tierra, sigue habiendo brechas de género considerables. En ALC¹⁴, las mujeres constituyen menos de un tercio de los propietarios de la tierra. Persisten las barreras legales a que sean dueñas de la tierra, las cuales incluyen las leyes matrimoniales o de herencia, y las normas culturales algunas de estas barreras en el caso de Nicaragua. Sin embargo, las brechas en la propiedad de la vivienda son menos persistentes y se aproximan a la paridad de género en Panamá y Nicaragua. La copropiedad o comunidad de bienes, en tanto, se sitúa en un 40% en Argentina y Ecuador (BID, 2010).

¹³ Es una de las investigaciones más completas que realizan las instituciones de estadística. Aborda en su temática información socioeconómica de la población que permite, mediante el cálculo de indicadores, una caracterización más fina de las condiciones de vida y a través de esta, una mejor comprensión de los niveles de pobreza y grado de desarrollo.

¹⁴ América Latina y el Caribe.

La falta de confiabilidad de la información de las empresas, la selección adversa y el “Daño moral”, dan lugar, también a elevados costos del crédito, a la enorme dependencia de las garantías para el otorgamiento del financiamiento, más que de la viabilidad de las empresas y los proyectos. Estas garantías muchas veces no están disponibles para el empresario y en ocasiones, a pesar de contar con ellas, este no está dispuesto a aportarlas, por tratarse de su patrimonio familiar básico (Lecuona, 2009).

4.6.7 Carteras de activos y el valor de los bienes comerciales

Según datos de la misma investigación el valor de los activos de la mujer es inferior al del hombre, y existen muy pocas encuestas que den evidencia de ello, es decir, que recojan datos sobre el dominio de los bienes a niveles individuales y desagregados por género.

En América Latina y el Caribe las ENCOVI de Nicaragua fueron las únicas que obtuvieron información relacionada con los activos. Las versiones de 1998, 2001 y 2005 de estas encuestas obtuvieron datos sobre la propiedad individual de los activos, entre ellos consideraron módulos sobre la propiedad de los bienes comerciales. Al analizar los activos comerciales en Nicaragua para los años 1998 y 2001 considerando el sector de actividad, se constata que el valor de los bienes comerciales de los hombres es mayor que el de las mujeres (BID, 2010).

Igualmente existe evidencia de que las mujeres en Nicaragua son mucho más emprendedoras que los hombres, sin embargo, en 2001 sólo eran dueñas del 36% al 41% del valor del patrimonio físico familiar, esto según los cálculos de (Deere, Alvarado y Twyman 2009).

En Nicaragua se comprobó la existencia de relaciones entre el patrimonio individual de los propietarios de empresas, en composición con algunas características personales, familiares y empresariales, y la habilidad que

tenían para acumular bienes comerciales. Este supuesto indica que ser hombre, mayor, jefe de hogar y casado se relaciona de forma positiva con el nivel de activos comerciales brutos del propietario (BID, 2010).

Lo cual también puede sostenerse en los niveles más altos de escolaridad, la cantidad de empleados del negocio, los meses que ha estado funcionando y la cantidad de horas a la semana que el dueño le dedica al negocio también deberían tener un efecto positivo en la acumulación de bienes comerciales.

Según datos de la ENCOVI de Nicaragua, cuando se controla por el valor de los demás bienes de propiedad del empresario o empresaria, (la mayoría de ellos activos familiares), el nivel de educación del propietario y las horas a la semana que trabajan se consideran las variables que tienen la relación positiva más poderosa con el valor total de los activos comerciales (BID, 2010).

4.6.8 Educación financiera en México

La educación financiera¹⁵ así como la educación en general es uno de los motores del desarrollo social ya que permite la generación del capital humano, pero especialmente porque ofrece mejores alternativas de vida al tomar decisiones financieras adecuadas. Por lo tanto, es un tema de interés para todos. De acuerdo con la Comisión nacional de Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF): 62 de cada 100 mexicanos carece de educación financiera, el 80% de las familias ahorra fuera del sistema financiero y el 31% de los mexicanos gasta más de su nivel de ingreso. Estas cifras demuestran la carencia de educación y de planeación financiera (CONDUSEF, 2010).

¹⁵ El término *educación financiera* es usado en muchas ocasiones de manera muy general para referirse a una amplia gama de programas con diversos enfoques, cuyo denominador común está orientado a transmitir conocimientos sobre temas de finanzas personales, servicios a personas que no cuentan con mucha información sobre ello.

En el 2014, Educación Banamex¹⁶, con apoyo de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), presentaron una encuesta y estudio titulado “*Cultura financiera de los jóvenes en México*” con el objetivo de entender las actitudes, aspiraciones, percepciones y prácticas de los jóvenes, con relación al manejo de sus recursos. También llevó a cabo con el fin conocer la cultura financiera de los jóvenes de entre 15 a 29 años en México, para generar conocimiento y contribuir con el diseño de oferta educativa, programas, estrategias y políticas públicas que les permitan desarrollar herramientas para participar en la construcción de condiciones para su bienestar personal, familiar y el de su comunidad. Entre los hallazgos más significativos se encuentran los siguientes:

- 22% de los jóvenes entrevistados mantiene un registro de su presupuesto.
- 87% no tiene ahorro para el retiro, y 61% no ha pensado en ese tema.
- 47% tienen como meta principal dentro de 8 años comprar una casa.
- 96% nunca se informa sobre las características de productos financieros.
- 46% relaciona el dinero con seguridad personal y familiar.
- 56% afirma que sus padres toman las decisiones financieras.
- 95% elige el efectivo como método de pago.
- A finales de mes, el 56% de los entrevistados declara que no le sobra dinero.
- Las mujeres son quienes tienen mayores hábitos de registro del manejo de su dinero.
- Solamente el 11% deposita sus ahorros en una institución financiera.

¹⁶ Esta es una iniciativa del programa *Saber Cuenta*, que en alianza con varias instituciones educativas pone a disposición de la comunidad, de manera gratuita, cursos orientados a promover el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes financieras que permitan a las personas elevar su calidad de vida, a través de la toma de decisiones responsables.

Contar con altos niveles de educación financiera en nuestro país y en el mundo sería un elemento importante para contribuir en mantener e incrementar la confianza del sistema financiero mexicano, a su vez la población estaría más informada sobre los productos y servicios que brinda dicho sistema.

Con educación financiera sería más fácil que en los hogares existiera una mejor administración de los recursos, y finalmente se mitigarían los riesgos de endeudamiento en gran medida.

Para el año 2013, el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 (PND), menciona algunas líneas de acción específicas para fomentar la educación financiera:

- Fortalecer la incorporación de educación financiera en los programas de educación básica y media.
- Promover el acceso y uso responsable de productos y servicios financieros.
- Fortalecer la educación financiera de las mujeres para lograr una adecuada integración al sistema financiero.

A partir de este Plan, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) diseñó el Programa Nacional de Financiamiento al Desarrollo (PRONAFIDE), el cual establece, como uno de sus objetivos, “Fomentar la inclusión, educación, competencia y transparencia de los sistemas financieros, asegurador y de pensiones para incrementar su penetración y cobertura, a la vez que mantengan su solidez y seguridad”. Objetivo al que le corresponde la estrategia de “Desarrollar mayores capacidades financieras para hacer mejor uso de productos y servicios financieros y fomentar la protección del usuario”. Para cumplir con esta estrategia se establecieron líneas de acción entre las cuales se encuentra:

- Robustecer la educación financiera de las mujeres para una adecuada integración al sistema financiero.
- Promover la divulgación de información oportuna y

de calidad, para que los usuarios tomen decisiones informadas.

- Desarrollar un programa de educación financiera que integre las necesidades de la población y empresas, para emplear eficientemente el sistema financiero.

4.6.9 Otros factores que limitan el acceso crédito a las mujeres líderes de pymes

Existen también otros factores que son considerados por las mujeres que solicitan servicios crediticios, que pueden afectar su decisión al momento de buscar y utilizar dichos servicios, los cuales no tienen que ver con las instituciones financieras.

4.6.9.1 Problemas jurídicos que se presentan a las mujeres al solicitar un crédito

Por tradición los recursos productivos están en manos de la población masculina, los que han heredado patrimonios, acumulado capital y han sido propietarios de medios de producción. Esto ha dado como resultado que las mujeres de escasos recursos se encuentren aún más excluidas del entorno empresarial y de los créditos, ya que es menos probable que las mujeres tengan propiedades a su nombre para ofrecer como garantías al solicitar créditos (OIT, 2000).

Al respecto Almeyda (1997), menciona que lo que en realidad afecta para el acceso al crédito de muchas mujeres empresarias no es tanto la falta de propiedades sino más bien la falta de títulos legales que le permitan ser usados como garantía. Y bien, si las mujeres empresarias deciden acudir a aquellas instituciones no bancarias que atienden a la microempresa puede ser riesgoso ya que no cuentan con adecuados marcos regulatorios, lo que limita su disponibilidad de recursos.

Además de la problemática anterior no existen incentivos para el otorgamiento de crédito a las pymes y se constituye un sistema judicial de lenta e incierta operación y de altos costos para los bancos. Según el Banco Mundial en su Informe 2005, “Un Mejor Clima de Inversión para Todos”, la ejecución judicial de un contrato en México tarda 421 días, dato que se comparaba muy desfavorablemente con el promedio de 280 días vigente en los países desarrollados.

Así mismo, el Banco Mundial, en sus Indicadores Mundiales de Gobernabilidad 2007, clasifica a México en el percentil 34 en lo referente a “Vigencia de la Ley”, lo que quiere decir que se encuentra, casi en el tercio más bajo del mundo. A su vez, el Foro Económico Mundial (WEF), en su Informe Mundial de Competitividad 2007-2008, clasifica a México en cuanto a “Sofisticación del Sistema Financiero” en lugar 69 de 131 economías y, dentro de este rubro, en el subíndice de “Acceso al Crédito” en lugar 88, sin embargo, en el de “Fortaleza de los Derechos Legales” en el 118, es decir, en el percentil 10 (Lecuona, 2009). Es así como aún en el caso de que la empresa pueda contribuir con las garantías solicitadas por los bancos, el costo implícito en un largo y tortuoso proceso de adjudicación reduce el valor esperado de la rentabilidad de cada operación crediticia y, en consecuencia, repercute en la elevación de las tasas activas y el desincentivo al uso del financiamiento bancario. Esta situación afecta de manera más que proporcional a las pymes que a las grandes empresas (Galindo y micco, 2005).

4.6.9.2 Altos costos de transacción para las mujeres

Al hacer referencia a altos costos, no es solo considerar las altas tasas de interés, sino también costos adicionales financieros y personales de las empresarias. En este sentido Zúñiga (2004) menciona que existen costos adicionales como son la movilización de las mujeres que solicitan créditos hacia la ubicación de los prestamistas y costos de oportunidad relacionados

con el tiempo que se requiere para llenar formularios, para reembolsar préstamos y negociar la deuda. Estos costos de formalización de un crédito suelen ser más elevados para las mujeres que para los hombres, porque ellas tienden a tolerar:

- Mayores cargas de trabajo, esto considerando las responsabilidades domésticas y familiares.
- Restricciones sociales que limitan su movilidad al estar menos expuestas a ambientes distintos al doméstico.
- La escasez de dinero en efectivo para afrontar los gastos de tramitación de una solicitud de préstamo.

4.6.9.3 Alta mortalidad inherente a las pymes

De las 200 mil empresas que abren sus puertas en México cada año, solamente 35 mil subsisten dos años más tarde (Tan y otros, 2007). Esta alta tasa de mortalidad es común a las pymes en todo el mundo, aún en los países desarrollados. En Estados Unidos 24% de las nuevas empresas han cerrado dos años después y 53% antes de los cuatro años (Benavente, Galetovic y Sanhueza, 2005).

Es así como se puede notar que el riesgo de las pymes es por naturaleza alto, debido a sus tipos de estructuras, mismas que no tienen comparación con las grandes empresas, lo que explica en gran medida las altas tasas de interés que tienen que pagar por los créditos. Además, es difícil y costoso identificar aquellos proyectos que si tendrán éxito y los que serán malos.

4.6.9.4 Daño moral (*Moral hazard*)

El error que se comete al integrar las finanzas personales del empresario y las finanzas de la empresa, la falta de estructura y profesionalización de muchas pymes y el alto costo de monitoreo que implicaría a los bancos seguir de cerca

la aplicación del crédito, generan un ambiente en el que la utilización del financiamiento para fines distintos al declarado al solicitarlo es común. Esta desviación del crédito da lugar al “Daño Moral” cuando la reasignación aumenta el riesgo de la empresa sin conocimiento ni autorización del acreedor. El uso del crédito para financiar gastos personales del empresario en lugar de capitalizar la empresa sería un caso típico, en el que los egresos de la firma subirían por concepto de pago de intereses sin ningún beneficio competitivo, deteriorando su posición relativa y aumentando el riesgo de fracaso (Lecuona, 2009).

Para las instituciones que otorgan financiamiento, es de gran importancia tener conocimiento de la operación de las empresas a las que van a otorgar el recurso financiero, esto con el fin de saber si será redituable el financiamiento y saber si será invertido en algo provechoso; en ocasiones los empresarios dueños de pequeñas o medianas empresas invierten ingresos percibidos en asuntos personales que no están relacionados con el desarrollo de la empresa como lo plantean en las instituciones.

4.6.9.5 Pérdida de relaciones bancos-empresas

La relación personal que existe entre los funcionarios de los bancos y los empresarios de pymes es un elemento fundamental para dar funcionalidad al financiamiento bancario Berger y Vael (2002 citado en Lecuona, 2009). Esta relación crea flujos de información cualitativa que complementa y apoya a la cuantitativa que suministran las empresas, se refiere especialmente a la situación personal y carácter de los dueños de las pymes.

4.6.9.6 Elevado costo del crédito pyme que contrae su demanda

Existe una estructura de muy altos diferenciales entre tasas activas y pasivas para las pymes, esto a raíz de información poco confiable, altos costos de operación, selección adversa, inadecuaciones judiciales y un ambiente

insuficientemente competitivo. Estos altos costos hacen que alrededor de dos terceras partes de las pequeñas y medianas empresas ni siquiera intenten acercarse a los bancos y que estos tengan que rechazar a una buena parte de las que les solicitan crédito, como se muestra más adelante (Lecuona, 2009).

Si las pequeñas y medianas empresas están necesitadas de recursos financieros, y las condiciones para adquirirlos no son apropiadas y al contrario son un problema para las empresas, los empresarios podrían mantenerse al margen y dejar a un lado la intención de adquirir algún tipo de financiamiento, y alejarse de la idea del desarrollo de sus empresas en el corto o mediano plazo.

4.6.9.7 Informalidad extendida y creciente en la economía

Desgraciadamente, mucha de la nueva actividad empresarial en México comienza y se desarrolla en el sector informal: cada año se crean más de 200 mil nuevas pymes, 90% de las cuales operan en el sector informal (Tan, López-Acevedo y otros, 2007). Esta práctica, que gana terreno constantemente, determina que el sistema financiero informal también cobre importancia creciente. La magnitud de la informalidad está poco estudiada y medida, pero cabe señalar, como indicador aproximado, que más del 60% de las personas que se declaran ocupadas en las encuestas del INEGI no están registradas en la seguridad social (IMSS o ISSSTE).

En el 2007 fue expuesta la problemática de las pymes para acceder al crédito en México por parte de Cuauhtémoc Martínez, presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA) en esa fecha, quien lo expuso de la siguiente manera:

- Las pymes no cuentan con las garantías requeridas por las instituciones financieras.

- No cuentan con formación, información y capacidad de gestión financiera.
- Tienen mayores costos del financiamiento con relación a las grandes empresas.
- Existen escasas fuentes de financiamiento para pymes.
- Renuencia de las instituciones financieras para financiar proyectos de bajo monto.
- Abrumadoras exigencias de trámites.
- Los trámites consumen tanto tiempo que, cuando finalmente se recibe el crédito, es demasiado tarde para utilizarlo.
- Se niegan posibilidades a empresas con menos de dos años de existencia y aquellas que tienen el tiempo, por lo regular se encuentran en el buró de crédito.
- Aunque se anuncia frecuentemente que existen programas de financiamiento, estos no llegan a las pymes.

Crédito de proveedores

Debido a la escasez de créditos y la imposibilidad de cubrir los requisitos de la banca comercial para acceder a su financiamiento, las empresas mexicanas han acudido al financiamiento de proveedores para continuar operando. De acuerdo con datos de la encuesta trimestral de financiamiento a empresas elaborada por el Banco de México (Banxico), en el trimestre abril-junio de 2016 (ver cuadro 9), en promedio, los proveedores representaron la principal fuente de recursos para 72.10% de las empresas encuestadas, mientras que la banca comercial y de desarrollo lo fueron para 36.80 y 6.40% respectivamente (Banxico, 2016).

Cuadro 9. Resultados de la encuesta de evaluación coyuntural del mercado crediticio (porcentajes)

		Oct-Dic 2015	Ene- Mar 2016	Abr- Jun 2016
Total de empresas	Fuente			
	Empresas que obtuvieron algún tipo de financiamiento:	87.30	83.30	83.60
	De proveedores	74.60	76.60	72.10
	De la banca comercial	41.40	35.50	36.80
	De la banca en el extranjero	6.30	6.50	6.60
	De empresas del grupo corporativo/oficina matriz	20.40	19.50	16.90
	De empresas del grupo corporativo	N/E	N/E	N/E
	De la banca de desarrollo	5.70	6.00	6.40
	De la oficina matriz en el exterior	N/E	N/E	N/E
Mediante emisión de deuda	1.70	1.80	2.10	

Fuente: Elaboración propia con datos de (Banxico, 2016). Resultados de la encuesta de evaluación coyuntural del mercado crediticio. Sistema de información económica. Consultado el 5 de septiembre de 2016 en <http://www.banxico.org.mx/SielInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?accion=consultarCuadro&idCuadro=CF471>

Capítulo V. Metodología

5.1. Tipo de estudio

Tomando en cuenta los objetivos y la problemática planteada en esta investigación, se utilizaron los tipos de estudio **no experimental-transeccional-descriptivo**.

El presente estudio se considera **no experimental**, ya que se realizó sin manipular deliberadamente las variables que se identificaron con anticipación en estudios relacionados con el tema, mismas que se mencionan a continuación: costos financieros, garantías, educación financiera, historial crediticio, estereotipo de género, burocracia de la banca y conocimientos empresariales. Solamente se quiere explicar el fenómeno estudiado ya que no se tiene control directo sobre las variables que intervienen en él y sus efectos.

A su vez, fue de **tipo transeccional**, debido a que las variables consideradas para este estudio fueron medidas solo una vez, sin la intención de estudiar su evolución. La recolección de datos se llevó a cabo en un momento determinado, entre los meses de junio y agosto de 2016, entrevistando una sola vez a la población, la cual fue representada por mujeres líderes de pequeñas y medianas empresas.

Se considera de tipo **descriptivo**, ya que las variables seleccionadas fueron útiles para describir una problemática dentro de las empresas.

Por otra parte, el estudio se fundamentó en un análisis de la literatura sobre pymes lideradas por mujeres y su relación con las fuentes de financiamiento, la investigación se estructuró en torno a dos técnicas de investigación.

5.2. Técnica de investigación

La técnica documental contribuyó para poder desarrollar el marco teórico y otros apartados como: antecedentes, justificación y planteamiento del problema, en los cuales fue necesario consultar información de distintas fuentes y documentos, como son: libros, tesis, revistas, artículos y sitios web. Se revisaron documentos de INEGI, Banco mundial y Banco Interamericano de Desarrollo con el fin de conocer el entorno en que se desempeña la mujer empresaria tanto a nivel mundial como en México.

Por otra parte, la investigación de campo se utilizó con el fin de conocer el entorno de las empresas lideradas por mujeres, las cuales tienen la opción de solicitar un financiamiento por parte de instituciones públicas o privadas. Lo anterior con el fin de identificar los principales obstáculos a los que se enfrentaron las empresas al momento de solicitarlo, o bien, el motivo por el cual no lo han intentado.

Para efecto de la presente investigación se utilizó el estudio de casos múltiples, ya que se analizaron distintos sujetos como población de estudio, esto con el fin de estudiar a profundidad la problemática en cada uno de los casos.

5.3. Unidad de análisis

Como unidad de análisis para la investigación, se tomaron las experiencias de mujeres líderes de pequeñas y medianas empresas, que han intentado obtener financiamiento o que al menos han obtenido información por parte de las instituciones públicas o privadas que los otorgan. Los aspectos considerados, para que los casos pudieran ser prospecto a entrevista, fue pertenecer o haber pertenecido a una incubadora de la UNAM y ser considerados casos de éxito por la misma incubadora.

En el siguiente cuadro (ver cuadro 10), se presentan algunas características requeridas de las empresas, para que sus propietarias fueran candidatas a ser entrevistadas:

Cuadro 10. Criterios de selección de las empresas.

Tamaño de la empresa	Pyme
Sector	Comercio, industria o servicios
Característica del propietario	Ser mujer empresaria
Tiempo de vida de la empresa	Indistinto
Otras características consideradas	Ser empresa incubada por la UNAM

Fuente: Elaboración propia.

5.4. Recolección de datos

Para la recolección de datos se consultó la opinión de expertos, quienes sugirieron analizar casos específicos de pymes lideradas por mujeres, debido a que el contacto entre las empresarias y las opciones de financiamiento es un tema poco estudiado. Del mismo modo, mencionaron la importancia de que los casos a estudiar fueran pymes incubadas por la UNAM, por el hecho de tener un antecedente en capacitación y considerarse casos de éxito por las incubadoras.

Se buscaron mujeres empresarias que habían o no obtenido algún tipo de financiamiento y que tuvieran la disposición de ser entrevistadas. Se tuvieron algunas dificultades ya que no cualquier persona está dispuesta a compartir información, sobre todo siendo aspectos personales o de su propia empresa, sin embargo, al tratarse de una investigación académica se pudo superar el obstáculo garantizando la confidencialidad que las entrevistas requerían.

En total se logró entrevistar a 6 mujeres empresarias, y para ello se siguieron las siguientes estrategias. Primero hubo un acercamiento con dos incubadoras de la UNAM, una fue la incubadora de alta tecnología perteneciente a la Coordinación de Innovación y Desarrollo y la otra incubadora perteneciente al Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa de la Facultad

de Contaduría y Administración. Las dos incubadoras facilitaron los datos de 20 mujeres empresarias, algunas están siendo incubadas actualmente y otras son egresadas. Así se logró obtener información de las 6 empresas.

Se aplicó un instrumento en forma de entrevista semiestructurada, misma que al ser con preguntas abiertas permitió enlazar los temas de interés. El instrumento se aplicó a 6 empresas lideradas por mujeres, mismo que consideró distintas variables que se creían importantes para el logro de los objetivos.

El cuestionario semi estructurado permite la flexibilidad de que el orden de las preguntas no esté necesariamente predefinido, al no tener preguntas cerradas el entrevistado tiene la libertad de expresarse sin limitaciones sobre los temas a considerar en la investigación.

Al ser una investigación no participante, se pudo estar cerca y escuchar a la persona entrevistada, observar y analizar sus respuestas sin influir en el fenómeno de estudio, a su vez, se buscó la manera de guiar la entrevista, para no perder el enfoque y dejar de visualizar el objetivo de la investigación.

Las entrevistas permitieron identificar y analizar a profundidad la percepción que tienen las mujeres empresarias respecto al tema del financiamiento, del mismo modo, se lograron identificar los obstáculos que han encontrado al momento de obtenerlo y en los casos de las mujeres que no han obtenido uno, se identificaron cuáles han sido sus limitaciones.

5.5. Mapeo de variables

A continuación (ver cuadro 11), se presentan en forma de variables algunos obstáculos para obtención de financiamiento, así como sus indicadores correspondientes encontrados en la literatura.

Cuadro 11. Obstáculos e indicadores para la obtención de financiamiento encontrados en la literatura

Obstáculos	Indicadores	Autores
Costos financieros	<ul style="list-style-type: none"> • Tasas de interés • costos de transacción 	<ul style="list-style-type: none"> • Pollack y García, 2004; Lecuona, 2009; Clavellina, 2013; Zúñiga, 2004.
Garantías	<ul style="list-style-type: none"> • Títulos de propiedad • Acumulación de activos • Otros bienes 	<ul style="list-style-type: none"> • FitzGerald, 2007; Floro y Antonopoulos (2006 citados en BID, 2010).
Educación financier	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de recursos • Ahorro • inversión • Productos y servicios financieros • Instituciones financieras 	<ul style="list-style-type: none"> • CONDUSEF, 2010; PND, 2013-2018.
Historial crediticio	<ul style="list-style-type: none"> • Uso responsable del crédito • Uso irresponsable del crédito 	<ul style="list-style-type: none"> • FitzGerald, 2007; Zúñiga, 2004
Estereotipo de género	<ul style="list-style-type: none"> • Discriminación • Desigualdad 	<ul style="list-style-type: none"> • INMUJERES, 2006; Heller, 2010; Rodríguez, 2001; De la Cruz, 2013.
Burocracia de la banca	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones y términos confusos • Excesivos trámites 	<ul style="list-style-type: none"> • OIT ,2001; Zúñiga, 2004; Lecuona, 2009.
Conocimientos empresariales	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de plan de negocios: estudio de Mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio financiero y aspectos legales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Castelán y Oros, 2011; Stutely, 2000.

Fuente: Elaboración propia.

En el siguiente cuadro (ver cuadro 12), se describen las variables mencionadas en el cuadro anterior, según investigaciones realizadas por algunos autores.

Cuadro 12. Descripción de los obstáculos para la obtención de financiamiento por algunos autores

Obstáculos	Descripción de obstáculos por autores	Indicadores
Costos financieros	El Banco Interamericano de Desarrollo a través de su estudio "Acceso de las pequeñas y medianas empresas al financiamiento" acudió a pequeñas y medianas empresas (pymes) de América Latina, las cuales señalaron que sus principales obstáculos son las condiciones bajo las cuales acceden al sistema financiero, principalmente los elevados costos financieros (tasas de interés), los requisitos de garantías y los cortos plazos de endeudamiento (Pollack y García, 2004).	<ul style="list-style-type: none"> • Tasas de interés • Costos de transacción
Garantías	Floro y Antonopoulus (2006 citados en BID, 2010), analizaron la relación que existe entre el empoderamiento de la mujer y el hecho de contar con activos. Los tipos de activos que las personas eligen o están en condiciones de adquirir y de ahorrar pueden depender de la dinámica de género al interior del hogar y tendrán efectos más allá de la familia al momento de involucrarse en actividades en el mercado.	<ul style="list-style-type: none"> • Títulos de propiedad • Acumulación de activos • Otros bienes

Obstáculos	Descripción de obstáculos por autores	Indicadores
Educación financiera	<p>A partir del PND 2013-2018, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) diseñó el Programa Nacional de Financiamiento al Desarrollo (PRONAFIDE), el cual establece, como uno de sus objetivos, “Fomentar la inclusión, educación, competencia y transparencia de los sistemas financieros, asegurador y de pensiones para incrementar su penetración y cobertura, a la vez que mantengan su solidez y seguridad”. Objetivo al que le corresponde la estrategia de “Desarrollar mayores capacidades financieras para hacer mejor uso de productos y servicios financieros y fomentar la protección del usuario”. Para cumplir con esta estrategia se establecieron líneas de acción entre las cuales se encuentra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Robustecer la educación financiera de las mujeres para una adecuada integración al sistema financiero. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de recursos • Ahorro • inversión • Productos y servicios financieros • Instituciones financieras
Historial crediticio	<p>En los casos de préstamos comerciales, mismos que son destinados a actividades productivas, las instituciones financieras solicitan documentación para verificar la situación financiera del negocio y de los activos con los que se cuenta para poder determinar si los flujos generados en un futuro serán viables. Según (Zúñiga, 2004, p. 10), generalmente se solicita lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pruebas de identidad de la empresa. • Nivel de ingreso. • Historial crediticio. • Nivel de educación. • Nivel de ventas. • Estados financieros. • Información sobre deudas existentes y comportamiento de pagos de deudas periódicas con documentos que lo avalen. • Garantías físicas como tierras, inmuebles, equipos y efectivo. • Características del negocio, ventajas competitivas. • Para montos altos se puede solicitar una evaluación del proyecto que incluya estudios del consumidor, de los competidores, y proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso responsable del crédito • Uso irresponsable del crédito

Obstáculos	Descripción de obstáculos por autores	Indicadores
Estereotipo de género	Las condiciones y posición social de las mujeres tienen influencia en su relación con el sistema financiero, además de las barreras y obstáculos institucionales habituales para un número de personas cada vez mayor, las mujeres se enfrentan a algunos factores y estereotipos sociales y culturales que en ocasiones pueden afectar su capacidad para acceder y usar los servicios financieros (De la Cruz, 2013, p. 15).	<ul style="list-style-type: none"> • Discriminación • Desigualdad
Burocracia de la banca	Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2001) los procedimientos que tienen los bancos para tramitar los créditos son considerados por muchas mujeres demasiado complejos, con condiciones y términos confusos, con excesivos trámites y obstáculos burocráticos, lo que las lleva a autoexcluirse.	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones y términos confusos • Excesivos trámites
Conocimientos empresariales	Según Castelán y Oros (2011, p.2), el plan de negocios es útil para: <ul style="list-style-type: none"> • Analizar el capital que se necesita para cada fase del proyecto. • Conocer la visión del proyecto de inversión. • Analizar el tiempo requerido para empezar a generar ingresos. • Analizar las formas para obtener financiamiento que más le convienen. • Buscar una asociación con inversionistas que puedan aportar al proyecto. • Demostrar que el proyecto es viable. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de plan de negocios: estudio de Mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio Financiero y aspectos legales.

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo VI. Obstáculos que enfrentan 6 pymes lideradas por mujeres para la obtención de financiamiento.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en las entrevistas, los cuales se desarrollaron como historias de cada una de las mujeres líderes de pequeñas y medianas empresas. Cabe señalar que los nombres de las propietarias y de las empresas utilizados en este capítulo son reales, debido a que se dio autorización por parte de las empresarias para utilizarlos.

6.1. Historias de pymes lideradas por mujeres incubadas en la UNAM

- **Historia 1. María Eugenia**

Nombre: María Eugenia Pérez Mitre Sánchez

Edad: 52 años

Nombre de la empresa: Emocionarte

Actividad económica: Comercialización de finas artesanías mexicanas

Edad de la empresa: 2 años 11 meses

Sitio web: www.emocionartesanias.com

Hace ya casi 3 años que María Eugenia dejó de trabajar para el gobierno; después de haber dejado su trabajo y tener tiempo libre, un día decide irse de viaje con su esposo a Tlaxcala, en donde compró algunas artesanías de talavera. Al ver el gusto que ella tenía por este tipo de artesanías su esposo le sugirió abrir una tienda de artesanías mexicanas, a lo que ella le respondió que esa era una de sus máximas aspiraciones, pero pensaba que era muy costoso abrirla.

En ese momento ella pensaba que abrir una tienda física era delicado, se le hacía muy riesgoso sin antes programar la posibilidad de que le fuera bien. Tomando en cuenta eso, su esposo le sugirió que por lo pronto abriera una tienda virtual, a lo cual ella accedió considerando que era más fácil y económico enviar las artesanías a domicilio, fue así fue como *Emocionarte*

inició actividades.

Se empezó por lo más fácil, lo que ella quería era ya poner en marcha su negocio, por lo cual en ocasiones no consideró muchas cosas que podían complicarle el inicio de actividades de la empresa. Primero acudió a algunos estados de la República con el fin de visitar artesanos, visitó a personas de Puebla que desde el principio se convirtieron en sus proveedores y hasta la fecha lo siguen siendo, proveedores de talavera, pewter y mármol.

Después acudió a Taxco Guerrero, con una familia que tiene toda la vida trabajando con plata, se hizo muy amiga de esa familia y a la fecha ellos son sus proveedores de plata. A su vez, en Campeche compró sombreros de jipi, adquirió el contacto con artesanos de Oaxaca productores de alebrijes y a una productora de barro natural y artesanos de barro negro.

Con todas las piezas que se adquirieron se llevó a cabo una sesión de fotos para poder mostrar las artesanías al público en general. Después María Eugenia se dio a la tarea de conseguir a un proveedor de software para que le hiciera su página web, el logotipo de la empresa y la imagen corporativa, basado principalmente en lo que provoca ver artesanías, como es una emoción, fue por ello que les gustó emocionarte para nombre de la empresa.

Una vez que la empresa ya estaba operando, en su inicio se experimentaron diversas complicaciones, como son, la insuficiencia de capacidad instalada de los proveedores y la deficiencia de empaque y embalaje de las artesanías, por lo que se suscitaron algunos casos en que los pedidos llegaban a su destino en malas condiciones, ya que el empaque no era apto para el tipo de producto. La capacitación de los artesanos fue otra de las complicaciones a las que se enfrentó la empresa, del mismo modo, se les requería aportar un valor agregado a los productos que comercializa la empresa con respecto a los existentes en el mercado.

Actualmente, la empresa aspira a obtener un financiamiento con el cual se podrían adquirir los productos para su inmediata comercialización, es decir, al menos contar con los productos que aparecen en su página web, en la cual anuncian más de 80 piezas. Con relación a las ventas, no se ha exportado ningún tipo de artesanía ya que la empresa no cuenta con el conocimiento suficiente para transportar las piezas al extranjero.

Emocionarte es una empresa incubada por el Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (Cenapyme), el principal apoyo que obtuvo por parte de este centro fue capacitación a través del curso-taller de plan de negocios, después inició el proceso de incubación. La empresaria María Eugenia considera que esto ha contribuido a darle forma a su idea, ya que como emprendedora no consideraba algunos aspectos fundamentales para la puesta en marcha de un negocio, mismos aspectos que una empresaria debe tomar en cuenta para que su empresa tenga éxito, como son: el valor agregado a un producto o servicio, e identificar los recursos que se tienen disponibles para sacar adelante la idea.

En cuanto a recursos financieros, se habla con frecuencia de las fuentes de financiamiento que permiten la puesta en marcha de un negocio. Para María Eugenia esta parte ha sido complicada hasta la fecha, ya que su empresa tiene menos de 3 años que inició operaciones y ella considera que el tiempo de operación de su empresa no es suficiente para estar en condiciones de solicitar un financiamiento.

“Sobre instituciones que otorgan financiamiento, sólo me he acercado a instituciones públicas como el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), Nacional Financiera y El Fondo para el Desarrollo Social de la Ciudad de México (FONDESOC), en las cuales me han indicado los montos a los que puedo acceder dadas las condiciones y características de mi negocio. Sin embargo, los

recursos financieros que se me pueden otorgar, no son suficientes para los requerimientos del negocio. Además, me proporcionaron información sobre las garantías que solicitan, mismas que no puedo cubrir en las condiciones en las que se encuentra el negocio, motivos por los cuales consideré inviable continuar con la solicitud.”

- **Historia 2. Jenny**

Nombre: Jenny Von Hernández Mendoza

Edad: 27 años

Nombre de la empresa: Lilithcup

Actividad económica: Venta de recolector menstrual reusable

Edad de la empresa: 2 años 5 meses

Sitio web: www.lilithcup.com

Jenny siempre ha tenido interés por el deporte y ha dedicado gran parte de su tiempo a hacer ejercicio, nadar, correr y hacer bicicleta. Sin embargo, uno de los factores que tiempo atrás le impedían hacer sus actividades era un proceso natural que viven todas las mujeres (la menstruación).

En su grupo de compañeros deportistas, uno de ellos viajó al extranjero y Jenny no perdió la oportunidad de encargarle una copa menstrual, las cuales son muy utilizadas en Europa; quizás sea uno de los regalos más útiles que ella ha tenido, pues después de usarla por primera vez pudo llevar a cabo sus actividades tan normales como cualquier otra persona inicia sus días. A ella le gusta hacer ejercicio y el uso de este artefacto le facilitó la vida en gran medida.

Fue entonces que Jenny consideró una buena idea iniciar con un proyecto, a través de una necesidad que todas las mujeres tienen. Después de pensarlo detenidamente, tuvo a bien reunirse con un grupo de amigos a quienes les regaló algunas copas con el fin de saber si de verdad eran útiles para otras mujeres y para saber si vender este tipo de productos iba a ser redituable. Con

el paso del tiempo las mujeres a las que ella había proporcionado las copas le daban a Jenny retroalimentación, y la mayoría de ellas le comentaron que no habían tenido problema con el artefacto.

Las copas son producidas en Alemania y se las envían para que ella se encargue de la distribución en México. Sin embargo, Lilithcup llevó a cabo investigación con el fin de adaptar el uso de esta copa a la mujer mexicana, con dicha investigación notaron que muchas personas no tienen conocimiento a detalle de los procesos naturales que ocurren en sus cuerpos, sobre todo en las mujeres y en sus periodos menstruales. Las personas involucradas en la empresa se dieron a la tarea de acudir con un grupo de médicos que los informara sobre el tema con el fin de que Lilithcup incorporara a sus actividades la capacitación en instituciones tanto públicas como privadas sobre el cuidado del cuerpo humano.

La empresa inició actividades con dos personas a cargo Jenny y Jorge, al pasar el tiempo y ver que su primer círculo de clientes había terminado, empezaron a integrar a más personas al proyecto: diseñadores, mercadólogos, médicos y antropólogos y así es como se integra el equipo de trabajo de Lilithcup actualmente.

La copa menstrual que Lilithcup provee es un producto que debe ser esterilizado en agua hervida en la estufa, es así como indican algunas otras empresas del mismo giro que se deben de limpiar las copas, sin embargo, Jenny se dio cuenta que en Europa las mujeres ya no utilizan la estufa, sino un recipiente con agua y la copa introducidos en el microondas. Con ayuda de la incubadora del Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (Cenapyme), hicieron otro estudio de mercado con el cual detectaron que las mujeres necesitaban de un kit completo especializado en el cuidado de la copa, fue así como crearon un vaso para esterilizar (Lilithsterilizer), un cepillo para limpiar (Lilithbrush), un jabón (Lilithfresh) y una bolsa para guardar todo

lo anterior (SportBag).

A su vez, Jenny ha tomado capacitación en el Cenapyme, la cual cree que ha sido de gran utilidad ya que al equipo de trabajo en general les ha ayudado a definir bases sólidas para implementar sus ideas, del mismo modo ha adquirido conocimientos sobre mercadotecnia y han mejorado en la forma de llevar sus números, la empresaria comenta que también la capacitación le ha ayudado a creer en el proyecto lo cual es fundamental para el desarrollo del negocio. Jenny ve a su empresa con potencial, cambiando la vida de muchas mujeres en el futuro.

La empresa está trabajando desde el 2014, vende productos por internet y hace los hace llegar a manos del cliente, sus principales clientes se encuentran en México, sin embargo, han enviado algunos pedidos hasta Estados Unidos, Colombia y Ecuador.

Para Jenny no ha sido fácil sacar adelante la empresa, ella considera que el apoyo de sus clientes y el no darse por vencida ha contribuido para que Lilithcup continúe creciendo, ella sabe que su idea no nació espontáneamente y que en realidad han sido años de trabajo y consistencia.

Dentro de los principales obstáculos que Lilithcup ha enfrentado, se encuentran la ignorancia que existe en algunas mujeres, quienes consideran peligroso el uso de una copa menstrual o bien que ni siquiera conocen su cuerpo y desconocen el uso de este tipo de productos. Se suma también, la desconfianza por parte de los posibles clientes, quienes consideran inexpertas a las personas inmersas en la empresa por el hecho de ser jóvenes.

Jenny y su equipo de trabajo consideran que algunos aspectos que las empresarias deben de considerar para que sus empresas tengan éxito, es dejar a un lado los prejuicios culturales que han aprendido desde la infancia, mismos que consideran que las mujeres deben dedicarse únicamente a actividades del hogar como es el cuidado de los hijos, del mismo modo, creen

que es importante que como empresaria continúes con tus planes, aun cuando algunas personas te den críticas que podrían desanimarte.

“Para lograr tus propósitos hay que trabajar duro”, hasta ahora la empresa marcha bien, sin embargo, Jenny en distintas ocasiones ha considerado obtener un financiamiento con el fin de que el negocio crezca. No ha tenido éxito en estos procesos, ya que tanto ella como su equipo de colaboradores temen pagar altas tasas de interés y creen que es mejor continuar con lo que tienen ahorrado. A su vez, su experiencia con créditos es casi nula, es joven y no cuenta con historial crediticio.

“Me han dado información algunos bancos sobre sus créditos, sin embargo, me han solicitado comprobantes de ingresos o historial crediticio y hasta la fecha no he podido comprobar de esa manera que no tendré problema para pagarles.”

La empresaria es Lic. en Psicología, y al tener pocos conocimientos empresariales le ha sido difícil dar orden a sus ideas y ponerlas en papel en el plan de negocios, está consciente de la importancia que este tiene al realizar trámites en instituciones que otorgan financiamiento, también, reconoce desconocer la cantidad de requisitos que se solicitan y que una emprendedora que apenas inicia con su negocio no tiene, eso la ha desmotivado en continuar con el trámite.

- **Historia 3. Mariana**

Nombre: Mariana González Hernández

Edad: 26 años

Nombre de la empresa: ABYMA Tech Solutions

Actividad económica: Desarrollo de software y tecnología para aplicaciones de mascotas

Edad de la empresa: 3 meses

Sitio web: www.vetteryapp.com

ABYMA Tech Solutions no ha sido el primer emprendimiento de Mariana González, a los 21 años creó una plataforma de comercio electrónico misma que por falta de experiencia no funcionó, al trabajar en el proyecto una de las personas que se asoció con ella le hizo fraude y por ese motivo decidió retirarse.

Posteriormente, una maestra de la universidad en la que ella estudiaba la licenciatura en Administración, le informó de una convocatoria para formación de emprendedores en Estados Unidos, era un curso que duraba un mes en Silicon Valley, ella participó en la convocatoria y fue seleccionada. Acudió al curso y una de las principales cosas que aprendió fue la forma de enfrentar el fracaso, entendió que no es un fracaso sino una experiencia que forma parte del camino de los emprendedores.

Cuando regresó de Estados Unidos tenía muchas ideas, una de ellas era crear un museo para perros, para fomentar en los niños el cuidado animal y así poder generar un cambio, sin embargo, su idea siempre era rechazada en algunos eventos sociales a los que acudió. No cambió del todo su idea, ya que siempre ha tenido gusto por las mascotas y cree que todavía hay mucha inconciencia sobre el cuidado animal, por ello, decidió acercarse a personas que tenían mascotas empezó a ofrecer un collar con GPS para evitar el

extravío de ellas en las calles.

En los distintos cursos en los que este proyecto participaba, Mariana tuvo la oportunidad de relacionarse con algunas incubadoras, sin embargo, ella y sus socios tomaron la decisión de acudir a la incubadora del Cenapyme, en donde tomaron un curso que les sirvió para estructurar la idea que tenían y a darle seguimiento al proyecto, del mismo modo, por medio del Cenapyme han recibido información sobre eventos para emprendedores que aportan a la empresa.

Mariana y sus socios acudieron a algunos parques de la Ciudad de México, a preguntar a las personas cuales eran las principales necesidades que tenían en el cuidado de sus mascotas. Se analizaron las entrevistas y se detectaron algunos aspectos que ayudaron a definir exactamente la idea de negocio, finalmente concluyeron en una aplicación para mascotas, la cual está conectada a una placa con código QR que permite generar alertas a nivel zonal en caso de que la mascota se extravíe, a las personas que tienen la aplicación les llega la información de la mascota extraviada, a su vez si estas personas encuentran a la mascota envían al propietario la ubicación de donde se encuentra.

La aplicación es totalmente gratuita y los ingresos que la empresa son a través de las ventas de las placas de identificación para las mascotas, ese ha sido el primer paso de Mariana y su equipo, iniciaron actividades hace apenas 3 semanas, cuando lanzaron la aplicación se presentaron en parques para hacer publicidad y la sorpresa fue que la gente se interesó mucho en el proyecto. Actualmente, el primer punto de venta de ABYMA Tech Solutions se encuentra en una tienda de mascotas ubicada cerca del metro normal en la delegación Miguel Hidalgo.

La empresa tiene mucho por hacer, ha estado trabajando en estrategias para enfrentar a sus 4 principales competidores, lo que les interesa ahora es tener

más puntos de ventas y acudir a eventos para darse a conocer y tener nuevos clientes. Lo que Mariana quiere aparte de vender las placas, es fomentar la protección de los animales que tenemos en casa, buscan acercarse a los clientes para que sepan que detrás de la aplicación, hay un equipo de trabajo al pendiente de sus necesidades.

Mariana considera, que para que una empresa tenga éxito, las emprendedoras deben ser perseverantes ya que en ocasiones cuando crees que todo va bien, te enfrentas a situaciones o a cambios que te limitan y pueden llevarte a iniciar de nuevo.

La empresa se puso en marcha con ahorros de los socios, actualmente, no han obtenido ningún tipo de financiamiento, sin embargo, no descartan la idea de obtener uno por parte del Gobierno Federal (INADEM) ya que son a fondo perdido. En cuestión de bancos consideran que las tasas de interés son altas y es muy complicado para una empresa que apenas empieza a operar, saber que en el primer mes ya se tiene que pagar un crédito.

Para ABYMA Tech Solutions, tanto en las opciones públicas o privadas que otorgan financiamiento, el papeleo es excesivo, Mariana considera que es información que se te pide en los requisitos es información confidencial y genera desconfianza ya que existe el peligro de que te roben tu idea.

La empresa ha acudido a ver inversionistas privados con el fin de obtener fondos que permitan en crecimiento de la empresa, sin embargo, Mariana considera que su acercamiento hacia ellos no ha sido del todo bueno porque a veces es más fácil que un hombre venda la idea por la forma de relacionarse.

Han sido diversos aspectos lo que han desmotivado a la empresaria a tramitar un financiamiento, uno de ellos ha sido que las instituciones le prestan pocos recursos financieros y no es suficiente para la empresa. A su vez, considera son muchos trámites y requisitos para obtener financiamiento por parte del

gobierno. Sin embargo, la empresa va por buen camino, ABYMA Tech Solutions es una empresa joven que intenta darse a conocer, y a la fecha continúan incrementando sus clientes.

- **Historia 4. Virginia**

Nombre: Virginia Segovia López

Edad: 43 años

Nombre de la empresa: Sewilow

Actividad económica: Diseño de personajes animados como licencia y marca y taller de sensibilización derivado del concepto y su aplicación a productos.

Edad de la empresa: 5 años

Sitio web: Facebook: Sewilow

Virginia es diseñadora gráfica y al egresar de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM, ahora Facultad de Artes y Diseño, comenzó a trabajar en su campo y se dio que tenía interés en desarrollar un proyecto propio que poco a poco ha ido creciendo. Con el afán de fortalecer sus habilidades como empresaria y echar a andar un negocio próspero, se integró a la red de incubadoras de InnovaUNAM en su facultad.

Su proyecto inició como una marca, para lo que Virginia creó el manual de uso y la estructura; al incursionar en el mercado enfrentó la necesidad de dar respuesta a las interrogantes de sus clientes: ¿dónde vendes?, ¿dónde te encontramos?, ¿qué produces?, etcétera.

De esta forma, Virginia pasó de la creación a la producción y comenzó a hacer ideas para ofrecer productos y estrategias que le permitieran dar a conocer su proyecto. Con este fin, desarrolla una serie de personajes, dinámicas, juegos y cuentos que han permitido que su marca, Sewilow, se coloque en el mercado.

“Mi marca es una experiencia para las personas y la puedes

conocer jugando con lo que cada personaje que he creado tiene para ofrecerte. Es una herramienta que nos ayuda a aterrizar, de una u otra forma, que podemos lograr nuestros sueños. Este juego lo presenté hace algunos años en Expo tu niño y les gustó a los asistentes. Recibí invitaciones para eventos posteriores y mi proyecto no sólo comenzó a crecer, sino a evolucionar.”

“La forma que utilizo para comercializar es con base en eventos, llevo mi propuesta a bazares, ferias y exposiciones; ahí ofrezco mis productos, incluyendo talleres y dinámicas. Recibo invitaciones para presentarme en plazas comerciales, fundaciones, bancos y hospitales. He encontrado impulso, por ejemplo, a través de la fundación “Juntos forjando un mundo mejor”, del grupo “Me regalo una oportunidad” o presentándonos en el Instituto Nacional de Pediatría, así más personas nos conocen y se acercan a la marca.”

Actualmente, Virginia utiliza sus personajes a través de las dinámicas y lo que este año ha trabajado ha sido plasmar en papel la metodología para dar la actividad, buscando la forma de transmitir a las personas los objetivos de la dinámica.

Al iniciar su experiencia como marca, ella consiguió préstamos por parte de su familia, y financiaba su negocio con los ingresos que tenía de otro trabajo, inició participando en exposiciones y fue todo un proceso el posicionar la marca, analizar a sus competidores y a las marcas fuertes, acudió a una incubadora en Puerto Rico que le ayudó a trabajar un estudio de mercado, el trabajo más duro fue posicionar la marca, y al ir trabajando la marca se dio cuenta de que era más importante trabajar en su dinámica, llamada “tobogán de emociones.”

Las empresarias se enfrentan a gran cantidad de problemas, Virginia tenía una socia que en algún momento decidió retirarse, misma que perdió su dinero que había invertido porque Virginia tampoco tenía forma de regresárselo, ha sido ella quien más dinero ha invertido en la empresa, sin embargo, aun cuando no ha visto los resultados esperados no le pesa, pues está consciente de que emprender no es fácil y requiere de grandes sacrificios.

Virginia comenta que...

“Cuando las personas no trabajan sus emociones, todas ellas o te detienen o te mantienen en un estado de no crecimiento, por ejemplo, cuando yo inicié con mi proyecto, tenía la idea de que no debía cobrar por mis productos o servicios, por el hecho de que mi proyecto ayuda a las personas. Por tal motivo, no veía un crecimiento considerable en mi empresa, trabajé como marca 3 años y medio, pero tuve problemas, en un principio, mi idea fue hacer una licencia de una marca y ahorita, estoy reconstruyendo la dinámica del tobogán con los personajes que tenía en mi marca.”

“En la dinámica del juego, cada casilla tiene frases de reflexión y es una terapia sin que te des cuenta, estás jugando y estas identificando tus emociones, al final nosotros les hacemos escribir un cuento, identifican lo que vivieron mientras jugaron y aterrizan la historia de lo que descubrieron dentro de sí mismos.”

El plan de la empresaria, es incorporar la dinámica en algunas empresas como sesión de coaching y como herramienta para conocer a las personas que integran los equipos de trabajo, sus emociones y las cosas que las conflictúan. Son ejercicios a nivel personal, dinámicos, no como una sesión de coaching normal.

Según Virginia, la capacitación que recibió en las incubadoras en las que estuvo le ha permitido tener las bases para no cometer errores o bien, saber

enfrentarlos en caso de que ocurran, por medio de la toma de decisiones.

La empresaria sigue trabajando, dentro de sus planes está registrar su metodología en el INADEM por ser un proyecto de innovación y de alto impacto para la sociedad.

Por otra parte, desde el punto de vista de Virginia, las empresarias deben de tener pasión por lo que hacen y por sus proyectos, analizar cuáles son las fortalezas que se tienen para sacar adelante sus ideas, como por ejemplo en el caso de Sewilow la innovación no fue crear algo, sino, el talento de Virginia, de crear, diseñar e imaginar con su preparación profesional, usa los personajes de su dinámica para jugar con la gente y seguir haciendo arte.

“Yo no soy terapeuta, pero me he preparado para ayudar a las personas, he tomado cursos de confrontación y control de emociones y con eso complementos los objetivos de mi dinámica.”

Sewilow inició con ahorros de Virginia y apoyos familiares, a la fecha no han podido obtener financiamiento, en gran parte porque aun cuando la empresa tiene ya tiempo trabajando, no ha podido comprobar facturación, la mayoría de las ventas de la empresa han sido a través de eventos y exposiciones, en donde no se han generado facturas de montos considerados grandes.

Al momento de trabajar como marca, Virginia tuvo la intención de ubicar a Sewilow en tiendas Sears, sin embargo, para poder hacerlo la empresa le pedía a la empresaria el 50% de propiedad de la marca, a su vez, que Sewilow solventara los gastos para ubicar los stands dentro de las tiendas.

“Querían que nosotros pusiéramos los stands y los cambiáramos cada 3 meses por unos nuevos, y bueno, para yo poder hacer esa inversión necesitada una gran cantidad de dinero, un millón y medio

de pesos para poder mandar a hacer a china los contenedores surtidos, manejar un inventario y tener una bodega, la verdad en las condiciones en las que se encontraba la empresa en ese momento, no creí conveniente dar ese paso.”

Todo sonaba muy bien, pero al no tener el capital ni el equipo necesario para dar ese paso, Virginia claudicó en el intento, pensó que no era el momento indicado y que no debía arriesgarse a perder todo el trabajo que ya había hecho.

La única relación que Virginia ha tenido con instituciones privadas que otorgan financiamiento, son las pláticas que le han dado algunos bancos, sin embargo, no ha obtenido créditos debido a que no tiene como comprobar ingresos por ventas. Comenta Virginia que, en los últimos meses ha pensado en cambiar la forma jurídica de Sewilow a Asociación Civil.

“Cuando he tenido contacto con instituciones que otorgan financiamiento, no he tenido ningún percance, siempre me han tratado bien, en realidad, hacia donde he sentido rechazo es hacia mi empresa, por el hecho de no estar posicionada han mostrado un poco de escepticismo por la no aceptación de la marca.”

Virginia si ha tenido información por parte de instituciones que otorgan financiamiento, sin embargo, no ha mostrado interés ya que este año se enfocó en trabajar la parte administrativa de su empresa, estructurar la metodología de su dinámica y en abordar otros asuntos que tenía pendientes. Nacional Financiera y la Secretaria de economía le han compartido información sobre sus apoyos, sin embargo, ella cree que la empresa aún no está lista para dar ese paso, puesto que las convocatorias con apoyos financieros que divulgan las instituciones públicas duran poco tiempo.

“Tienes que estar al pendiente de las opciones, y también

considerar que dentro de tu equipo de trabajo se encuentren personas jóvenes, ya que algunos apoyos gubernamentales son otorgados mayormente a personas jóvenes, es algo muy exclusivo y específico. Para que dedicarle tiempo a algo que no me va a dejar nada, yo ya tengo 43 años, por mi edad ya no sería candidata para estas convocatorias.”

La profesión de Virginia es el diseño gráfico, y ha tenido que prepararse en cuestiones y términos empresariales al poner en marcha su empresa, lo anterior considerando que el desarrollo de su empresa está en manos de ella y que para acercarse a un financiamiento cree importante saber del tema, ya que podría acceder a una opción que no le conviene por falta de conocimiento y experiencia, “lo desconocido es peligroso comenta Virginia”.

- **Historia 5. Laura**

Nombre: Laura Miranda Tapia

Edad: 55 años

Nombre de la empresa: Labycel

Actividad económica: Laboratorios de micro cultivos celulares de investigación y desarrollo

Edad de la empresa: 2 años

Sitio web: Facebook: Labycel micro propagaciones de cultivos celulares

Laura es maestra en ciencias y bióloga, con experiencia en el cultivo de tejidos vegetales, hace algunos años se dedicó a la docencia en nivel secundaria y bachillerato, dando clases de biología, física y química, aprovechando siempre la oportunidad de fomentar en sus alumnos el espíritu emprendedor, con el fin de innovar y crear una forma de generar empleos e ingresos por ellos mismos sin tener que emplearse.

A raíz de fomentar el emprendimiento entre sus alumnos, finalmente, quien se quedó convencida fue ella, y aunque le entusiasmaba dar clases decidió dejar esta actividad para emprender su propio negocio, Laura tenía la ventaja de conocer sobre el cultivo de tejidos vegetales, fue entonces que surgió la idea, se puso a investigar y se dio cuenta que en México no existe mucha investigación de ese tipo, observó la posibilidad de aportar a través de esta herramienta a viveristas y agricultores de forma biotecnológica.

“Al investigar me sorprendió que esta herramienta se utilice en países con menos recursos que México, fue lo que a mí me impulsó a saber que hay una gran oportunidad para poder impulsar el desarrollo del país, por eso abrí mi laboratorio, le produje begonias a una persona del sur de la Ciudad de México y de tome la decisión de tener un lugar donde hacerlo.”

A veces no se tiene ubicado que poner en marcha una empresa lleva tiempo y más aún cuando se trata de investigación, después de las begonias, Laura continuó trabajando en la producción de violetas y plantas insectívoras, creando un paquete interactivo para niños, el cual estaba integrado por una planta pequeña in vitro y una maceta con tierra para que los niños aprendieran a sacarla cuando fuera conveniente, lavar las raíces, plantarla y ver como la planta iba creciendo.

Laura seguía trabajando en la reproducción de plantas, mientras conocía viveristas y personas que tenían interés por la reproducción in vitro, después, tuvo la necesidad de formar la reproducción de plantas como una empresa, pero no tenía experiencia como empresaria, por tal motivo, acudió a un curso impartido por Nacional Financiera y fue ahí donde conoció a Abraham, su actual socio y fue así como nació Labycel.

“En cuanto empecé a trabajar con Abraham, vi que había muchas cosas por hacer, él tiene experiencia y hacemos un buen equipo, cuando empezamos a contactar a más personas, ya no sentimos tanto las dificultades, entre todos vamos resolviendo los problemas y eso nos hace más fuertes. Cuando nos preguntan que si como vamos a sacar adelante este proyecto les decimos que no somos solo nosotros sino todos los que quieran integrarse.”

Cuando se conocieron Laura y Abraham en el curso, él le comento a ella que también estaba interesado en el cultivo de tejidos vegetales y le pidió la oportunidad de acudir a su laboratorio con el fin de aprender, Laura lo recibió con gusto. Para Laura lo más importante es querer hacer las cosas y está convencida de que los recursos llegaran de alguna manera.

Lo que planea hacer Labycel, es compartir los conocimientos desarrollados en su laboratorio a personas que no sean especialistas en el tema, darles la información en términos que puedan entender para que sepan llevar a cabo el proceso de reproducción de plantas y otros procesos que se vayan agregando.

Según la empresaria, no se requiere de equipo sofisticado ni de un lugar especializado para llevar a cabo el cultivo de tejidos vegetales, ha llegado a la conclusión de que, en una casa normal, con materiales caseros cotidianos se puede llevar a cabo el proceso. Este es un paradigma roto por parte de Labycel, han comprobado que lo más importante es tener el conocimiento y con base en esos elementos se va construyendo algo que le puede ser útil a personas que trabajan en el campo o bien amas de casa.

Por otra parte, y dentro de las actividades que se llevaban a cabo en la empresa, Laura trabajaba con stevia, mientras que Abraham también lo hacía en la azotea de su casa, juntaron sus experiencias y conocimientos y en la

primer semana que empezaron a trabajar juntos les salió el experimento de quitarle lo amargo a la planta de stevia, empezaron con 14 gramos de hojas, y hasta la fecha han seguido experimentando y aprendiendo de química, de cómo llevar adelante su empresa y de otras áreas que les son útiles para su desarrollo personal.

Al ver que estaban teniendo buenas ideas, decidieron hacer 3 productos principales, ya tenían dos, el extracto de stevia y la reproducción de plantas (micro graden), y como tercero consideraron el kokedama, una técnica japonesa de siembra sobre bolas de barro, son aéreas y cubiertas de musgos, es como una maseta en forma de pelota y sobre ella se ubica la planta.

Los productos que más han funcionado son el micro garden y la stevia, Laura comenta.

“Algunas orquídeas nacen en los cafetales, y si bien se obtiene un beneficio por el cultivo de café, sería importante darles a conocer a las mujeres cercanas a los cafetales la forma de cultivar y reproducir orquídeas. Mientras un kilo de café cuesta 30 pesos, una orquídea se puede vender en 150 pesos. Queremos que este proyecto de la reproducción de orquídeas llegue a mujeres con el fin de empoderarles, no es difícil tener un laboratorio como este, y a través de él se puede generar muchísimo. No les vamos a vender algo para que nos lo paguen, tenemos que encontrar el recurso para donarles un laboratorio.”

Labycel podría vender la patente de la stevia a otras empresas, sin embargo, lo que a ellos les interesa es que otras empresas nazcan a través de sus productos, por ejemplo, una mujer que quiera poner un negocio de repostería, podría endulzar sus productos con el stevia que ellos producen.

“Algo que nos gusta hacer es hablar con las personas sobre nuestra stevia, y que terminen diciendo que quieren emprender una idea con ella. Para nosotros es muy importante el impacto en el sector rural y en las mujeres.”

Hasta ahora, la empresa no ha obtenido ningún tipo de apoyo o financiamiento, a Laura le dejaron un terreno como herencia hace algunos años, mismo que vendió con el fin de invertir ese dinero en su proyecto, no vio la necesidad de guardarlo en un banco, al no ver en ello un resultado positivo, en cambio, hacerlo producir a través de una empresa para ella fue más importante, así inició el laboratorio.

“Para nosotros es complicado solicitar financiamiento, tenemos un año en la incubadora de Innovaunam, y el concepto que nos plantean siempre es tener un inversionista, que ellos vean la potencialidad que tiene la empresa y nos digan cuando necesitamos para invertir, pero quieren el 20% de la empresa y eso a nosotros no nos parece conveniente. Pensamos que estamos enfrente de gente que vive por el dinero y nuestra empresa planea vivir por el desarrollo. Lo que queremos es que el conocimiento generado en Labycel llegue a las personas, creemos que con los nuevos elementos que se van agregando aquí podemos crecer mucho.”

La empresa necesita inversionistas que la hagan crecer con sus esfuerzos, trabajando para lograr mayor desarrollo. Laura y su socio están llevando a cabo en un proyecto de mejoramiento de café, con el fin de fortalecerlo de tal forma que no le lleguen plagas como la roya, tienen pensado ingresar ese proyecto a Conacyt, considerando que es de innovación y desarrollo.

- **Historia 6. Celerina**

Nombre: Celerina Estrada Rangel

Edad: 60 años

Nombre de la empresa: Celé

Actividad económica: Elaboración y venta de chocolate

Edad de la empresa: 6 años

Desde hace ya 20 años, Celerina conoció a una maestra de preparatoria de una de sus hijas, quien tenía la intención de enseñar a sus alumnos a preparar paletas de chocolate con el fin de obtener recursos para hacer un viaje de estudios organizado por la escuela. Celerina sugirió a su hija que las clases fueran en su casa, por la comodidad de tener el equipo necesario.

“La profesora me comentó que podía quedarme en la clase, para que también aprendiera a preparar paletas de chocolate, cuando la vi trabajando me gustó, y terminando la clase la profesora me dejó material para que yo continuara trabajando el chocolate e incluso me compartió contactos de tiendas para comprar materia prima.”

Celerina trabajaba en el Centro de Desarrollo Infantil de la UNAM, y tenía conocidas mujeres, inició su negocio haciendo chocolates de diversas figuras y las entregaba como obsequio a sus conocidas, no se imaginó el éxito que tendría pues siempre le decían que su chocolate era rico.

Con el paso del tiempo fue teniendo ideas, integrando nuevos productos, empezó a cubrir avellanas y nueces de chocolate, fue todo un éxito ya que las tostaba antes y eso permite eliminar bacterias de los frutos secos, de ese modo ella se sentía más segura de la calidad de sus productos.

“Estaba ya por jubilarme, y me era difícil asimilar que tendría más tiempo libre, tomé un curso pre jubilatorio y me ayudó mucho a dejar de angustiarme y a pensar en que es lo que haría en mi tiempo libre,

en ese momento tuve la idea de otro producto, empecé a elaborar ciruelas pasas envinadas rellenas de nuez y cubiertas de chocolate, de igual manera seguía regalando mis productos a mis compañeros del curso, sin embargo, fueron ellos quienes me sugirieron dedicarme a vender chocolates después de jubilarme.”

En su trabajo Celerina hizo muchos contactos, madres de familia que dejaban a sus niños en la guardería, ellas se convirtieron en clientas de sus chocolates y la contactaban con otras personas para que le compraran, siempre se los compraban para consumo y para obsequios.

Después, Celerina quería aprender para poder llevar bien su negocio de chocolates, siempre tuvo la disposición de asistir a diferentes cursos y talleres, sobre todo le interesaba saber sobre contabilidad con el fin de poder fijar bien sus precios y cuantificar sus ingresos y egresos.

“Cuando me acerque a instituciones que otorgan financiamientos ya tenía yo conocimientos empresariales y no me fue tan difícil entender los términos, lo triste es que no he obtenido ninguno.”

Tomó talleres en la Secretaría de Economía, en Nacional Financiera y en el Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (Cenapyme) de la UNAM, en este último, fue invitada para participar en la primera feria interdisciplinaria para emprendedores hace 5 años, para Celerina uno de los eventos más importantes, en el inicio de su negocio.

Lamentablemente, Celerina no tenía muchos recursos para acudir a la feria, ni imagen corporativa, ni posters, ni tarjetas, sin embargo, utilizó los pocos recursos con los que contaba para hacer publicidad, le hicieron tarjetas, y le diseñaron el logotipo de su empresa. La empresa se llama Celé porque su hija quien le ayudaba a vender se llama Selene y la empresaria Celerina, siempre las ubicaban como los chocolates que vende cele.

“Le agregamos el acento a Celé para que no pensarán que éramos vendedoras del Cele de la UNAM.”

Celerina considera que la vida te va acercando a las personas adecuadas, personas que pueden ayudarte cuando lo necesitas.

“En una parada de autobuses conocí a una señorita que trabaja en la secretaria de economía, y me comentó que su jefe era quien organizaba eventos para emprendedores. Me invitaron a un evento en el centro Banamex, en donde mi empresa se encontraba en el grupo de las micro empresas, en el evento tienen también un área de las grandes empresas, y es así como ellos contactan a las micro con las grandes formando redes empresariales.”

A raíz de ese evento, Celé fue contactada por comercializadoras, hoteles de Cancún y por Toks, ya que en ese momento Celerina había integrado la opción de poner logos de empresas en sus chocolates. Sin embargo, las empresas que la contactaron requerían de grandes cantidades de producto a 3 meses de crédito y la empresa no estaba en condiciones, ni tenía los recursos suficientes para cubrir esos pedidos.

“Yo no produzco para vender grandes cantidades, lo hago para vender al público directamente, mis productos no duran tanto tiempo ya que no tienen conservadores, hace tiempo nos contactó una empresa extranjera, querían un envío de ciruelas cubiertas de chocolate, sin embargo, el tiempo de vida de este producto es corto porque son envinadas, lamentablemente no pudimos llevar a cabo esta venta, ni seguir en contacto con la empresa.”

Lo que Celerina hace actualmente, es ubicarse en puntos de venta, como son: ferias y exposiciones, en donde paga stands para poder vender, de lo que sí está segura es de que en esos eventos siempre consigue más y más clientes.

“Yo me presto dinero, tengo los ingresos de mi jubilación y si la

necesito la invierto en mi negocio, no me pesa, es mi empresa y trabajar en ella me motiva, actualmente, compartí una línea de mis productos con mi hijo, se la deje a él para que el la maneje.”

Celerina se ha acercado a instituciones públicas para obtener financiamiento, sin embargo, no ha obtenido ninguno, ya que le parecen excesivas las garantías que solicitan, le han pedido la factura de su coche y las escrituras de alguna propiedad. Algunas instituciones privadas como bancos le han dado información sobre sus créditos, sin embargo, para Celerina las tasas de interés son altas y difíciles de pagar.

“Para mi es arriesgado, estoy separada y mi marido tendría que ir a firmar en caso de poner mi casa como garantía, cuando me pidieron la factura de mi coche como requisito, me prestaban la cantidad que vale mi coche y no me era suficiente.”

Cuando la empresaria tuvo un acercamiento con las instituciones que otorgan financiamiento, también le solicitaron un plan de negocios y una cartera de clientes, mismos documentos que la empresaria no tenía y le era muy difícil desarrollar. Celerina es trabajadora social y desconoce de términos empresariales que le permitan la elaboración del plan de negocios para su empresa.

6.2. Resultados generales de las entrevistas

6.2.1. Resultados de las entrevistas con relación a la literatura

A continuación, se presentan los resultados de las entrevistas¹⁷, la caracterización de las mujeres líderes de pymes (ver cuadro 13), donde se ubican datos generales de las empresarias, y resultados clasificados de acuerdo con las variables identificadas en la literatura, mismas que representan algunos de los obstáculos que enfrentan las pymes lideradas por mujeres para la obtención de financiamiento (ver cuadro 14).

¹⁷ Ver entrevista en el apartado de anexos.

Cuadro 13. Caracterización de las mujeres líderes de pymes

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5	Empresa 6
Nombre:	María Eugenia Pérez Mitre Sánchez	Jenny Von Hernández Mendoza	Mariana González Hernández	Virginia Segovia López	Laura Miranda Tapia	Celerina Estrada Rangel
Edad:	52 años	27 años	26 años	43 años	55 años	60 años
Nombre de la empresa:	Emocionarte	Lilithcup	ABYMA Tech Solutions	Sewilow	Labycel	Celé
Actividad económica:	Comercialización de finas artesanías mexicanas	Venta de recolector menstrual reusable	Desarrollo de software y tecnología para aplicaciones de mascotas.	Diseño de personajes animados y taller de sensibilización derivado del concepto y su aplicación a productos.	Laboratorios de micro cultivos celulares de investigación y desarrollo	Elaboración y venta de chocolate
Edad de la empresa:	2 años 11 meses	2 años 5 meses	3 meses	5 años	2 años	6 años
Sitio web:	www.emocionartesanias.com	www.lilithcup.com	www.vetteryapp.com	Facebook: Sewilow	Facebook: Labycel micro propagaciones de cultivos celulares	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 14. Obstáculos que enfrentan las pymes lideradas por mujeres para la obtención de financiamiento. Relación de la literatura con los resultados de las entrevistas

Obstáculos	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5	Empresa 6
Costos financieros	No mencionó que las tasas de interés fueran un obstáculo para obtener financiamiento.	Las tasas de interés son altas y la empresaria prefiere seguir ahorrando y reinvertiendo sus ahorros.	Es complicado que una empresa que apenas inicia a operar pueda pagar altas tasas de interés.	No mencionó que las tasas de interés fueran un obstáculo para obtener financiamiento.	No mencionó que las tasas de interés fueran un obstáculo para obtener financiamiento.	Las tasas de interés son altas y difíciles de pagar, la empresaria se presta dinero de ahorros que tiene por otros ingresos que percibe.
Garantías	En las condiciones en las que se encuentra la empresa no le es posible cumplir con las garantías requeridas.	Las garantías no las considera un obstáculo para obtener financiamiento.	Las garantías no las considera un obstáculo para obtener financiamiento.	Las garantías no las considera un obstáculo para obtener financiamiento.	Las garantías no las considera un obstáculo para obtener financiamiento.	Las garantías que solicitan las instituciones son excesivas.

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5	Empresa 6
Educación financiera	No consideran la educación financiera como un problema para obtener financiamiento.	Le ha sido difícil realizar trámites en instituciones que otorgan financiamiento, sobre todo al desconocer todos los requisitos que se solicitan. En ocasiones no nos indican poner atención en información relevante.	No consideran la educación financiera como un problema para obtener financiamiento.	A veces desconocer sobre los procesos para obtención de financiamiento por parte de las instituciones, mantiene al margen a la empresa por desconfiar, y por sentirse comprometidas a pagar.	No consideran la educación financiera como un problema para obtener financiamiento.	No consideran la educación financiera como un problema para obtener financiamiento.
Historial crediticio	No tiene problema en comprobar antecedentes crediticios.	Algunos bancos le han dado a la empresaria información sobre sus créditos, sin embargo, dentro de los requisitos le han solicitado comprobantes de ingresos o historial crediticio, y con relación al historial crediticio no tiene antecedentes para demostrar que será constante con sus pagos.	No tiene problema en comprobar antecedentes crediticios.	No tiene problema en comprobar antecedentes crediticios.	No tiene problema en comprobar antecedentes crediticios.	No tiene problema en comprobar antecedentes crediticios.

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5	Empresa 6
Estereotipo de género	Ha recibido buen trato por parte de las instituciones que otorgan financiamiento.	Ha recibido buen trato por parte de las instituciones que otorgan financiamiento.	Al momento de acudir con inversionistas, ha notado la poca aceptación, considera que el hombre es mejor para relacionarse públicamente, es como si el hecho de ser mujer y ser empresaria no le diera seguridad a la empresa.	Ha recibido buen trato por parte de las instituciones que otorgan financiamiento.	Ha recibido buen trato por parte de las instituciones que otorgan financiamiento.	Ha recibido buen trato por parte de las instituciones que otorgan financiamiento.
Burocracia de la banca	No le parece un problema que las instituciones soliciten ciertos requisitos para otorgar financiamiento.	A la empresaria le parecen excesivos los requisitos y trámites que se deben de llevar a cabo y los ve como una pérdida de tiempo.	Las instituciones requieren papeleo excesivo, y la información que también solicitan en ocasiones debe ser confidencial, para la empresaria es peligroso poner en evidencia su negocio.	Dentro de los requisitos que solicitan las instituciones, se encuentra la facturación como forma de comprobar ingresos, y la empresa no ha tenido la posibilidad de facturar ya que sus ventas son en exposiciones y eventos específicos.	No le parece un problema que las instituciones soliciten ciertos requisitos para otorgar financiamiento.	No le parece un problema que las instituciones soliciten ciertos requisitos para otorgar financiamiento.

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5	Empresa 6
Conocimientos empresariales	No mencionó que la falta de conocimientos empresariales fuera un obstáculo para obtener financiamiento.	La empresaria desconocía de términos empresariales, y fue a través de capacitación que pudo trabajar en la elaboración de un plan de negocios, debido a que ha sido un requisito solicitado por parte de las instituciones que otorgan financiamiento.	No mencionó que la falta de conocimientos empresariales fuera un obstáculo para obtener financiamiento.	No mencionó que la falta de conocimientos empresariales fuera un obstáculo para obtener financiamiento.	No mencionó que la falta de conocimientos empresariales fuera un obstáculo para obtener financiamiento.	Siempre me han solicitado un plan de negocios, yo soy trabajadora social y no tengo conocimientos para elaborarlo.

Fuente: Elaboración propia.

6.2.1.1. Costos financieros

Como se mencionó en el apartado de descripción de variables, los costos financieros relativos a las tasas de interés son uno de los principales obstáculos que enfrentan las pymes en América Latina (Pollack y García, 2004). Las respuestas de las empresarias con relación a dichos costos financieros como uno de los principales obstáculos para obtener financiamiento, son coincidentes con la literatura en los casos de las empresas 2, 3 y 6, las cuales manifiestan que para las pequeñas y medianas empresas que apenas inician a trabajar es complicado pagar tasas de interés, y sobre todo cuando son altas, por tal motivo las empresarias prefieren mantenerse al margen de financiamientos e invertir con ahorros personales.

En investigaciones anteriores, Brush et al, 2001; Brush, et al., 2004, Coleman y Robb, 2009 (citados en Robb, Coleman y Stangler, 2014). Mencionan que las mujeres ponen en marcha sus empresas con pocos recursos financieros, mismos que dependen de ahorros personales en vez de financiamiento externo.

Por otra parte, en los casos de las tres empresas que no consideran las altas tasas de interés como un obstáculo para la obtención de financiamiento, las empresarias desconocen información sobre los montos a pagar de tasas de interés, lo cual puede tener relación con la educación financiera de las empresarias.

6.2.1.2. Garantías

Por su parte, Floro y Antonopoulus (2006 citados en BID, 2010), estudiaron la relación que existe entre el empoderamiento de la mujer y el hecho de contar con activos. Los tipos de activos que las personas eligen o están en condiciones de adquirir y de ahorrar pueden depender de la dinámica de género al interior del hogar y tendrán efectos más allá de la familia al momento

de involucrarse en actividades en el mercado.

Lo que los autores mencionan en el párrafo anterior, tiene relación con la opinión de las empresas 1 y 6, mismas que concuerdan en respuestas, señalando que las garantías son un obstáculo que les impide obtener un financiamiento, a su vez consideran que son excesivas y creen arriesgado poner en garantía bienes familiares como: terrenos, casas y facturas de automóviles.

6.2.1.3. Educación financiera

Con relación a la educación financiera la literatura comparte la importancia de capacitar y brindar conocimiento a las empresarias. Tomando en cuenta lo anterior, a partir del PND 2013-2018, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) diseñó el Programa Nacional de Financiamiento al Desarrollo (PRONAFIDE), el cual establece como uno de sus objetivos, “Fomentar la inclusión, educación, competencia y transparencia de los sistemas financieros, asegurador y de pensiones para incrementar su penetración y cobertura, a la vez que mantengan su solidez y seguridad”. Objetivo al que le corresponde la estrategia de “Desarrollar mayores capacidades financieras para hacer mejor uso de productos y servicios financieros y fomentar la protección del usuario”. Para cumplir con esta estrategia se establecieron líneas de acción entre las cuales se encuentra:

- Robustecer la educación financiera de las mujeres para una adecuada integración al sistema financiero.

Desconocer la totalidad de requisitos que solicitan las instituciones para otorgar financiamiento, es uno de los puntos que abordan las empresas 2 y 4 al ser entrevistadas. Sobre todo, hacen referencia a la información que no se les dice en las instituciones, información que en ocasiones puede estar plasmada en papel, pero la desconocen y es importante debido a que tramitar

un financiamiento es un compromiso.

Cabe señalar que, para el resto de las empresarias, la información proporcionada por parte de las instituciones que otorgan financiamiento ha sido clara.

6.2.1.4. Historial crediticio

En los casos de préstamos comerciales, mismos que son destinados a actividades productivas, las instituciones financieras solicitan documentación para verificar la situación financiera del negocio y de los activos con los que se cuenta para poder determinar si los flujos generados en un futuro serán viables y suficientes para poder realizar pagos. Y Según (Zúñiga, 2004), uno de los requisitos solicitados es el historial crediticio.

Nuevamente las respuestas de las entrevistas coinciden con la literatura, ya que en el caso de la empresa 2, la empresaria propietaria no cuenta con antecedentes crediticios, y está consciente que es uno de los requisitos que solicitan las instituciones que otorgan financiamiento, sobre todo tratándose de instituciones privadas.

En los casos de las otras empresas, no les parece un problema el tener que comprobar antecedentes crediticios en las instituciones que otorgan financiamiento, debido a que tienen tarjetas de créditos personales, que les son útiles para demostrar que son constantes con sus pagos.

6.2.1.5. Estereotipo de género

Las condiciones y posición social de las mujeres tienen influencia en su relación con el sistema financiero, aparte de las barreras y obstáculos institucionales habituales para un número de personas cada vez mayor, las mujeres se enfrentan a una serie de factores y estereotipos sociales y culturales que en ocasiones pueden afectar su capacidad para acceder y usar los servicios financieros (De la Cruz, 2013).

En el presente estudio, los resultados obtenidos a través de las opiniones de las empresarias indican que las instituciones que otorgan financiamiento les han dado un buen trato al momento de proporcionar información. El único caso en que la empresaria comenta haber recibido algún tipo de rechazo es en la empresa 3, y no ha sido por una institución financiera. La empresaria menciona que cuando ha tenido acercamiento con inversionistas ha notado poca aceptación, considerando que los hombres tienen mayor habilidad para relacionarse, y que los inversionistas consideraran poco factible invertir en la empresa por el hecho de ser liderada por una mujer.

6.2.1.6. Burocracia de la banca

Otro de los obstáculos para obtener financiamiento es la burocracia de la banca. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2001) los procedimientos que tienen los bancos para tramitar los créditos son considerados por muchas mujeres demasiado complejos, con condiciones y términos confusos, con excesivos trámites y obstáculos burocráticos, lo que las lleva a autoexcluirse.

Lo anterior concuerda con los resultados de las entrevistas, debido a que en las empresas 2, 3 y 4 las empresarias coinciden en que los requisitos por parte de las instituciones son excesivos y en ocasiones les es difícil reunirlos en tiempo y forma, argumentan que pierden tiempo que podrían estar invirtiendo en sus empresas. A su vez, en el caso específico de la empresa 3, la empresaria considera peligroso dar tanta información a las instituciones, con la posibilidad de que esta se comparta y pongan en evidencia su negocio.

El resto de las empresas, no hacen énfasis en que los procesos y trámites por parte de las instituciones que otorgan financiamiento sean un problema para acceder a uno.

6.2.1.7. Conocimientos empresariales

Estudios analizados anteriormente, indican que el hecho de contar con conocimientos empresariales, específicamente para la elaboración de un plan de negocios, es de gran utilidad para tener acceso a financiamiento. Castelán y Oros (2011), señalan que el plan de negocios es una herramienta necesaria para:

- Analizar el capital que se necesita para cada fase del proyecto.
- Conocer la visión del proyecto de inversión.
- Analizar el tiempo requerido para empezar a generar ingresos.
- Analizar las formas para obtener financiamiento que más le convienen.
- Buscar una asociación con inversionistas que puedan aportar al proyecto.
- Demostrar que el proyecto es viable.

Relacionando lo anterior con los resultados de las entrevistas, las empresas 2 y 6 mencionan haber tenido problema al intentar acceder a un financiamiento, debido a que sus profesiones no están relacionadas con el entorno empresarial, por tal motivo desconocen de términos empresariales y les es difícil elaborar un plan de negocios. Siendo el plan de negocios un requisito por parte de algunas instituciones, las empresarias se han tenido que acercar a incubadoras o entidades que proporcionen capacitación para emprendedores.

Las empresas analizadas en el presente estudio, son empresas incubadas por la UNAM, por tal motivo, las empresarias que no argumentan que el plan de negocios sea un problema para obtener financiamiento, es porque han recibido algún tipo de capacitación para elaborar el plan de negocios de sus empresas, o bien, dentro de sus equipos de trabajo tienen personas que han contribuido en la elaboración del mismo.

6.2.2. Otros obstáculos que han enfrentado las pymes lideradas por mujeres para la obtención de financiamiento

Al entrevistar a mujeres empresarias tomadas como sujeto de estudio para la presente investigación, se obtuvieron algunos resultados que no se identificaron anteriormente en la literatura, los cuales para efecto de este trabajo son considerados como obstáculos emergentes que enfrentan las pymes lideradas por mujeres para la obtención de financiamiento (ver cuadro 13).

Cuadro 15. Otros obstáculos que han enfrentado las pymes lideradas por mujeres para la obtención de financiamiento

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5	Empresa 6
Obstáculos para obtención de financiamiento	<p>El tiempo de operación de la empresa y las condiciones en que se encuentra, influye en la decisión de tramitar un financiamiento o no hacerlo.</p> <p>Los montos de financiamiento que las instituciones pueden proporcionar a la empresa, no son suficientes para los requerimientos que se tienen.</p>		<p>Las instituciones prestan pocos recursos, los cuales no son suficientes para la empresa.</p> <p>La empresa apenas inicia actividades, considerando la empresaria que le hace falta tiempo para sentirse segura de tramitar un financiamiento.</p>	<p>La empresa consideró ubicar la marca en tiendas de inversionistas, sin embargo, le pedían a la empresaria el 50% de propiedad de la marca.</p> <p>Las instituciones públicas que otorgan apoyos a emprendedores, lanzan convocatorias que duran poco tiempo y las condiciones de las convocatorias no son favorables.</p>	<p>Se ha considerado tener inversionistas, sin embargo, la única vez que la empresa ha tenido contacto con alguno, han pedido el 20% de la empresa, y a la empresaria no le parece conveniente.</p>	<p>El monto de financiamiento que las instituciones han estado dispuestas a otorgarme no es suficiente.</p>

Fuente: Elaboración propia.

- Entre las empresarias 4 y 5 hay una coincidencia con relación a la opción de tener inversionistas que aporten a la empresa, ellos solicitan un porcentaje de la empresa que las empresarias consideran altos y poco convenientes para sus empresas.
- Otro de los obstáculos que las empresarias argumentan, es que los montos proporcionados por las instituciones, no son suficientes para las inversiones que ellas requieren realizar en sus empresas, la empresa 1, 3 y 6 consideran bajos los recursos financieros que les pueden proporcionar.
- A su vez, el tiempo que la empresa llevan operando es importante para las empresarias, las empresas 1 y 3, consideran que el hecho de que sus empresas tengan poco tiempo trabajando es una limitante para obtener financiamiento.

6.2.3. Opciones de financiamiento consideradas por las empresarias

En México existen diversas opciones para que las empresarias obtengan financiamiento, sin embargo, en ocasiones no las consideran opción por distintos motivos. En las entrevistas realizadas en este trabajo se pudieron identificar algunas instituciones consideradas por las empresarias para obtener recursos financieros útiles para sus empresas (ver cuadro 16).

Cuadro 16. Opciones de financiamiento consideradas por las empresarias

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5	Empresa 6
Instituciones que otorgan financiamiento	INADEM NAFIN FONDESOS	INADEM	INADEM	INADEM	Conacyt	PRONAFIM INMUJERES

Fuente: Elaboración propia.

6.2.4. Percepción de las mujeres empresarias sobre las instituciones que otorgan financiamiento

Es importante conocer los puntos de vista de las empresarias con relación a las instituciones que otorgan financiamiento, por tal motivo, de igual manera, por medio de las entrevistas aplicadas se analizaron algunas percepciones que las empresarias tienen con relación a las instituciones (ver cuadro 17).

Cuadro 17. Percepción de las mujeres empresarias sobre las instituciones que otorgan financiamiento

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5	Empresa 6
Percepción de las mujeres empresarias sobre las instituciones que otorgan financiamiento	Tiene desconfianza de las instituciones que otorgan financiamiento, considera que si no tienes algún contacto directo dentro de la institución el trato recibido no es adecuado.	Las instituciones pueden tener la apertura de dar financiamiento, sin embargo, cuando la empresa tiene problemas para pagar los créditos no tienen apertura para llegar a un acuerdo.	La empresaria tiene desconfianza de compartir información de su empresa, pues considera que en las instituciones que otorgan financiamiento no estaría segura y le podrían robar su idea de negocio.	La empresaria considera que por su edad ya no es candidata para obtener financiamiento en convocatorias de apoyos por parte de instituciones públicas.	Los bancos no pierden nunca, es arriesgado poner en garantía el patrimonio personal.	Los requisitos que piden son excesivos, y en el caso de los bancos es arriesgado poner en garantía el patrimonio que con tanto esfuerzo se tiene.

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

Para los emprendedores en general, es complicado poner en marcha sus ideas de negocio, debido a distintos aspectos como **la falta de financiamiento, capacitación y experiencia**. En el caso de las mujeres que tienen la iniciativa de poner en marcha una empresa podrían ser aún más estas complicaciones, considerando que ellas tienen actividades extras que deben llevar a cabo, además de trabajar en sus empresas.

En ocasiones las mujeres empresarias, deben administrar sus tiempos y esfuerzos de tal forma que puedan atender actividades específicas del hogar y la familia.

Las mujeres empresarias entrevistadas en esta investigación, emprendieron sus empresas con ahorros personales y familiares. Si las mujeres empresarias inician sus negocios con estas condiciones, es importante que se acerquen a instituciones que otorgan financiamiento; les sería de utilidad para el desarrollo de sus empresas. Sin embargo, no es fácil que las mujeres líderes de pymes se acerquen a las opciones de financiamiento, pues existen gran cantidad de obstáculos que enfrentan al momento de solicitarlo.

Dentro de los obstáculos que se ubicaron a través de la literatura, y se confirmaron mediante la opinión de las empresarias, se encuentran la gran cantidad de requisitos y trámites que las instituciones solicitan, ya que son complicados de reunir por falta de tiempo y dedicación; una de las principales consecuencias por las que no logran obtener financiamiento es el desinterés por parte de las empresarias para acudir a las instituciones tanto públicas como privadas.

Otra de las barreras que enfrentan las empresarias para obtener financiamiento, son los costos financieros: **las tasas de interés**, pues temen

que por el hecho de ser altas y que sus empresas apenas inician, podrían no pagar a las instituciones, sumar problemas a sus empresas y a ellas personalmente por ser las que se comprometen. Según datos de la encuesta ENAPROCE (ENAPROCE, 2015, p. 13), el 66.8% del total de las pequeñas y medianas empresas reportadas no aceptarían un crédito bancario, tomando en consideración las condiciones promedio del mercado en 2015, de las cuales el 60.1% de las microempresas, el 52.6% de las pequeñas y el 46.5% de las medianas, indican que el crédito bancario es alto y es una de las principales razones por las que no sería aceptado.

Por otra parte, **las garantías** también perjudican a las mujeres empresarias al acercarse a las instituciones que otorgan financiamiento, mismas que les es difícil cumplir en los requisitos, por no tenerlas o por temor a poner en riesgo su patrimonio personal.

Por la falta de **educación financiera y conocimientos empresariales**, las mujeres empresarias en ocasiones desconocen de información por parte de las instituciones que otorgan financiamiento, a su vez, dentro de los requisitos que solicitan se encuentran el tener elaborado un plan de negocios, y las empresarias al no contar con conocimientos empresariales no pueden hacerlo para cumplir con el requisito.

Las empresarias no mencionaron con frecuencia, que el historial crediticio fuera una complicación para obtención de financiamiento, sin embargo, la literatura lo propone como uno de los principales obstáculos, quizás no fue considerado por las empresarias, ya que las opciones de financiamiento que la mayoría han considerado, son proporcionadas por instituciones públicas.

El estereotipo de género, tampoco fue considerado un obstáculo importante por las empresarias, ya que argumentan que las instituciones las han atendido de forma adecuada y les han brindado algún tipo de información, la única

observación es que, al relacionarse con inversionistas, han tenido poca aceptación por el hecho de ser mujeres empresarias.

Se obtuvieron resultados que no se habían encontrado en la literatura, las empresarias líderes de pequeñas y medianas empresas han enfrentado algunos otros obstáculos al estar en contacto con instituciones que otorgan financiamiento, mismos que han limitado sus trámites y han influido en sus decisiones. Los obstáculos se describen a continuación:

- Los montos proporcionados por las instituciones, son considerados insuficientes para las empresarias, ya que ellas requieren de cantidades más altas para reinvertir en sus empresas; enfrentan distintos retos, y en ocasiones les es complicado estar preparadas ante alguna contingencia.
- Con el fin de que sus empresas crezcan, las empresarias han considerado en algún momento recibir ingresos por parte de inversionistas, sin embargo, para que esto ocurra les han solicitado un porcentaje de la empresa, mismo que es considerado elevado y no están dispuestas a poner en riesgo el bienestar de sus empresas.

También muestran desconfianza ante la idea de obtener un financiamiento, sobre todo si se trata de instituciones privadas en las cuales se sentirían con más compromiso de pagar, lo que difiere de las opciones de instituciones públicas, que lanzan convocatorias para dar apoyos a las empresarias en modalidad de fondo perdido. Las opciones de financiamiento a través de instituciones que las empresarias de esta investigación consideran, en su mayoría son del sector público.

Por su parte, las empresarias argumentan que estos apoyos son otorgados a

las personas que cumplen con todos los requisitos que solicitan, requisitos que son considerados excesivos por ellas. También exponen perder tiempo al acudir a hacer dichos trámites, sin embargo, sería importante analizar **¿Cuál es el interés de las empresarias?**

En teoría al poner en marcha sus negocios, ellas tienen la total seguridad o al menos la intención de que las empresas vayan por buen camino, por tal motivo, si de verdad tienen interés en el apoyo serían constantes en la gestión del financiamiento.

Por otra parte, las convocatorias a las que han acudido las empresarias, no son en su mayoría exclusivas para mujeres, por ello las condiciones no se adecuan a sus necesidades como mujeres, si argumentan exceso de trámites, sería apropiado que las instituciones públicas que apoyan con financiamiento a las pymes, consideraran un modelo de financiamiento a la medida de ellas, en donde se incluya el tiempo de los trámites.

Quizás las convocatorias por parte de instituciones públicas soliciten excesivos requisitos para evitar que no cualquiera obtenga los apoyos, los apoyos son a fondo perdido y las instituciones deben tener la garantía de que el dinero será invertido en lo que realmente sea necesario, en el caso de las instituciones la intención es que las ideas de negocio progresen.

Desde un punto de vista general, invertir en capacitación como empresaria, o bien buscar la forma de obtenerla a través de incubadoras, podría contribuir al desarrollo de las empresas, debido a que en ocasiones la percepción o las ideas que tienen las mujeres líderes de pequeñas y medianas empresas con relación a las instituciones tanto públicas como privadas que otorgan financiamiento son erróneas.

Si las intenciones de las empresarias es que sus empresas crezcan, al tomar

capacitación y adquirir conocimientos empresariales, ellas podrían buscar la forma de crear uniones de créditos entre varias mujeres y apoyar entre si el desarrollo de sus empresas.

Por su parte, las instituciones educativas, tanto públicas como privadas podrían incluir materias de carácter financiero o empresarial a sus planes académicos, sin importar áreas específicas de estudio, con el fin de complementar la formación de profesionistas en el ámbito económico-financiero.

En datos de la ENAPROCE (ENAPROCE, 2015), se corrobora que las pequeñas y medianas empresas no tienen total conocimiento de las opciones de financiamiento a las que pueden recurrir, a su vez, desconocen la forma de obtener dicho financiamiento y se guían por experiencias de otros empresarios.

Propuestas para futuras investigaciones

Tomando en cuenta que las pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres entrevistadas en la presente investigación, se han acercado únicamente a opciones de financiamiento otorgadas por instituciones públicas; y que aun cuando han obtenido información de instituciones privadas, no han intentado acceder a un financiamiento después de conocer los requisitos. Se sugiere considerar en futuras investigaciones, el análisis de casos de pymes lideradas por mujeres que ya han obtenido financiamiento o que han intentado obtenerlo en instituciones privadas como son: bancos, micro financieras, entre otras.

A su vez, sería importante conocer más opciones de financiamiento a las que las mujeres líderes de pymes pudieran tener acceso, con el fin de crear mecanismos de capacitación e información, que permitan un acercamiento entre las instituciones y las pymes, o bien proponer alternativas para enfrentar los obstáculos planteados.

Finalmente, se propone hacer un análisis a las pymes que han obtenido financiamiento de carácter público o privado; conocer la forma en la que utilizaron los recursos financieros obtenidos y si fue optimo el uso de los recursos para el desarrollo de la empresa.

Bibliografía

- Almeyda, G. (1997). *Dinero que cuenta. Servicios Financieros al servicio de la mujer*, UNIFEM, BID.
- Audretsch, D. B., Bonte, W. y Prashanth, M. (2009). Financial signalling by innovative nascent entrepreneur, Schumpeter Discussion Papers. Recuperado el 12 de octubre de 2015 en <https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/binary/W5C2YATB6XNLSTO4E2563N7UZTKAX5XW/full/1.pdf>
- Ashish, T. J. (2016). ¿Por qué es aún más difícil ser una empresaria mujer? *World Economic Forum*. Recuperado el 5 de septiembre de 2016 en <https://www.weforum.org/agenda/2016/08/why-do-we-still-make-it-so-hard-to-be-a-female-entrepreneur/>
- Bachelet, M. (2012). Poder, La mujer como motor de crecimiento e inclusión social: discurso por la Directora Ejecutiva de ONU Mujeres, en Lima. Recuperado el 12 de octubre de 2015 en <http://www.unwomen.org/es/news/stories/2012/10/power-women-as-drivers-of-growth-and-social-inclusion-speech-by-un-women-executive-director-mich#sthash.L2GaF6JR.dpuf>
- Banco de México (2015). Reporte sobre las condiciones de competencia en el otorgamiento de crédito a las pequeñas y medianas empresas (PYME). Recuperado el 5 de septiembre de 2016 en <http://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-discursos/publicaciones/pdf>.
- Banco de México (2016). Resultados de la encuesta de evaluación coyuntural del mercado crediticio. Sistema de información económica. Recuperado el 5 de septiembre de 2016 en <http://www.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?accion=consultarCuadro&idCuadro=CF471>
- Banco Mundial (2005). Un mejor clima de inversión para todos, informe sobre el desarrollo mundial. Recuperado el 12 de octubre de 2015 en <http://documentos.bancomundial.org/curated/es/517201468339090570/pdf/288290SPANISH018168215611201PUBLIC1.pdf>

- Barajas, A. y Steiner, R. (2001). Credit stagnation in Latin America, Documento de trabajo, IMF, 02/53, Washington, D.C. Recuperado el 20 de mayo de 2016 en <https://www.imf.org/external/pubs/ft/staffp/2001/00-00/pdf/abrs.pdf>
- Benavente, J. M., Galetovic, A., y Sanhueza, R. (2005). La dinámica industrial y la financiación de las PYME. *El Trimestre Económico*. Vol. 72. Pp. 1-38.
- BID (2002). Acceso de las pequeñas y medianas empresas al financiamiento, Grupo DFC, Informe de Trabajo, Washington, D.C.
- BID (2004). Desarrollo Emprendedor: América Latina y la experiencia internacional / Hugo Kantis, editor, con la colaboración de Pablo Angelelli y Virginia Moori Koenig. Recuperado el 20 de febrero de 2015 en <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=829131>
- BID (2010). Mujeres empresarias: barreras y oportunidades en el sector privado formal en América Latina. Recuperado el 20 de febrero de 2016 http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resource/s/840442-1260809819258/Libro_Mujeres_Empresarias.pdf
- BID (2014). Liberando el potencial de crecimiento de las emprendedoras en Latinoamérica y el Caribe. Recuperado el 25 de febrero de 2015 en [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-MIF-reporte-es/\\$FILE/EY-WeGrow-MIF-reporte-es.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-MIF-reporte-es/$FILE/EY-WeGrow-MIF-reporte-es.pdf)
- CANACINTRA (2016). Comunicado, busca CANACINTRA superar rezagos en MIPYMES. Recuperado el 31 de agosto de 2016, <http://canacintra.org.mx/cintra/assets/c140716.pdf>
- Cassisi, R. (2012). I Conferencia regional sobre derechos económicos de las mujeres: emprendimientos, políticas públicas y acceso a activos. ONU MUJERES. Recuperado el 30 de Marzo de 2015, en http://www.cepal.org/mujer/noticias/noticias/0/47290/PPresentacion_Rita_Cassisi_Emprendimientos_y_derechos_econ%C3%B3micos_de_las_mujeres.pdf

- Castelán, V. A. y Oros, M. L. A. (2011). Importancia de un plan de negocios. *Contribuciones a la economía*. ISSN 1696-8360. Recuperado el 7 de septiembre de 2016 en <http://www.eumed.net/ce/2011b/cvom.html>
- CEPAL (2006). Objetivos de Desarrollo del Milenio, Informe 2006: Una mirada a la igualdad entre los sexos y la autonomía de la mujer en América Latina y el Caribe.
- CIMAD (2013). Estadísticas sobre mujeres y empresarias en México, IPADE Business School. Recuperado el 2 de octubre de 2015 en <http://www.ipade.mx/Documents/cimad/Estad%C3%ADsticas%20sobre%20mujeres%20y%20empresarias%20en%20M%C3%A9xico.pdf>
- Clarke, G., Cull, R. y Martinez, P. S. (2001). Does Foreign Bank Penetration Reduce Access to Credit in Developing Countries, Evidence From Asking Borrowers, *World Bank Policy Research Working Paper 2716*, Washington. Recuperado el 2 de octubre de 2015 en http://siteresources.worldbank.org/INTFR/Resources/foreign_bank_penetration.pdf
- Clavellina, M. J. L. (2013). Crédito bancario y crecimiento económico en México, publicado en *Economía Informa* núm. 378 enero – febrero. Pp. 14-36. Recuperado el 20 de febrero de 2016 en <http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/378/02clavellina.pdf>
- CONDUSEF, (2010). ¿Te conviene saber de educación financiera?, 26° Reporte de Inclusión Financiera, 1er Informe de la 2da, Semana Nacional de Educación Financiera, realizado por la Condusef. Recuperado el 20 de febrero de 2016 en <http://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/usuario-inteligente/educacion-financiera/573-te-conviene-saber-de-educacion-financiera>
- Dabla-Norris, E., y Koeda, J. (2008). Informality and bank credit: Evidence from firm-level data, FMI, Washington, D.C. Recuperado el 12 de octubre de 2015 en <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2008/wp0894.pdf>

- Daeren, L. (2000). Mujeres empresarias en América Latina: el difícil equilibrio entre dos mundos de trabajo. Desafíos para el futuro, CEPAL.
- Deere, C. D., Alvarado, G. E., y Twyman, J. (2010). Poverty, headship, and gender inequality in asset ownership in Latin America, working paper #296, Gender, Development, and Globalization Program.
- De la Cruz, C. (2013). Finanzas y desigualdades de género. Setem. País Vasco. Recuperado el 25 de septiembre de 2016 en http://www.economiasolidaria.org/files/finanzas_desigualades_genero_completo.pdf
- De la Torre, A., Martínez Pería, M., y Scmukler, S. (2008). Bank Involvement with SME: Beyond Relationship Lending, documento de investigación 4649 del Banco Mundial. Recuperado el 20 de noviembre de 2015 en http://siteresources.worldbank.org/DEC/Resources/Bank_Involvement_with_SMEs.pdf
- ENAPROCE (2015). Se difunden estadísticas detalladas sobre las micro, pequeñas y medianas empresas del país. Boletín de prensa núm. 285/16, 13 de julio de 2016, Aguascalientes, Ags. Recuperado el 19 de septiembre de 2016 en http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016_07_02.pdf
- Escandón, B. D. M. y Arias, S. A. (2011). Factores que componen la competitividad de las empresas creadas por mujeres y las relaciones entre ellos. Cuad. admon.ser.organ. Bogotá (Colombia), 24 (42): 165-181, enero-junio de 2011. Bogotá, Colombia.
- Espino, A. (1999). La Banca Multilateral y la perspectiva de género en América Latina, (Capítulo 7 del Libro *Antología Latinoamericana y del Caribe: Mujer y Género*), Programa de Apoyo e Iniciativas Regionales para Centroamérica, Cooperación Canadiense, Managua.
- FitzGerald, V. (2007). Desarrollo Financiero y Crecimiento Económico: una visión Crítica, publicado en Principios núm. 7. Recuperado el 12 de marzo de 2016 en <http://www.fundacionsistema.com/wp->

[content/uploads/2015/05/PPIOS7_Valpy-FitzGerald.pdf](https://www.frbatlanta.org/content/uploads/2015/05/PPIOS7_Valpy-FitzGerald.pdf)

- Galindo, A. y Micco, A. (2004). Creditor protection and financial markets: empirical evidence and implications for Latin America, *Economic Review* Vol. 89, No. 2. Reserva Federal de Atlanta. Recuperado el 12 de octubre de 2015 en https://www.frbatlanta.org/-/media/Documents/research/publications/economic-review/2004/vol89no2_galindo-micco.pdf
- Galindo, A. y Micco, A. (2005). Bank Credit to Small and Medium Sized Enterprises: The Role of Creditor Protection. *Inter-American Development Bank*. Working Paper #527. Recuperado el 12 de octubre de 2015 en <http://www.iadb.org/res/publications/pubfiles/pubWP-527.pdf>
- Garmendia, G. (2006). Acceso de las pequeñas y medianas empresas al financiamiento: Situación en América Latina y el Caribe, Red Iberoamericana de Garantías, X Foro Iberoamericano de Sistemas de Garantía y Financiamiento para la Micro y Pyme, Castilla y León, España. Recuperado el 12 de octubre de 2015 en http://redegarantias.com/archivos/web/ficheros/2010/acceso_a_financiamiento_de_las_pymes_situacion_en_america_latina.pdf
- Garrido, C. (2005). Desarrollo económico y procesos de financiamiento en México, Siglo Veintiuno Editores, México. Recuperado el 12 de octubre de 2015 en <http://www.ejournal.unam.mx/pde/pde146/PDE14612.pdf>
- GEM (2013). Monitor Global de Emprendimiento. Recuperado el 27 de febrero de 2015 en <http://www.cise.es/wp-content/uploads/GEM-2013-Global-Report.pdf>
- GEM (2014). Monitor Global de Emprendimiento. Recuperado el 27 de febrero de 2015 en <http://www.gemconsortium.org/country-profile/87>
- Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. CEPAL, División de Asuntos de Género. Santiago de Chile. Recuperado el 27 de febrero de 2015 http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5818/S0900676_es.pdf?sequence=1

- INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (2009). Censos económicos, México. Recuperado el 2 de octubre de 2015 en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/>
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (2012). Censos económicos, México. Recuperado el 2 de octubre de 2015 en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2012/>
- INMUJERES (2006). El impacto de los estereotipos y los roles de género en México.
- King, E. y Evenson, R. (1983). Time Allocation and Home Production in Philippine Rural House holds. Recuperado el 12 de diciembre de 2015 en <http://www.popline.org/node/405608>
- Lecuona, V. R. (2009). El financiamiento a las pymes en México. La experiencia reciente, en *Economía Unam* vol. 6 núm. 17. México. Recuperado el 10 de diciembre de 2015 en <http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econunam/pdfs/17/04ramonlecuona.pdf>
- Matíz, B. F. J., y Mogollón, C. Y. (2008). La cadena de financiación: Una necesidad para el desarrollo económico y social a partir del emprendimiento, *Revista Escuela de Administración de Negocios*, núm. 63, mayo-agosto, 2008, pp. 59-72 Universidad EAN Bogotá, Colombia.
- Mayoux, L. (2000). Microfinanciamiento para el empoderamiento de las mujeres: un enfoque de aprendizaje, gestión y acción participativos, UNIFEM.
- OECD (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) (2011). Cerrando las Brechas de Género: es hora de actuar. México. Recuperado el 22 de octubre de 2016 en <http://www.oecd.org/gender/Closing%20the%20Gender%20Gap%20-%20Mexico%20FINAL.pdf>
- Organización internacional del Trabajo (OIT, 2000). Un pacto entre iguales. Igualdad de género, nota informativa, Charles Kerpelman, editor del

documento.

Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2001). Programa Modular de Capacitación e Información sobre género, pobreza y empleo en Chile. Módulo 4: Recursos Financieros para los pobres: El Crédito Santiago, Chile, www.oit.org.pe/gpe/programa.php?tema=32#1.

Osuna, et al. (2014). *El control de gestión en las micro, pequeñas y medianas empresas*, Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF).

Padilla, P. R. y Fenton, O. R. (2013). Financiamiento de la banca comercial para las micro, pequeñas y medianas empresas en México. *Revista CEPAL* 111. Recuperado el 13 de marzo de 2016 en <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/4/51654/RVE111PadillaFenton.pdf>

Plan Nacional de Desarrollo (2013-2018). Recuperado el 12 de agosto en <http://pnd.gob.mx/wp-content/uploads/2013/05/PND.pdf>

Pollack, M. y García, A. (2004). Crecimiento, competitividad y equidad: El Rol del Sector Financiero, Unidad de Estudios Especiales, CEPAL, Santiago de Chile.

Ramírez, F. J. A. (2011). Enseñanza y ambientes de aprendizaje, tesis doctoral de educación, Universidad del Turabo, Gurabo, Puerto Rico.

REDEMPRENDÍA (2015). *Un ecosistema universitario de apoyo al emprendimiento femenino*. México.

Comisión Europea (2014). Definición de PYME en la UE, *Anexo I del Reglamento* (UE) nº 651/2014 de la Comisión. Recuperado el 19 de septiembre de 2016 en <http://www.ipyme.org/es/ES/UnionEuropea/UnionEuropea/PoliticaEuropea/Marco/Paginas/NuevaDefinicionPYME.aspx>

Rodríguez, E. C. (2001). Todo por dos pesos (o menos): Empleo femenino remunerado y trabajo doméstico en tiempos de precarización laboral, Documento de Trabajo No. 31 Ciepp, Buenos Aires.

Rodríguez, G. A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Recuperado el 28 de enero de 2015, de

<http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n26/n26a05>

- Robb, A., Coleman, S. y Stangler, D. (2014). Sources of economic hope: women's entrepreneurship. Ewing Marion Kauffman Foundation. Stanford University. Recuperado el 25 de septiembre de 2016 en http://www.kauffman.org/~media/kauffman_org/research%20reports%20and%20covers/2014/11/sources_of_economic_hope_womens_entrepreneurship.pdf
- Saavedra, G. M. L. (2012). *Perfil de la Mipyme Industrial en México: Un estudio empírico*. Distrito Federal: Publicaciones Empresariales UNAM.
- Saavedra y Camarena (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina, *Criterio Libre* 13 (22),129-152, ISSN 1900-0642. Bogotá, Colombia.
- Sánchez, S. M., y Pagan, J. A. (2001). Explaining gender differences in earnings in the micro-enterprise sector. In Correia, M. & Katz, E. (Eds), *The Economics of Gender in Mexico: Work, Family, State and Market*, Washington, D.C. The World Bank.
- Tan, H., et al. (2007), *Evaluando los programas de apoyo a las pequeñas y medianas empresas en México*, Banco Mundial, Washington D.C.
- Tejerina, L., & Westley, G. D. (2007). *Financial Services for the Poor: Household Survey Sources and Gaps in Borrowing and Saving*. Sustainable Development Department Technical Papers Series POV-117. Inter-American Development Bank, Washington, D.C.
- Thakkar, A. J. (2016). Why do we still make it so hard to be a female entrepreneur?, World Economic Forum. Recuperado el 22 de Agosto en 2016, <https://www.weforum.org/agenda/2016/08/why-do-we-still-make-it-so-hard-to-be-a-female-entrepreneur/>
- Villafranco, G. (2015). *Financiamiento, talón de Aquiles de las Pymes en 2015*. Forbes, México. Recuperado el 5 de septiembre de 2016 en <http://www.forbes.com.mx/financiamiento-talon-de-aquiles-de-las-pymes-en-2015/#gs.VF9Ec2c>
- Weeks, J. y Seiler, D. (2001), *Actividad empresarial de las mujeres en América*

Latina: Una exploración del conocimiento actual, Serie de informes técnicos del Departamento de Desarrollo Sostenible, Banco Interamericano del Desarrollo (BID), Washington, D.C. Recuperado el 20 de febrero de 2016 en <http://www.iadb.org/wmsfiles/products/publications/documents/1441561.pdf>

Westley, G. D. (2001). Can Financial Market Policies reduce income inequality. Interamerican Development Bank, Sustainable development Department Best Practice Series, Washington, D.C.

Yacuzzi, E. (2005). El estudio de caso como metodología de investigación: Teoría, mecanismos causales, validación. Universidad del CEMA. Recuperado el 17 de julio de 2016, de files.casilic.webnode.es/200000018.../estudios%20de%20caso_teoria.pdf

Zúñiga, E. M. (2004). *Acceso al crédito de las mujeres en América Latina: Políticas laborales con enfoque de género*, Proyecto CEPAL/GTZ. Santiago de Chile. Recuperado el 7 de octubre de 2015 en http://www.cepal.org/mujer/proyectos/gtz/publicaciones/word_doc/Muriel_Zuniga.pdf

Glosario de siglas

ALC: América Latina y el Caribe.

BANCOMEXT: Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C.

Banxico: Banco de México.

BID: Banco Interamericano de Desarrollo.

BIRF: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento.

CANACINTRA: Cámara Nacional de la Industria de Transformación.

CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

CIMAD: Centro de Investigación de la Mujer en la Alta Dirección

CONDUSEF: Comisión nacional de Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros.

CONSAR: Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro.

ENAPROCE: Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

ENCOVI: Encuesta de Condiciones de Vida.

GEM: Monitor Global de Emprendimiento.

IMCO: Índice de Competitividad Estatal.

INADEM: Instituto Nacional del Emprendedor.

INEGI: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

INMUJERES: Instituto Nacional de las Mujeres.

Nafin: Nacional Financiera.

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

PND: Plan Nacional de Desarrollo.

PRONAFIDE: Programa Nacional de Financiamiento al Desarrollo.

PRONAFIM: Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario y a la Mujer Rural.

Pymes: Micro, pequeña y mediana empresa.

SELA: Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe.

SHCP: Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

WEF: World Economic Forum-Foro Económico Mundial.

Anexos

“Obstáculos que enfrentan las pymes lideradas por mujeres para la obtención de financiamiento”

Este cuestionario es con fines de investigación. Sus respuestas son confidenciales y anónimas.

Datos generales de la empresaria y de la empresa:

Nombre completo	
Nombre de la empresa	
Edad del negocio	
Actividad económica	
País	
Teléfonos	
Correo electrónico	
Dirección física de la empresa	
Página web/Facebook	

1. ¿Cómo fue que inició su empresa? (motivación, tiempo, limitaciones)	2. ¿Cuál es el mercado que abarca su empresa? (Colonias, delegaciones, estados o países)
3. ¿Qué es lo que ha hecho para sacar adelante su empresa?	4. ¿Cuáles han sido los principales retos que ha enfrentado para sacar adelante su empresa?
5. ¿Cómo ve su empresa en un futuro?	6. ¿Ha tomado algún tipo de capacitación para el manejo de su empresa? ¿En qué lugar?
7. Si respondió que sí a la pregunta anterior responder la siguiente: ¿Cómo considera la capacitación que recibió?	8. ¿Cree que las capacitaciones contribuyan en su desempeño como empresaria?
9. ¿Qué aspectos cree que deban tomar en cuenta las empresarias para el éxito de sus empresas?	10. ¿Ha obtenido algún tipo de financiamiento? (si responde que sí agregar donde lo obtuvo)
11. Con relación a la pregunta anterior al responder si o no se debe explicar el porqué de la respuesta.	12. ¿Cómo ha sido su relación con las fuentes de financiamiento a las que ha recurrido?

13 ¿Ha sufrido algún tipo de discriminación al momento de solicitar financiamiento?	14 ¿Qué opina sobre las tasas de interés que se deben de pagar por los créditos?
15 ¿Cómo considera las garantías que solicitan las instituciones que otorgan financiamiento?	16 ¿Qué información tiene sobre instituciones que otorgan financiamiento a empresarias?
17 ¿En general, que opina de los requisitos para obtención de créditos o bien apoyos para el desarrollo de su empresa?	18 ¿Cree que para obtener financiamiento es importante contar con antecedentes crediticios? ¿Por qué?
19 ¿Qué la ha motivado o desmotivado a tener acceso a algún tipo de financiamiento?	20 ¿Cree que sea importante contar con conocimientos empresariales al momento de solicitar financiamiento? ¿Por qué?
21 ¿Cuáles han sido los motivos por los que ha solicitado o por los que ha pensado en solicitar financiamiento?	