



Abt Associates Inc.

Cambridge, MA
Lexington, MA
Hadley, MA
Bethesda, MD
Washington, DC
Chicago, IL
Cairo, Egypt
Johannesburg, South Africa

Abt Associates Inc.
Suite 600
4800 Montgomery Lane
Bethesda, MD 20814-5341

Empresarialidad y Género en la Microempresa de Guatemala

Guatemala-CAP Income Generation Activities Project (AGIL)

Implementado por:

Abt Associates Inc.

#520-C-00-00-00035-00

2,003

Escrito por:

Carol Lucas Aráuz

Preparado por

United States Agency for International
Development/

Guatemala

1A Calle 7-66

Zona 9

Guatemala 010009

INDICE

	Páginas
I. INTRODUCCIÓN	2
CAPITULO I. Aspectos Metodológicos.	4
1.1 Problema.	5
1.1.1 Situación de las Mujeres Empresarias en Guatemala.	8
1.1.2 Concepto de Microempresa.	11
1.2 Objetivos e Hipótesis.	13
1.3 Justificación.	14
1.4 Delimitación del Estudio.	15
1.5 Fases Metodológicas.	15
1.5.1 Selección de las Empresas.	15
1.5.2 Categorías de análisis.	17
CAPITULO 2. Enfoques Teóricos de Empresarialidad.	18
2.1 Concepto de Empresarialidad.	20
2.2 Empresarialidad y Género.	22
2.2.1 Importancia de la Identidad Femenina y Masculina en la Empresarialidad.	27
2.2.2 Concepto de Familia	31
2.2.3 La Empresarialidad Femenina: relación entre la Empresa y Hogar.	34
CAPITULO 3. Análisis de los resultados.	37
3.1 Empresarialidad: Factores claves.	37
3.1.1 Motivaciones y decisión de crear un negocio.	37
3.1.1.1 Descripción del patrón familiar de las empresarias.	38
3.1.1.2 Descripción del patrón familiar de los empresarios.	39
3.1.1.3 Análisis comparativo de empresarias y empresarios.	42
3.1.1.4 Análisis comparativo de las cualidades.	43
3.1.1.5 Visión futura para el negocio.	44
3.1.1.6 Identidad de ser empresaria y empresario.	46
3.2 Estructura Familiar.	49
3.2.1 Relación entre empresarialidad: hijas, hijos y edad.	49
3.2.2 Relación entre empresarialidad: hogar y empresa.	50
3.2.3 Organización del Tiempo Productivo, Reproductivo y Comunitario.	54
3.2.4 División del Trabajo Reproductivo y Productivo.	57
3.2.5 Relación con los gastos familiares.	60
3.2.6 Relación con el salario.	61
3.3 Relación con el entorno.	61
3.3.1 Acceso a los recursos.	61
3.3.2 Control de los recursos.	64
3.4 Empresarialidad Femenina y Exitó.	65
II. CONCLUSIONES	72
III. BIBLIOGRAFÍA	77
IV. ANEXOS	79

I. Introducción.

En un mundo globalizado al aumentar el desempleo, pobreza, el costo de la vida y la situación se pone difícil, mujeres y hombres buscan alternativas de subsistencia o posibilidades para lograr su desarrollo como seres humanos creando sus propios espacios de producción con el fin de generar el ingreso familiar y mejorar sus condiciones de vida. Al estar involucrados hombres y mujeres en este contexto social, ambos se enfrentan a asumir diferentes retos, nuevos roles y comportamientos. De ahí radica la importancia de involucrar en investigaciones y estudios la perspectiva de género¹.

El presente trabajo sobre Empresarialidad y Género, abordará la temática de la Empresarialidad Femenina en las Microempresas de Guatemala. El énfasis en el estudio sobre la Empresarialidad Femenina en Guatemala se realiza para conocer la forma en que algunas mujeres empresarias han logrado posicionarse como dueñas de sus empresas en el sector de la pequeña producción, las cualidades y actitudes que las impulsaron a participar en el espacio público. De esa forma se contribuye a tener un enfoque positivo, participativo y de inclusión de las mujeres, especialmente las empresarias, visibilizando la labor que desempeñan desde el momento en que han sido motivadas para poner su propio negocio, cómo surge la idea crear un negocio y cómo lo han logrado hasta empoderarse² del espacio público. El estudio de la empresarialidad masculina sirve para realizar un análisis comparativo con la empresarialidad femenina, en cuanto a semejanzas o diferencias. En ambos casos, determinar qué factores claves de la empresarialidad inciden en la creación de un negocio, según el género.

¹ La perspectiva de género, tiene visión crítica, científica, analítica, académica y política creada desde el feminismo. Analiza las semejanzas y diferencias de hombres y mujeres: sentido de sus vidas, expectativas, oportunidades, relaciones sociales, conflictos institucionales, acciones, etc.

² El empoderamiento es un proceso que se desarrolla para defenderse de la inequidad, opresión y dominio. Es la libertad y capacidad de elegir de forma individual lo que se quiere y desea hacer en lo público y privado. Es descentralizar el poder y dominio que algunos varones ejercen en los demás.

El concepto de empresarialidad se centra si empresarias y empresarios **poseen cualidades y actitudes de ser personas emprendedoras, o es un conjunto de conocimientos, habilidades y destrezas que pueden ir aprendiendo con el tiempo.** Sin embargo, en algunos casos, existen elementos que contribuyen al desarrollo de la empresarialidad, por ejemplo, los conocimientos transmitidos de generación a generación, capacitaciones, asesorías o necesidades económicas y/o laborales en que las personas se involucran en el ámbito empresarial. Para propósito de este estudio, la empresarialidad está relacionada con las capacidades que tienen las personas para crear y desarrollar mecanismos para tener su propio negocio.

El primer capítulo aborda los aspectos metodológicos empleados en el trabajo de investigación, con una breve caracterización de la situación de las mujeres empresarias. El segundo capítulo se refiere a los diferentes enfoques teóricos sobre la empresarialidad y el concepto de empresarialidad que se maneja en el presente trabajo de investigación. La relación entre género y empresarialidad, la importancia de la identidad para desarrollar la empresarialidad y la relación entre la empresa y hogar cuando se habla de Empresarialidad Femenina. El tercer capítulo, presenta los resultados del análisis, factores claves que inciden en el desarrollo de la empresarialidad femenina. Se especifican las categorías utilizadas en la investigación que podrían afectar el desarrollo de la empresarialidad femenina, al ser comparados con los resultados de la empresarialidad masculina, el proceso de identidad, la estructura familiar, la división del trabajo y la organización del tiempo: reproductivo y productivo, las desigualdades de género que se crean a raíz de la incidencia de los factores claves en la empresarialidad. Finalmente el capítulo cinco presenta las conclusiones, con la respectiva página de anexos que resume de forma categórica los resultados de las entrevistas realizadas.

Las principales limitaciones del presente trabajo de investigación, están relacionadas con la poca existencia de fuentes bibliográficas que se refieren al tema de la empresarialidad y género. Casi no hay documentación que demuestre el papel y la importancia de las mujeres empresarias en la economía del país³. Existen investigaciones relacionadas con la situación de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa, que sirven de apoyo para posteriores trabajos, pero no se analiza a profundidad el proceso de formación de las mujeres empresarias. Por tener este trabajo un carácter cualitativo, la investigación no pretende mostrar datos y conclusiones generalizables, lo que busca es conocer cómo las mujeres empresarias fueron motivadas para crear el negocio y una vez en el negocio, cuáles podrían ser las causas de que los negocios no crezcan y se ubican en su mayoría en el sector de subsistencia. Con este trabajo se pretende aportar con un granito de arena motivar a la generación de políticas e instrumentos de apoyo a las empresas de mujeres y desarrollo con equidad.

³ En un trabajo reciente del BID se concluye que “*aún existe mucha deficiencia de información cuando se trata de cuantificar la verdadera cantidad de empresas que pertenecen a mujeres y la magnitud de las contribuciones hechas por dichas empresas*” (BID. 2001:4).

CAPITULO 1.

Aspectos Metodológicos

1.1 Problema.

Entre las múltiples características que resaltan en el sector de la Microempresa, se encuentra que las empresarias y los empresarios realizan diferentes funciones, como por ejemplo, administración del negocio, organización, distribución, labores contables, secretariales, etc. Sin embargo, en el caso específico de las mujeres empresarias, al involucrarse en las actividades empresariales en forma paralela con las labores del hogar.

Las mujeres empresarias, al considerar que el papel tradicional es ser "amas de casas" como una prioridad, con el doble rol de estar en el hogar y en su propio negocio, duplican las tareas y provoca la pérdida de identidad como empresaria. Con esta complejidad de funciones, se parte del supuesto que es un sector de la población económicamente inactiva, debido a que las labores productivas que realizan no son visibles públicamente, están ocultas o son vistas meramente como complementarias. Dentro de ese mismo concepto y a pesar de haber aumentado el número de mujeres dueñas de negocios *“Entre el 25% y el 35% de los empleadores y personas que trabajan por su cuenta en la región son mujeres. En consecuencia tanto en el caso de las Microempresas, Pequeñas y Medianas Empresas, entre un cuarto y un tercio, son propiedad de mujeres”* (BID. 2001:1), las labores empresariales realizadas por algunas mujeres, no son tomadas en cuenta como sujetas activas del proceso productivo debido a que son estereotipadas como reproductoras y no como productoras. Por lo tanto, al subestimar el aporte económico de las mujeres empresarias se desvalorizan los aportes potenciales de las mujeres en la economía del país, *“La mujer podría hacer contribuciones económicas más significativas conforme pasa del sector laboral a las*

filas de las propietarias de empresas. Indicaría que el conferir poder a la mujer al posibilitarle trabajar por cuenta propia y participar en las actividades empresariales podría resultar una estrategia económica sumamente fructífera” (BID. 2001:7).

Esta situación poco reconocida por la sociedad, en ocasiones tiene como resultado la subestimación de la capacidad que tienen algunas mujeres como empresarias. Cuando son tomadas en cuenta se confunden las necesidades específicas al trabajar como empresarias desde el domicilio realizando al mismo tiempo las labores del hogar.

A pesar de que muchas mujeres se han incorporado a las actividades laborales asalariadas y otras han optado por tener su propia empresa, la participación de las mujeres en el proceso productivo no ha sido acompañada de un reconocimiento social, en algunos casos por la existencia de ideas androcéntricas y patriarcales que bloquean su identidad como persona y empresaria. Si bien comparten con los empresarios de la Microempresa los obstáculos propios de la pequeña producción, por variadas razones, las mujeres se enfrentan a restricciones mucho más severas, por ejemplo acceso al crédito, capacitaciones, horarios de los servicios de las entidades de soporte, calidad y cantidad de recursos a los que tienen acceso, mercados, tecnología, educación, tiempo disponible, organización del hogar, etc. Además, en el ámbito de la Microempresa, la segmentación de género es mucho más notable especialmente para las mujeres, creando desigualdades de género *“quedan circunscritas al autoempleo, a los más bajos ingresos, menores perfiles de calificación e incluso a las actividades artesanales mayoritariamente de aplicación en el ámbito doméstico” (OIT. 2001:5).*

La situación de algunas mujeres empresarias se ha vuelto muy compleja, ya que muy pocas se han empoderado del espacio público de forma igual respecto al varón y muchas otras aún no lo han logrado. **La interrogante es cómo lo logran algunas, en**

qué condiciones se encuentran y qué se puede hacer para incorporar a la mayoría.

Si realmente entran al mundo empresarial por convicción propia, ganas de hacer algo, presiones económicas o exigencias de sus parejas de generar un ingreso adicional en el hogar.

En este último aspecto, algunas mujeres empresarias que trabajan desde el hogar, la remuneración obtenida producto del trabajo realizado, está condicionada por las obligaciones familiares más que por las obligaciones en sí de la empresa. Esta forma de organización, provoca que el crecimiento de la Microempresa sea más lento, especialmente cuando no se desarrollan estrategias y políticas que le permiten ser empresarias y madres y cuando la pareja no reconoce este doble rol, situación que podría impedir que el negocio crezca, producir en menor cantidad, sin exigencias de calidad y competitividad en los productos. Esto significa que el origen de algunas de estas empresas podría estar determinado por el tipo de racionalidad económica⁴ en que operan: unas tienden a producir para el autoconsumo y generan su propio empleo, se conducen para satisfacer las demandas familiares y personales; otras cuyo origen se realiza con el fin de crecer y reinvertir en el negocio. Dependiendo de la génesis de las empresas se podrían identificar los factores claves que determinan la empresarialidad femenina y masculina, la forma en que han creado la empresa, la identificación como empresarias y empresarios, relación con el entorno y comparar la racionalidad económica en que operan las empresas de mujeres y hombres.

Con este trabajo no se pretende hacer la separación en la cual las mujeres empresarias son víctimas de la situación, todo lo contrario, algunos empresarios sufren las consecuencias adversas al ubicarse en el sector de la Microempresa. Lo que se trata

⁴ “La racionalidad económica definirá nuestro comportamiento frente a decisiones sobre aspectos referidos a la competencia, la búsqueda del lucro, la asunción de riesgos o el destino de los excedentes financieros (re inversión o consumo)”. (Arroyo y Nebelung.2002:58).

es de **descubrir las particularidades de las mujeres empresarias para potenciar su empresarialidad y el éxito económico de sus negocios.**

El estudio de la empresarialidad, independientemente que sea una competencia aprendida por tradición o herencia familiar, o bien conocimientos y habilidades aprendidas en el transcurso del tiempo, en el presente trabajo será necesario identificar la empresarialidad desde: el proceso inicial en qué surge la idea de ser empresaria o empresario y cómo crean el negocio. Las inquietudes surgen con las siguientes preguntas de investigación, que serán explicadas de acuerdo a las categorías empleadas en el desarrollo del presente trabajo:

1. ¿Cuáles son los factores claves que determinan la empresarialidad en Microempresas de propietarias mujeres y de propietarios hombres, en el sector de la Microempresa?
2. ¿Cómo está estructurada la familia de las mujeres empresarias? En comparación con los empresarios.
3. ¿Cómo organizan el tiempo productivo y reproductivo, el trabajo productivo, reproductivo y comunitario las mujeres empresarias? En comparación con los empresarios.
4. ¿Cómo afectan las desigualdades de género en la empresarialidad?

1.1.1 Situación de las Mujeres Microempresarias en Guatemala.

Una de las motivaciones para la realización del presente trabajo de investigación fue el cuestionamiento sobre si ha aumentado el incremento de algunas mujeres en el sector público en el mercado laboral, porque hay una proliferación de microempresas dirigidas por mujeres que se encuentran en los estratos de menor productividad y subsistencia?. En la región centroamericana, por ejemplo, existe un 57% de micronegocios⁵ dirigidos

⁵ En estudios realizados por PROMICRO/OIT, el término Micronegocios es empleado para diferenciar Autoempleo y Microempresa de la Pequeña Empresa. La Microempresa y el Autoempleo, llamados

por mujeres y solamente en Guatemala “*Se encuentra un 60%...ello muestra que existe un amplio espacio por recorrer por parte de las mujeres para avanzar hacia el mando de los negocios de mayor tamaño y complejidad*” (Arroyo y Nebelung.2002:35). Hay elementos que desfavorecen el acceso de algunas mujeres en el mercado laboral, aún las que lo han logrado están en posición desproporcionada respecto al hombre, dando como resultado una creciente feminización de la pobreza “*más del 70% de las mujeres son pobres...es consecuencia del desigual acceso femenino a las oportunidades económicas, desigualdad, que en lugar de disminuir aumenta... cada vez más la pobreza tiene rostro femenino*” (Lagarde.1997:130).

Estos inconvenientes y otros más, tienen como resultado que un grupo de mujeres se ubiquen en el sector informal de la economía, de baja productividad, menor ingreso y baja remuneración, como cuentapropista o autoempleo “*el 99% de las mujeres que laboran por su cuenta en actividades no agrícolas se encuentran en micronegocios donde comandan el 57% de los establecimientos, mostrando que en los micronegocios es donde encuentran el espacio, quizás único, para laborar por su cuenta*” (Arroyo y Nebelung.2002:33).

A pesar de la participación laboral de algunas mujeres, el 61% se encuentran en actividades de baja productividad “*esta proporción casi duplica la media nacional, de modo que las actividades de baja productividad absorben el 58% de las mujeres incorporadas al mercado de trabajo guatemalteco*” (Trejos.2000:46).

La situación de las mujeres microempresarias es muy compleja, solamente en el estrato de autoempleo se encuentran ubicadas el 82% de mujeres en los micronegocios “*cuando se circunscribe al trabajo femenino en forma independiente, se obtiene que el 95% de ellas se insertan bajo la forma de trabajadoras por cuenta propia*” (Arroyo y

micronegocios, “*son caracterizados como pequeñas unidades económicas de baja productividad*” (Arroyo y Nebelung 2002:6)

Nebelung.2002:35). Es decir, que la situación de las mujeres microempresarias es muy frágil, especialmente cuando se encuentran en una racionalidad de consumo y reproducción familiar mucho mayor que la función como empresarias, que no se perfila en la búsqueda de la acumulación y el crecimiento de sus negocios.

Actualmente el 20.5% de las familias guatemaltecas tiene como responsable directa a una mujer (Skarwan.2002:11). La exclusión económica de las mujeres como dueñas de empresas que ejecutan las labores desde el hogar, son ubicadas en el estrato de subsistencia como trabajadoras familiares no remuneradas *“Se trata de mujeres, generalmente menores de edad, que se insertan mayoritariamente en ámbitos ocupacionales precarios, contribuyendo a la cuenta propia de sus familiares o como aprendices en minifundios y pequeños talleres artesanales, donde de manera implícita generan valores transables en el mercado, pero que no se les reconoce en ingresos monetarios”* (idem. 2001:23).

Es decir, que la presión ejercida por el mercado globalizado hace que se excluya de la economía los aportes realizados por las mujeres, esta situación se debe al estar interconectadas las labores domésticas con las empresariales *“Es la famosa distinción entre trabajo y empleo que invisibiliza actividades materiales de orden reproductivo, realizadas por la llamada población económicamente inactiva, en su mayoría mujeres, clasificadas en la categoría de sólo oficios domésticos. Estas personas que trabajan en sus casas sin ningún reconocimiento hacen un total aproximado de 1.7 millones de mujeres”* (Pape. 2001:23). Para cumplir con las labores domésticas y con ingresos, las mujeres empresarias prefieran trabajar en el sector comercio y servicios, con preferencia en el anexo de la casa. Por esa razón, no deja de llamar la atención que en la categoría ocupacional de las mujeres del sector económico, la mayor fuerza femenina está concentrada en el comercio *“patronas con un 58.9% y cuenta propia con un 49%, el*

comercio ofrece trabajo cerca de medio millón de mujeres cuya participación se da en condiciones de baja calificación dentro de las cuales cerca de 300,000 de ellas tienen negocios como cuentapropistas para poder alternar actividades productivas y reproductivas” (MINUGUA.2002:44).

Eso significa que a pesar de que las mujeres están participando en el espacio público, todavía sigue una fuerte dependencia de trabajar con la familia pero sin valorizar su fuerza de trabajo. Situación que genera altos niveles de informalidad en el trabajo de las mujeres y que las ubican en los estratos de subsistencia. El problema no es que las mujeres no estén integradas ni se toman en cuenta en el espacio público, sino que la forma en que se están integrando es desproporcional en comparación con sus homólogos masculinos. Se está fomentando la inequidad de género, se aumenta la subordinación, la descalificación como trabajadoras y en el caso de la mujer empresaria, la invisibilización de la empresarialidad femenina.

1.1.2 Concepto de Microempresa.

El mundo de las Microempresas es heterogéneo y complejo debido a la vulnerabilidad del sector. En ocasiones se confunden las actividades con el llamado sector informal de la economía (cuando se carece de la formalidad legal), por mostrar características como baja especialización de la mano de obra, capital, tecnología y débil acceso al mercado. Para diferenciar a la Microempresa del concepto de informalidad, se ha encontrado que ésta se encuentra dividida en los siguientes estratos:

“acumulación ampliada son establecimientos que mantienen la capacidad de generar excedentes (aunque en cantidades menores) emplean mano de obra calificada y especializada, con cumplimiento de pago de salarios mínimos; acumulación simple, negocios con escasa capacidad de generar excedentes y poco empleo de mano de obra especializada; de subsistencia, son establecimientos sin capacidad de generar excedentes y con uso de mano de obra no especializada...” (Arroyo y Nebelung 2002:10).

Es decir, que en el sector del autoempleo⁶ existe mucha capacidad de generar empleo y además donde se encuentran mayores problemas de productividad, bajos ingresos y pobreza, razón por la cual este estrato no cumple con los requisitos buscados respecto al concepto de empresarialidad, “*el 82% del empleo de los micronegocios de América Central se ubica en los estratos de baja productividad*” (idem.2002:20) y el 89% de las empresas pertenecen al autoempleo (idem.2002:35). En comparación con el resto de Centroamérica, Guatemala sigue siendo el país en que los micronegocios tienen un mayor peso, con un 64% del empleo privado no agrícola.

⁶ Autoempleo son empresarios/as que realizan el trabajo por sí mismos/as, no contratan mano de obra o micronegocios.

1.2 Objetivos.

El objetivo general del presente trabajo de investigación es determinar los factores claves de la Empresarialidad, en negocios cuya dueña sea una mujer y negocios cuyo dueño sea un hombre, en el sector de la Microempresa en Guatemala.

Los objetivos específicos serán los siguientes:

1. Antes de tomar la decisión de poner un negocio, las personas han sido motivadas de diferentes formas, conocer las motivaciones que han tenido las empresarias para crear su propio negocio y el proceso que han pasado es determinante para saber cómo se identifican, en comparación con los empresarios.
2. Desde el momento en que logra tener una identidad como empresaria, es importante identificar cómo está estructurada la familia de la empresaria, cómo organiza el tiempo productivo, reproductivo y comunitario; cómo divide el trabajo productivo y reproductivo; acceso y control de los recursos, en comparación con los empresarios.
3. De los factores determinados es necesario analizar cuáles factores inciden en el desarrollo de la empresarialidad de las mujeres, que provoca desigualdades de género y que afectan el crecimiento y éxito de las mujeres empresarias.

Las hipótesis planteadas para la validez del estudio, son las siguientes:

1. La empresarialidad femenina es diferente a la empresarialidad masculina, por el doble rol que ejecutan las mujeres empresarias: ser amas de casas y dueñas del negocio. Con ello se dificultan los factores claves de la empresarialidad y la identidad como empresaria, es decir, no se ve claramente la división entre el negocio y el hogar.
2. Al profundizar en los factores claves de la empresarialidad femenina, en comparación con la empresarialidad masculina, se contribuye a detectar desigualdades de género que impiden que los negocios de las mujeres empresarias crezcan en iguales condiciones que los negocios de los hombres empresarios.

1.3 Justificación.

Al haber pocos estudios respecto a la empresarialidad femenina, es importante conocer qué piensan y cómo han logrado crear su propio negocio, en comparación con sus homólogos masculinos. Es necesario descubrir las particularidades de estas mujeres en el cual han potenciado su empresarialidad y logrado el éxito económico de los negocios. Las mujeres empresarias han creado y están creando nuevos espacios laborales, son mujeres que desafían y retan las expectativas tradicionales de género.

La importancia y las ventajas de realizar investigaciones sobre la empresarialidad con enfoque de género se centra en los siguientes puntos:

- Resalta la importancia del papel de las mujeres empresarias.
- Fomenta el desarrollo emprendedor de forma equitativa entre mujeres y hombres, en iguales condiciones y la incorporación del enfoque de género en la promoción microempresarial.
- Motiva a la generación de políticas e instrumentos de apoyo a las empresas de mujeres.
- Motiva a reconocer las desigualdades de género en la Microempresa.
- Motiva a redistribuir en forma equitativa los recursos entre hombres y mujeres a través de reformas legales, programas y servicios.
- Fomenta que la equidad de género en el sector microempresarial sea parte fundamental de los derechos humanos, justicia social y del desarrollo sostenible.
- Difunde los casos de empresarias y empresarios que han triunfado y que puedan ayudar a fomentar la empresarialidad entre las mujeres.
- Motiva a mejorar el acceso y control de los recursos productivos a las mujeres, conocer barreras, obstáculos y problemas que le impiden el desarrollo empresarial.
- Ayuda a develar las desigualdades de género en la empresarialidad entre hombres y mujeres, implica obtener información que ayuden al diseño de políticas públicas para orientar el fomento y generación de empleo en iguales condiciones.
- Rescatar el crecimiento de las empresas con indicadores cualitativos y la funcionalidad del negocio, hasta proyectar claramente la empresarialidad.

1.4 Delimitación del Estudio.

Las unidades de análisis de la presente investigación son las Empresas que pertenecen a los sectores de la Microempresa de Acumulación Ampliada, Acumulación Simple y Subsistencia, ubicadas en Ciudad Guatemala. Se realizó un cuestionario a 20 empresarias y empresarios que son dueñas y dueños de las Empresas, divididos en diez empresas de mujeres y diez empresas de hombres. Sin embargo, en algunos casos el análisis se centra en once mujeres empresarias, se incluyó una empresaria más porque se tenía como opcional, pero sus respuestas fueron muy interesantes que se optó por incluirla dentro del análisis. En algunos casos aparecen solamente nueve empresarios, debido a que un empresario no contestó algunas de las preguntas.

1.5 Fases Metodológicas.

Con el método cualitativo del análisis de género se logró analizar diferencialmente los factores claves de la empresarialidad entre mujeres empresarias y hombres empresarios.

La técnica empleada fue entrevistas dirigidas, aplicadas tanto a mujeres empresarias como hombres empresarios de diferentes sectores productivos. El instrumento fue un cuestionario con preguntas abiertas dividido de acuerdo a las categorías empleadas. Se utilizó una libreta para escribir lo que expresaban con el fin de darle mayor seguridad de hablar a los/as entrevistados/as, tomando en cuenta que la grabadora inhibe expresarse fluidamente al sentir temor de decir algo que podría perjudicarlos, ya que todavía mantienen créditos abiertos con las Ong's que colaboraron en el presente trabajo de investigación.

La otra técnica empleada fueron:

- Consultas de las fuentes bibliográficas en Universidades, Organizaciones No Gubernamentales, Instituciones Privadas y Estatales, que trabajan con la Microempresa.

Se seleccionaron diferentes unidades productivas que pertenecen a la rama de:

- **Manufactura:** manualidades, confección de ropa, fábrica de gorras, imprenta y sastrería.
- **Servicios:** alimentos, salón de belleza, panadería, oficina de servicios aduanales, distribuidora de medicamentos, lavandería y taller de enderezado y pintura.
- **Comercio:** tiendas de abarrotes, tienda de ropa, joyerías, zapatería, carpintería y venta de comidas.

1.5.1 Selección de las Empresas:

Este trabajo ha sido patrocinado por Agil/AID y Promocap/GTZ que trabajan en forma conjunta con las ONG's de FUNDAMUJER y MENTORES EMPRESARIALES, quienes facilitaron las entrevistas y seleccionaron a las empresarias y empresarios, según la cartera crediticia que ambos manejan. FUNDAMUJER (Fundación para el Desarrollo de la Mujer), fue fundada en 1983. Es una organización guatemalteca privada sin fines de lucro, cuyo principal objetivo es la promoción del desarrollo

integral de mujeres empresarias. MENTORES EMPRESARIALES, que trabaja apoyando a empresarias y empresarios del sector de la Microempresa y Pequeña Empresa.

Primera Fase:

Se revisó la cartera crediticia de ambas instituciones para realizar la selección de empresarios y empresarias con los siguientes criterios:

Local de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Que trabajen en un anexo de la casa. ▪ Que alquilen un local para trabajar.
Créditos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mínimo 3 años de permanencia en la empresa. ▪ Cantidad de solicitudes de crédito solicitado, haber sido puntual y responsable. ▪ Cantidad de solicitud de préstamos, aumento en el préstamo y aumento en la producción. ▪ Ciclos constantes de crédito
Producción	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Que sea constante y sostenible. ▪ Incrementos en las ventas. ▪ Incrementos en las utilidades. ▪ Aumento de clientes. ▪ Generación de empleos.
Por estratos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Niveles altos, medios y bajos de crédito para el estrato de acumulación ampliada, simple y subsistencia.

Segunda Fase:

Una vez realizada la selección en Fundamujer, se escogieron 5 empresarias del estrato de acumulación simple y autoempleo. En Mentores Empresariales fueron 5 empresarias del estrato de acumulación ampliada y 10 empresarios de diferentes estratos. Con el listado, se llamaron por teléfono para concertar citas y explicar en qué consistía la entrevista. La duración de las entrevista fue alrededor de 1:15 minutos.

Tercera Fase:

Con la información escrita, se metieron los resultados en la computadora e interpretaron las entrevistas en base a la metodología del análisis de género, separando los resultados de las mujeres empresarias con los resultados de los hombres empresarios, según las categorías de análisis:

1.5.2 Categorías de análisis.

CATEGORÍAS EMPLEADAS
<p>IDENTIDAD DE LA EMPRESARIA Y EMPRESARIO.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Patrón ocupacional familiar ▪ Motivaciones ▪ Visión futura ▪ Cualidades ▪ Significado de ser empresaria y empresario
<p>ESTRUCTURA FAMILIAR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relación entre empresarialidad: hijos/as y edad. • Relación entre empresarialidad: hogar y empresa. • Organización del tiempo: <ul style="list-style-type: none"> ▪ reproductivo ▪ productivo ▪ comunitario • División del tiempo: <ul style="list-style-type: none"> ▪ productivo ▪ reproductivo • Gastos familiares • Salarios
<p>RELACIÓN CON EL ENTORNO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a recursos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ crédito ▪ capacitaciones ▪ asesorías • Control de los recursos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ toma de decisiones ▪ inversión en el negocio ▪ recursos del negocio ▪ pago proveedores ▪ inversión de las ganancias

CAPITULO 2

Enfoques Teóricos de Empresarialidad.

En este apartado se abordará los diferentes enfoques teóricos sobre el fenómeno de la empresarialidad para conocer cómo se ha venido debatiendo el origen del término. Algunos investigadores relacionan el término dando énfasis a la importancia económica y otros enfocados al papel del emprendedor y la función que tienen las personas que se involucran en este medio de ser dueñas y dueños de su empresa, pero todos carecen del enfoque de género. Esto es explicable pero no justificable, debido a que la mentalidad patriarcal está muy enraizada en los procesos económicos. Muchas mujeres están involucradas dentro del mundo empresarial y no es lo mismo la empresarialidad de un mujer a la empresarialidad de un hombre, especialmente cuando han sido socializadas de forma diferenciada de acuerdo al sexo, donde actitudes, comportamientos y formas de pensar son diferentes. Asimismo, también influye el contexto histórico en que viven, la geografía del lugar, estructura familiar, cultura y étnia en que se crea un nuevo negocio.

A pesar de los vacíos en las investigaciones respecto a la empresarialidad femenina, algunos teóricos han propuesto diferentes enfoques de empresarialidad, los cuáles servirán de apoyo al análisis comparativo entre la empresarialidad femenina y la empresarialidad masculina. En un estudio realizado por el autor Kantis (2002), menciona que han habido distintos enfoques teóricos para entender la empresarialidad, uno de los pioneros en el tema ha sido Schumpeter, que relaciona la empresarialidad con la innovación: creación de algo para obtener un beneficio⁷. Menciona que otros autores como McClelland, Gartner, Brockhaus y Sapienza, hacen

relación de la empresarialidad a través del emprendimiento, los que inician un negocio, diferente al concepto de innovación de Schumpeter. Consideran importante relacionar la empresarialidad con la necesidad de logro, deseo de independencia, personas capaces de aprender o de explotar una oportunidad de negocios. Gartner considera que la creación de una empresa es compleja en el cual intervienen diferentes factores: la actitud de la persona (antecedentes, capacidades, habilidades y motivaciones), la organización (la estrategia organizativa asumida por el empresario), el entorno (relacionado con la competencia) y procesos (actividades desarrolladas por los empresarios). La posición de Veciana consiste en el análisis de las siguientes variables: las fundamentales, que están relacionadas con los antecedentes, características personales, organización y el entorno; y las precipitantes, asociadas con la insatisfacción de ser empresario, la mezcla entre aprovechar una oportunidad y la necesidad de tener una empresa (Veciana.1999:11). Mientras que Brockhaus, asocia la creación de la empresa con la toma de riesgos. Shapero incluye los factores de desplazamientos (ruptura con la situación tradicional), la disposición de actuar, la credibilidad y disponibilidad de recursos (En: Kantis. 2002:4)

También han habido diferentes autores que estudian de forma independiente el nacimiento de las empresas: analizando la generación de la idea⁸, identificando las oportunidades donde el conocimiento es un factor relevante para crear un negocio. Otros opinan que la motivación es importante porque de ahí surgen la consistencia o no de los empresarios. En cuanto a las características del empresario⁹, los

⁷ En este apartado se utilizará empresarios/emprendedores, sin lenguaje inclusivo debido a que estos autores realizaron sus investigaciones a partir del empresario. Para no alterar las citas se escribirá tal como ellos lo han hecho.

⁸ En cuanto a la generación de la idea, se destacan Gaglio que analiza cómo identifican una oportunidad, ya sea creativa (Long y McMullan, 1984; Vesper, 1980; Koller, 1988), motivada (Herron y Sapienza, 1992) o de alerta empresarial (Kirzner, 1979 y 1985; Bhide, 1999; Cooper, 1990)

⁹ Entre las investigaciones realizadas que le han dado énfasis a las características del empresario, sobresalen Cooper y Dunkelbert, 1986; La Fuente y Salas, 1989; Birley y Westhead, 1994, Colliin y Moore, 1964.

investigadores consideran que la creación de la empresa pesan mucho los rasgos personales del empresario, se podría distinguir quiénes son o no son empresarios, incluyen variables de asumir riesgo, inversión, necesidad de logro, control interno, tolerancia y algunos mencionan los antecedentes familiares relacionados con la herencia del negocio. Finalmente, el entorno¹⁰, se refieren a la organización con la teoría de la ecología de las poblaciones y la dependencia de los recursos, que afectan la supervivencia de las empresas, las que no lo logran desaparecen; deben mantener relaciones de intercambio y aprovechamiento de los recursos disponibles (Pinillos. s/f:4). Entre todos los teóricos que han analizado la Empresarialidad (llámese masculina), la posición conceptual del término en el presente trabajo de investigación, se realizará de diferentes autores, debido a que en la actualidad la idea de ser empresaria y empresario es muy compleja, no es tan lineal como los enfoques anteriores.

2.1 Concepto de Empresarialidad.

En este apartado no se pretende llegar a un concepto nuevo de empresarialidad, pero sí tener un acercamiento que sirva para operacionalizar el presente trabajo.

La definición teórica-conceptual realizada en el manual de CEFÉ dice que *“la empresarialidad es la actitud personal orientada a la búsqueda, creación, fortalecimiento, conexión y desarrollo de oportunidades de negocios o acciones de desarrollo socioeconómico, respaldada por una adecuada capacidad técnica en el manejo de la tecnología empresarial, conocimientos sobre administración, mercadeo, finanzas, personal y producción”* (CEFÉ:10).

La empresarialidad en el sector de la Microempresa en nuestros países, es compleja, por las limitaciones que tiene una empresaria y un empresario para acceder

¹⁰ Se destacan McClelland, 1965; Hannan y Freeman, 1997; Aldrid, 1979; Pennings, 1982).

a la tecnología, tener una buena administración, finanzas y mercadeo. Una persona podría tener una actitud personal muy desarrollada para el negocio, pero el entorno no le crea las condiciones necesarias para desenvolverse plenamente.

Sin embargo, en la actualidad con la modernización y en un mundo globalizado donde la situación económica es muy crítica, ha aumentado el número de personas que quieren dedicarse a “hacer algo” que genere ingresos. Muchas de estas personas descubren capacidades emprendedoras¹¹ que antes no tenían y otras ni siquiera llegan a entender la razón de cómo funciona un negocio. Entre los teóricos mencionados anteriormente, el concepto de empresarialidad que más se acerca a los objetivos buscados, será tomado en cuenta la posición del autor Veciana. La empresarialidad es la actitud personal de crear un negocio, para profundizar en el tema se deben tomar en cuenta las causas fundamentales: antecedentes de la persona, las características personales, la organización y el entorno.

Llegar a conocer los antecedentes de empresarias y empresarios, características personales y forma de involucrarse con el entorno, nos da una idea del tipo de racionalidad económica en que operan y nos indicará el grado de empresarialidad *“en la mayor parte de los casos ha sido la falta de empleo y la necesidad de sobrevivencia de los pobres, quienes se han visto obligados a generar su propia fuente de ingresos, transformándose en empresarios”* (Arroyo y Nebelung, 2002:57). Al involucrarse las personas en el mundo del negocio, se encuentran un sinnúmero de intereses, pero los que más sobresalen es la del consumo familiar o la de acumular o reinvertir en el negocio. Asimismo Duchenaud, se basa en que para el nacimiento de un negocio influyen causas como *“el contexto cultural*

¹¹ Una persona emprendedora se distingue por las cualidades personales y comportamiento de iniciativa, dinamismo, puntualidad, responsabilidad, confianza, autoestima, positiva, no le tiene miedo a los retos, supera los obstáculos y con capacidad de ejercer liderazgo (CEFE: 10).

propio de cualquier país, los patrones de vida y el modelo familiar, así como la educación y formación”¹².

Para tener un concepto más amplio sobre la empresarialidad es necesario conocer las motivaciones que tienen para ser empresarias y empresarios, cualidades personales para la creación de negocios, dependerán del contexto histórico-cultural en que se encuentran, así como la estructura familiar y la racionalidad económica en que se insertan en el mundo de los negocios.

2.2 Empresarialidad y Género.

La referencia al tema de la empresarialidad, surge con el reconocimiento de que el género es una construcción social¹³, donde el comportamiento de hombres y mujeres es asignado de acuerdo al sexo y la cultura. La empresarialidad involucra actitudes, creatividad e innovación que también son construcciones sociales, pero tienen sesgo de género, podrían ser diferenciadas o similares entre hombres y mujeres empresarias. La empresarialidad no es sinónimo del estudio de empresas cuyos dueños sean exclusivamente hombres, ni tampoco género es sinónimo de estudios de las mujeres.

Por lo tanto, la importancia de utilizar el análisis de género¹⁴ como categoría en la empresarialidad, es reconocer las oportunidades, habilidades, actitudes y ventajas que realizan mujeres empresarias y hombres empresarios en la microempresa, partiendo de la identidad de ser empresarias y empresarios, aprovechar las oportunidades para crear el negocio y los recursos disponibles.

¹² Según resumen preparado por Intercambio del texto de B. Ducheneaut : Women Entrepreneurs: Context and Specific Features. En : Women Entrepreneurs in SMEs ;1997.

¹³ “Conjunto de rasgos asignados a hombres y mujeres en una sociedad que son adquiridos en el proceso de socialización. Son las responsabilidades, pautas de comportamiento, valores, gustos, temores, actividades y expectativas, que la cultura asigna en forma diferenciada a hombres y mujeres. En otras palabras, es el modo de ser hombre o de ser mujer en una cultura determinada” (Gomáriz. 1994:13)

¹⁴ “Proceso teórico/metodológico que permite analizar diferencialmente los roles entre mujeres y hombres, así como las responsabilidades, acceso, uso y control sobre los recursos, los problemas o las necesidades, propiedades y oportunidades, con el propósito de planificar el desarrollo con eficiencia y equidad”. (Breefing. 1994:13).

La relación entre empresarialidad y género, se debe a que la empresarialidad es un concepto dinámico que se relaciona con el comportamiento de la empresaria y el empresario. Una persona emprendedora posee actitudes, destrezas y cualidades para manejar una empresa y llevar a cabo una actividad que genere ingresos. Los estudios de género postulan a la construcción social basada en comportamientos asignados y diferenciados según el sexo, muestran la dicotomía entre hombres productores/activos y mujeres reproductoras/pasivas. Algunas mujeres, profesionales, asalariadas o dueñas de su propia empresa, rompen con ese patrón dicotómico y se convierten en mujeres empresarias productoras y trabajadoras activas.

Entre la fase modernizadora y el llamado capitalismo, hegemónico y patriarcal, se acentúa la desigualdad de género *“que excluía a las mujeres de los ideales, recursos y beneficios de la modernidad”* (Frohman.2001:10). Sin embargo, en esta fase, los hombres adquirirían mayores poderes de negociación y la situación de las mujeres era más compleja *“El aporte del trabajo reproductivo y productivo de las mujeres no era visibilizado ni valorado como trabajo ni como generador de riqueza. Tampoco se reconocía el aporte de las mujeres a la reproducción de la fuerza de trabajo, que sustentaba en gran medida el salario familiar”* (idem:10). Mientras que las mujeres construían poderes pero desde el ámbito doméstico, administración del hogar y expertas en la educación de las hijas y los hijos, excluidas de los derechos y deberes como ciudadana, donde el Estado tomaba en cuenta como jefes de hogares a los varones, aunque existieran mujeres jefas de hogar.

El prototipo de mujer ama de casa y administradora del hogar, ha cambiado producto de las exigencias del mercado, cada día se incorporan más mujeres al mercado laboral y otras como dueñas de sus propios negocios. Sin embargo, el trabajo se ha intensificado para las mujeres porque no existe un límite entre las labores

domésticas con las laborales productivas, debido a que perdura el sistema patriarcal y obligan a las mujeres a ser parte del sistema económico, al mismo tiempo a ser dependientes de la familia, poniéndoles límites para desarrollarse como profesionales.

Según Lagarde el género se define como una gama amplia de categorías en el cual se puede interpretar los fenómenos sociales que se construyen según el sexo, *“una construcción simbólica y contiene el conjunto de atributos asignados a las personas a partir del sexo. Se trata de características biológicas, físicas, económicas, sociales, psicológicas, eróticas, jurídicas, políticas y culturales. Las normas, las creencias, las costumbres y las acciones así como las relaciones basadas en la sexualidad son a su vez espacios de construcción de poderes de desarrollo, de creación de oportunidades y de alternativas al orden imperante en cada círculo particular”* (Lagarde.2001:29).

Es importante tener conocimiento del concepto de sexo-género en la empresarialidad porque cada hombre y mujer viven sus propias vidas en un proceso sociocultural e histórico que los define ser hombres o mujeres *“sujetos de su propia sociedad, vivientes a través de su cultura, cobijados por tradiciones religiosas o filosóficas de su grupo familiar y su generación...”* (Lagarde:27)

Cualquier análisis de género debe partir por conocer la realidad de la unidad doméstica familiar y la unidad productiva. Este tipo de conocimiento de cómo está estructurada la familia en cuanto a la edad, estado civil, organización de la familia, composición familiar, son importantes porque permiten tener un enfoque claro sobre la diversidad de situaciones y actores sociales involucradas e involucrados. De esa forma, la perspectiva de género analiza las características semejantes o diferentes que definen a mujeres y hombres *“el sentido de sus vidas, sus expectativas y oportunidades, las complejas y diversas relaciones sociales que se dan entre ambos*

géneros, así como los conflictos institucionales y cotidianos que deben enfrentar y las maneras en que lo hacen” (Lagarde:15).

Las desigualdades de género parte de los factores que inciden en la empresarialidad. En el sector de las empresas, las desigualdades de género se reflejan en las relaciones de trabajo entre mujeres y hombres respecto al tiempo invertido en el trabajo empresarial y en la vida privada. Señalar esas diferencias será el primer análisis que explicará las desigualdades, desventajas y discriminación entre el mundo familiar y el productivo. Existen muchas barreras y obstáculos que se enfrentan de forma diferenciada tanto las mujeres empresarias como los hombres empresarios, que dependerá de la racionalidad económica en el momento de crear una empresa. En el contexto de la división del trabajo se marca una frontera respecto a derechos y obligaciones de hombres y mujeres. Esto se refleja en el modo y uso del tiempo, tanto privado como público.

Se podría preguntar, ¿cómo se reproduce la desigualdad de género en la Microempresa? Tanto en la vida pública y privada se establecen acuerdos en los que se reproducen los fenómenos de la subordinación de género, a través de la socialización en las familias, la educación, las organizaciones sociales e incluso en las relaciones de pareja. El análisis de la división genérica del trabajo destaca cómo se produce, cómo se legitima la subordinación y cómo se reproducen socialmente las relaciones desiguales entre hombres y mujeres en el trabajo, obligaciones y derechos, acceso a los recursos, uso del tiempo y toma de decisiones.

La perspectiva de género ayuda a reconocer que las mujeres están situadas en una línea conflictiva entre producción y reproducción, entre la actividad económica y las actividades domésticas, que no son económicas. La división de género en la empresarialidad marca desigualdades en derechos y obligaciones para hombres y

mujeres, que determinan las consecuencias económicas diferentes para hombres y mujeres. Se generan nuevos factores claves de la distribución del tiempo de las mujeres y situación diferente en cuanto el uso del tiempo, productivo y reproductivo. Es decir, diferentes capacidades entre hombres y mujeres para asignar tiempo de trabajo a las actividades económicamente productivas y las actividades del hogar.

El análisis de género induce a preguntarnos quién realiza cada tarea del ciclo productivo, en qué momento, con qué instrumentos y uso del tiempo. Para conocer los orígenes de las desigualdades de género Rapp considera que se debe relacionar la historia actual con el pasado *“el origen y los efectos del capitalismo moderno, el origen y los procesos de formación del estado primitivo o incipiente y las características de la organización genérica en la sociedad humana original. Cada una de estas coyunturas debe examinarse la potencialidad de las relación entre los géneros”* (Rapp:29).

Al heredar el capitalismo las diferentes formas de desigualdad social y en relación al trabajo como son las diferencias salariales de hombres y mujeres, la herencia y el derecho a la propiedad, también el capitalismo actual tiene gran interés en *“mantener segregada a la fuerza de trabajo sobre la base de las diferencias sexuales y en preservar a la familia burguesa consumidora”* (idem:31). Además se han realizado distintas transformaciones, entre el hogar y lugar de trabajo. Las mujeres se han posicionado en los espacios públicos pero en forma desigual. La relación entre la estructura familiar doméstica y las labores productivas de las mujeres se produce una doble explotación diferente a los hombres. Con los aportes de Engels en *“El origen de la familia, la propiedad privada y el Estado”*, se ha establecido que surge un nuevo enfoque *“Parece haber un consenso generalizado en que con el surgimiento de la civilización las mujeres como categoría social comenzaron a ser*

sometidas en grado creciente a los jefes masculinos de sus unidades domésticas. Esto equivale a afirmar que se tiende a descubrir con toda propiedad a las civilizaciones como patriarcales” (idem:32).

El modelo económico vigente (modernización y globalización), reproduce que en la dinámica de la sociedad existan roles de género y responsabilidades diferenciadas por sexo. Aún si las personas deciden crear su propio negocio, con cualidades y comportamiento emprendedor, las diferencias que marcan a mujeres y hombres en la empresarialidad, estarán limitadas en cuanto a la identidad de ser empresarias y empresarios. El análisis de género en la empresarialidad ayudará a visibilizar estas desigualdades y profundizar en temas como la familia, diferencias en la división sexual del trabajo empresarial, explotación de las mujeres en el trabajo productivo – reproductivo, analizar las labores de las mujeres empresarias, tiempo para trabajar y cómo la identidad femenina y masculina se van construyendo en la empresarialidad.

2.1.1 Importancia de la Identidad Femenina y Masculina en la Empresarialidad.

Para entender como identidad de una empresaria y un empresario, se parte de los rasgos asignados a mujeres y hombres en una sociedad. Este proceso es adquirido en el proceso de socialización, a través de los comportamientos, responsabilidades, valores, gustos, expectativas que la cultura asigna de forma diferente a mujeres y hombres. Estas diferencias se marcan y profundizan dependiendo de la cultura a que pertenecen. De esa forma, cada persona tiene su propia visión de género, identidad personal, valores, normas, deberes, ideas, comportamientos, creadas en el momento o arrastradas como principios de la familia.

Los principios culturales que arrastramos como cadenas, es lo que la perspectiva de género abre caminos para analizar y comprender cómo la sociedad impone a mujeres y hombres. La construcción social de género de las mujeres está perfilada a la mezcla de la vida personal y pública: ser para otros. Ser para otros tiene origen natural y en que se marcan las desigualdades de género. Así lo plantea Simone de Beauvoir, las mujeres se definen como el "segundo sexo", cuya identidad se construye en función del otro sexo, la del hombre.

Lo que determina la identidad y comportamiento de mujeres y hombres no es el sexo biológico. Es algo que se aprende, vive y piensa de acuerdo a la construcción social que depende del sexo. El género como parte del proceso de construcción social, son comportamientos programados diferenciados en tres etapas del desarrollo humano, siendo la primera la llamada asignación de género "*El mecanismo cultural de asignación del género sucede en el ritual del parto: al nacer la criatura, con la sola mirada de sus genitales, la partera o el partero dice y nombra a la vez: es una niña o es un niño*" (Lagarde.2001:27). La segunda fase, considerada como la "*conformación de la identidad de género*" adquirida en el núcleo familiar, en una edad promedio de 2 a 4 años, en esta etapa tanto el padre como la madre y personas cercanas refuerzan los patrones establecidos culturalmente según el género. La tercera etapa, es la de *empoderamiento* del papel de género, es el proceso de socialización de los niños y las niñas. En esta etapa, el núcleo familiar aumenta, hay contactos con otros grupos, en la escuela, vecinos, vecinas, etc. En este proceso se refuerzan las identidades, los roles de género en cuanto a las reglas, disposiciones que la sociedad y la cultura dictan sobre las actitudes y acciones de mujeres y hombres. La construcción social indica que la identidad masculina o femenina son visualizadas desde el

contexto en que vivimos, de las interacciones culturales e históricas, construida a partir de la conciencia de sí mismo/a que las personas tengan.

La socialización que han recibido las mujeres desde la niñez repercute en las personas ya adultas, que consideran que el rol y el trabajo doméstico es una condición innata y natural en las mujeres, *“la socialización de las niñas y las jóvenes, las orienta hacia la sumisión y la dependencia al tiempo que el trabajo y particularmente el éxito en el trabajo, se considera como algo propio de los hombres y por tanto inadecuado para una mujer”* (Fidell y Delameter. En: Nicolson. 1997:18). Con esta forma de pensar y actuar se fortalecen las divisiones sexuales del trabajo a nivel familiar, laboral y empresarial: para las mujeres amas de casa, hay una división del trabajo doméstico y las contratadas en los puestos públicos, también hay una división sexual del trabajo. Es decir, en ambos ámbitos públicos y privados, las mujeres siguen siendo discriminadas *“Toda esta categoría del trabajo, reproductor o del cuidado de los hijos/as, está asignado casi exclusivamente a la mujer. La labor reproductora no se limita únicamente a la tarea biológica del parto, sino también a preparar la comida, la ropa y el confort doméstico para el padre de la familia, a cuidarlo cuando está enfermo, etc....Es decir, a las mujeres se las emplea desproporcionalmente, en su propia casa o en el sector pagado de la economía, para preparar comida, enseñar y cuidar de los niños/as y hacer de enfermera”* (Lewontin. 1987:160).

Lewontin considera que el patriarcado persiste porque al sistema le ha interesado mantener esa ideología *“Es una forma de organización social históricamente contingente, preservada por aquellos que se benefician de ella, una consecuencia de la biología humana, del mismo modo que cualquier otra forma social es una consecuencia de esa biología, pero sólo una entre un abanico de posibles organizaciones sociales por nosotros disponibles”* (idem:160). Si para los

deterministas biológicos, las divisiones de género en la sociedad se traducían en diferencias biológicas o sexuales, eso significa que la división del trabajo estará determinada por la biología. Lo que sucede es que las divisiones de género son funcionales en la actualidad para beneficiar a algunos: “quién” alimentará al hombre si llega cansado de trabajar, “quién” lavará la ropa y plancha, si él no lo puede hacer, “quién” cocinará, etc. *“La sociedad necesita tanto hombres dominantes y productivos como mujeres dependientes que procrean niños/as y los alimenten”* (Lewontin:163). Los hombres tienen las ínfulas de rey y poseen los roles principales no porque las mujeres no puedan desempeñarlos, sino porque así fueron socializadas *“En todas las sociedades, las motivación fundamental del hombre es la creencia de que se debe proteger a las mujeres y a los niños/as”* (idem:181).

En las críticas que hace Lewontin respecto al determinismo biológico dentro de la ciencia, considera que es inseparable la constitución del patriarcado y el capitalismo, que sociológicamente hablando, ahí radica la funcionalidad de la división de género, *“La ciencia que ha aparecido no sólo está de acuerdo con la ideología capitalista sino también con la del patriarcado. Es una ciencia predominantemente masculina que ha excluido a la mujer a todos los niveles, ha sido excluida en la escuela, inmovilizada en la universidad y relegada a un segundo plano en el trabajo científico, ha sido explotada y atacada como ayudante técnica y de investigación, pero no apartada de su tarea principal: el cometido doméstico de alimentar al científico y de criar a sus hijos/as”* (idem:198).

En un estudio realizado por Janice Reals se hace la pregunta del porqué a las mujeres se les asignan funciones insignificantes denominándolas como rasgos femeninos y se encubren con la “trampa de la crianza”. Opina que las mujeres tienden a ocuparse de demasiados detalles como signo natural de su sexo, como consecuencia

de las funciones familiares ejecutadas diariamente. En el ambiente laboral son vistas como “hermanas mayores o madres”(Reals.2002:164).

La importancia de entender la construcción de la identidad femenina y masculina en la empresarialidad, se debe a que estas diferencias bien marcadas se materializan en el acceso a oportunidades, uso de recursos, ingresos o relaciones de poder, incluso en la forma de ser empresaria y empresario y la forma de crear un negocio. De esta forma la importancia del enfoque de género en la empresarialidad, pone en evidencia cómo a partir de las diferencias biológicas, se pueden construir los conceptos de empresarialidad femenina y empresarialidad masculina. Al atribuir comportamientos diferenciados a mujeres y hombres, hace que la identidad de empresaria y empresario sea diferente en el negocio y la estructura familiar.

2.2.2 Concepto de familia.

Con el tema de la empresarialidad y género, el concepto de familia es esencial dentro del análisis, ya que la empresarialidad se está desarrollando dentro de los hogares de mujeres empresarias y hombres empresarios.

Realizar el análisis de la conformación familiar es muy importante, ya que incide cuando la mujer toma la decisión de crear su propio negocio. La empresarialidad cambia a medida que cambia la estructura familiar en el momento en que van creciendo las hijas y los hijos, algunas mujeres tienden a dedicarse más a labores que le generen ingresos “*existe una propensión de la mujer a convertirse en empresaria a partir de los cuarenta años, mientras que como niña y joven se concentra básicamente en la actividad económica como empleada asalariada y trabajadora sin remuneración*” (Pape.2002:59).

A lo largo de la historia, las mujeres tenían como principales funciones las que giraban alrededor del hogar: ser amas de casa y madres de familia. Mientras que

ahora ejercen muchas y variadas actividades, la mujer es “*policrónica*”, así la describe Edward Hall, “*la mujer es capaz de utilizar el tiempo en función de una tarea en particular y de combinar de manera flexible y adecuada las distintas responsabilidades de su trabajo, su familia y la sociedad*” (Citado por Legorreta.2001:125). Sin embargo, cualquier problema interno en la familia, se le atribuye a las mujeres, por ser malas madres, amas de casa y esposas. Especialmente cuando las mujeres se entregan de lleno a la carrera profesional, “descuidan” a hijas e hijos, parejas, padres o familiares, incluso son llamadas “madres desnaturalizadas”. También es común que algunas mujeres que no continúan con la educación, al verse involucradas en matrimonios o en relación libre, dedicadas a la familia. Una vez adultas, al crecer hijos e hijas, encuentran un vacío y planifican hacer algo para “ellas mismas”.

Asimismo, la composición familiar según sexo hace que las mujeres viudas, separadas, sean jefas del hogar. De los 2 millones de hogares guatemaltecos registra la presencia de un 20% de familiar encabezadas por mujeres, es decir, que uno de cada cinco hogares tiene un promedio de 5.3 personas por hogar en el área rural. Mientras que en el área rural la jefatura masculina de hogares es mayoritaria, la jefatura femenina de los hogares tiene una connotación ligeramente más urbana que rural. En efecto, el porcentaje de hogares urbanos encabezados por mujeres es del 24.5% y del 17.7% en el área rural (Pape.2002:48).

El concepto de familia ha cambiado con el tiempo y algunas mujeres manejan todavía el concepto tradicional, especialmente en países en vías de desarrollo como Guatemala, en el cual la familia tradicional está estructurada por otros familiares o familias extendidas, como abuelas, abuelos, suegras, suegros, primas, primos, o amistades cercanas (compadre/comadre) que convivan bajo el mismo techo. Sin

embargo, el mito de la familia tradicional conformada por el padre, la madre, hijas e hijos, está siendo cuestionada: el padre como proveedor y protector de la familia nuclear¹⁵ y la madre como reproductora obligada a obedecer y ser sumisa ante su protector y la familia. *“El 29% de estos hogares se aplica a hogares extendidos, y un 8% de los hogares encabezados por mujeres es inipersonal. Entre éstos, solamente el 1.5% corresponde a un tipo de hogar nuclear completo, lo que indica que la mayor parte de los niños en estos hogares vive sólo con la madre o con mujeres que asumen las responsabilidades como jefes de hogar”* (idem. 2002:49).

No todas las mujeres tienen claro el concepto de familia y no se dan cuenta que este concepto ha tenido diferentes cambios. El concepto de traer al mundo los hijos y las hijas que Dios mande es otro mito, al ser sustituido por el concepto de traer al mundo hijas e hijos que se puedan mantener. Además, existe mucho más control de la natalidad que en tiempos pasados. Se ha erradicado la idea del matrimonio como institución oficial de la familia, actualmente existen muchos divorcios en el cual tanto el padre o la madre se quedan con los hijos/as, reconceptualizando el concepto de familia, siendo la familia una madre soltera o un padre soltero *“La familia nuclear se debilita y emergen nuevos tipos de familias. Crece la frecuencia de disoluciones matrimoniales, se retrasa la edad matrimonial, se eleva la convivencia, disminuyen las tasas de fecundidad y una proporción creciente de niños nacen fuera del matrimonio”* (Frohman. 2001:9).

Las empresas cuya propiedad es de una mujer son consideradas como empresas familiares¹⁶, de negocios privados y no representan una economía fuerte para el país (Salganicoff. 1995). Para entender las contribuciones generadas por las

¹⁵ Hogares o familias nucleares son los integrantes: la pareja, con o sin hijos, padre o madre con o sin hijos/as.

empresas manejadas por las mujeres, se deben conocer sus roles, comportamiento e interpretación del mundo empresarial-familiar, *“las mujeres ordenan la experiencia humana con prioridades distintas que los hombres”* (idem:149). Lo que sucede es que a las mujeres se les socializa para ejercer múltiples y variadas funciones (desde pequeña se les enseña a limpiar, lavar, cocinar, cuidar hermanos, etc.), razón por la cual, cuando algunas mujeres desean algo lo piensan muchas veces, lo consultan con diferentes personas y tienen muchos otros caminos para decidir. A diferencia del hombre que por su socialización (desde pequeños saben sus metas: estudiar y trabajar), tiene su objetivo más claro, casi ni consultan y en algunas ocasiones toma la decisión por él mismo. En cuanto al manejo de la empresa, las mujeres demuestran que son capaces de realizar muchas funciones, algunas características no son exclusivas de las mujeres u hombres, sino que se dan con mayor frecuencia con las mujeres, *“Que las mujeres tengan gran habilidad en realizar distintos roles a la vez, hace que ellas actúen como goma de pegar que mantiene a las familias unidas y en cohesión aun durante transiciones, crisis y cambios profundos....es paradójico que ni las mujeres ni la familia son conscientes del poder escondido que las mujeres tienen en las empresas familiares”* (idem:151).

Las exigencias actuales son más fuertes porque no solamente deben “ser buenas” amas de casas, “excelentes esposas” sino también buenas conductoras del negocio. Las consecuencias son bastante altas al tacharlas de ineptas en relación al dinero o tener una empresa, en pocas palabras se debe velar por la condición de las mujeres empresaria, en la relación entre la empresa y el hogar.

2.2.3 *Empresarialidad Femenina: relación entre la Empresa y Hogar.*

¹⁶ En Estados Unidos se estima que hay alrededor de 1.7 millones de Empresas Familiares y el 30% al 60% del Producto Nacional es generado por dichas empresas, pero las mujeres aún son invisibilizadas en los negocios familiares.

Como se ha venido mencionando, los cambios de la globalización en la economía provocan que aumente el empleo llamado informal y las empresas familiares, que surgen desproporcionadamente en comparación con las empresas formales. La formación de negocios desde el hogar ofrece trabajo e ingresos tanto a los miembros del núcleo familiar como a otros familiares cercanos y amistades que por diversas razones no encuentran oportunidades en sectores modernos que exigen cierta especialización.

El trabajo doméstico está fuertemente unido al trabajo productivo, cuando la mujer empresaria trabaja desde el hogar, se invisibiliza la labor en el ámbito productivo. Si las mujeres empresarias o amas de casa, al menos cobraran mensualmente el valor de trabajo invertido en sus hogares, al trabajar productivamente desde el hogar tendrían mayores conocimientos del valor de la fuerza de trabajo invertida en el trabajo productivo, incluso la economía del país daría otro giro.

Solamente el hecho de trabajar es una forma de contribuir económicamente para mejorar las condiciones de vida de la familia y una oportunidad para independizarse, tanto para mujeres asalariadas o como para las dueñas de sus negocios, aun trabajando desde el hogar. Sin embargo, las condiciones en que se negocia el espacio de trabajo de estas mujeres no es el más adecuado, ya que a muchas las obligan a trabajar horas extras (por ejemplo en las maquilas), con salarios inferiores, sin servicios de salud, sin prestaciones o trabajando más de la cuenta desde el hogar y combinando las labores domésticas.

Se han realizado diferentes investigaciones¹⁷ para medir el tiempo de trabajo laboral entre hombres empresarios y mujeres empresarias en relación con el trabajo doméstico y las conclusiones son que *“las mujeres siguen siendo responsables de mantener funcionando el hogar. Los hombres en cambio, dependen de sus esposas para el manejo del hogar, aun cuando ellas también desempeñen un trabajo remunerado”* (Valenzuela. 2001:113).

Sin embargo, el problema radica en la dicotomía público/privado que invisibiliza las desigualdades que se generan en las propias familias y además desvaloriza los trabajos realizados por las mujeres dentro del hogar *“Todo el trabajo que realizan las mujeres al atender y criar a sus hijos/as, al limpiar y mantener sus hogares, al cuidar a las personas mayores y enfermas, así como sus diversas contribuciones al trabajo de los hombres no se consideran trabajo”* (Castells.1996:190). Esta dicotomía hace que se acentúen las diferencias, al existir un porcentaje alto de amas de casa que no producen, no son tomadas en cuenta en las estadísticas nacionales y seguirán siendo marginadas. Así lo menciona Da Silva al hablar de género y trabajo *“...actividad doméstica y asalariada y la dicotomía entre producción y reproducción. Todos condenan el trabajo femenino asalariado realizado fuera de casa como un mal en sí mismo, a pesar de ser necesario par complementar la renta familiar. Las mujeres parecen fuera de lugar cuando se encuentran en la producción o en el mundo público”* (Da Silva.1995:57). El trabajo doméstico no es tomado en cuenta desde el punto de vista económico y productivo, siendo anulado de las estadísticas. En una sociedad cambiante, compleja y dinámica, se encuentran hombres y mujeres en la lucha diaria del mercado laboral/empresarial, en el cual las mujeres generalmente quedan excluidas, discriminadas y trabajando en condiciones

¹⁷ Por ejemplo, en un estudio realizado en Chile con las temporeras de la fruta invierten 3 horas diarias a las tres tareas principales: aseo, lavado y preparación de comidas. (Venegas, 1992. En:

desiguales. Para evitar estas desigualdades, en toda agenda política de mujeres se debe conquistar el empoderamiento de las mujeres modificando las pautas políticas en la vida doméstica y en el ámbito público para *“lograr que cada mujer consolide los poderes personales que ya tiene y cada día se haga de más poderes vitales y los conecte de manera integral. Empoderada, cada mujer es la primera satisfactora de sus necesidades y defensora de sus intereses y la principal promotora de su sentido de la vida, de su desarrollo y enriquecimiento vital, de sus libertades y de su placer”* (Lagarde. 2001:28). Se perfilan formas diferentes de discriminación, subordinación y desigualdad en la cual las mujeres están expuestas a vivir bajo presión social y familiar. Si no tiene acceso al poder, la situación se torna difícil y encontrarán barreras en todos los ámbitos *“mientras las mujeres no hayan transpuesto el muro, por la puerta y no estén en condiciones de tomar decisiones desde su propio puesto en la mesa directiva, seguirán truncadas sus ambiciones, limitado su potencial y detenidas sus carreras”* (Reals. 2002:9).

CAPITULO 3

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

3.1 Empresarialidad: Factores claves.

Para determinar los factores claves que inciden en el desarrollo de la empresarialidad y que contribuyen a detectar las desigualdades de género, en el presente trabajo se han analizado 3 categorías con sus respectivas variables:

- a- **Motivaciones de ser de empresaria y empresario.** Patrones ocupacional familiar; cualidades; visión futura para el negocio y significado de ser empresaria/empresario.

- b- **Estructura familiar.** Empresarialidad en relación con: hijas, hijos y edad; Empresarialidad en relación con: hogar y empresa; organización del tiempo: reproductivo, productivo, tiempo comunitario; relación con los gastos familiares, salarios de la empresaria/empresario.
- c- **Relación con el entorno.** Acceso a recursos: créditos, capacitaciones, asesorías; Control de los recursos: toma de decisiones, inversión en el negocio, recursos del negocio, pago proveedores, inversión de las ganancias

3.1.1 Motivaciones y decisión de crear un negocio..

La categoría a analizar son las motivaciones que han tenido las empresarias y empresarios antes de crear su propio negocio, analizando todo el proceso de cómo ha surgido la idea hasta lograr tener una la identidad¹⁸ como empresarias y empresarios. Para lograr este objetivo es necesario identificar el hilo conductor de la génesis de la empresa. El análisis de género indica la forma en que las empresarias han logrado desarrollar la empresarialidad en comparación con los empresarios. La idea de crear un negocio hace referencia “*al nacimiento de un espíritu empresarial*” (Hofstede.1991), idea que ha sido motivada por variadas razones y según el sexo.

En los casos analizados, cuando las empresarias deciden tener un negocio, generalmente siguen la misma tradición familiar pero influenciadas por las ocupaciones de la madre, se incorporan desde pequeñas en el mundo de los negocios, desarrollando destrezas y habilidades. Mientras que en otras, la idea de crear un negocio ha sido estimulada y motivada por los esposos o parejas y han tenido que aprender las destrezas básicas necesarias para ser dueñas de un negocio.

- De las 10 empresarias 7 fueron motivadas y apoyadas por sus parejas o compañeros. Entre este grupo, una empresaria mencionó que es motivada y apoyada por los padres. Una empresaria mencionó que no le gusta depender económicamente del esposo, por esa razón decidió crear su propio negocio.

¹⁸ Según la autora Marcela Lagarde (1997), la identidad significa “*el conjunto de características que definen al sujeto en su condición histórica. Es el resultado de la construcción simbólica*”. Hace relación entre lo simbólico y la interacción con los demás “*a través de la pedagogía cotidiana, contribuyen al desarrollo de la identidad de cada quien*”.

- Muy pocas entrevistadas trabajan en diferentes áreas productivas antes de llegar a tener el negocio propio. Las que son madres solteras tienen un motivo para no trabajar como asalariadas, compartir más tiempo con hijas e hijos. Razones por las cuales se ubican en actividades productivas donde es más fácil atender a la familia y el negocio.

El presente es un resumen de la forma en que las empresarias continúan el patrón ocupacional familiar y se involucran en el negocio.

3.1.1.1 Descripción del patrón ocupacional familiar de las Empresarias:

- **Igual actividad de la madre.**

Patrón familiar: madre ama de casa.

Continúa el mismo patrón familiar. Cuando las demandas de crianza de los hijos e hijas ha disminuido, decide poner su propio negocio. Es motivada por el esposo *“para no aburrirse, que tenga algo que hacer y además es un ingreso adicional”*

Patrón familiar: madre que se dedica al negocio.

De todos sus hermanos ella fue la única que aprendió a negociar. Aprendió manualidades motivada por la mamá y la madrina. Se ha dedicado a trabajar en la misma actividad aprendida: trabajo asalariado de manualidades, trabajo desde la casa, venta de productos avon, aparatos eléctricos, helados, comida rápida, mercadería variada, trabajo de maquila. Tiene la cualidad *“que todo lo que tiene en la mano lo vende”*.

Patrón familiar: madre con puesto de tortillas.

Continúa la misma actividad de la mamá. Es motivada por el esposo de poner un comedor, aprende a cocinar.

Patrón familiar: madre vende blusas típicas.

Continúa con esa misma tradición. Cuando se casa es motivada por el esposo coloca su tienda de abarrotes, verduras y máquinas para niñas y niños.

Patrón Familiar: madre con puesto en el mercado.

Le ayudaba desde pequeña. Ya adulta vendió por muchos años bolsas plásticas dentro del mercado. Motivada por el esposo, aprende por ella misma corte y confección. Desarrolla creatividad y destrezas.

- **Apoyo de la madre.**

Patrón familiar: apoyo de la mamá.

Desde pequeña la mamá la inscribió en un curso de belleza. Ha trabajado como asalariada en el mismo salón por varios años. El esposo la motivaba a independizarse. Finalmente le instaló el negocio.

- **Igual actividad de los padres.**

Patrón familiar: padres en el comercio informal.

Aprende desde pequeña el oficio. Se independiza y vende ambulante zapatos. Es propietaria de una tienda de ropa y administra una carnicería. Es motivada por los padres y el esposo.

Patrón familiar: padre y madre con estudios universitarios.

Universitaria, tiene un buen puesto. Es motivada por el esposo a poner su propio negocio. Adquiere conocimientos del mercado, proveedores, rentabilidad del negocio, aprende a negociar, se enfrenta a problemas, supera miedos, es responsable e inquieta.

- **Cambia a diferentes actividades.**

Patrón familiar: padres agricultores.

Cuando es adolescente consigue diferentes trabajos asalariados: fábrica de dulces, venta de gaseosas, administra tienda de abarrotes, vende ropa americana usada, venta ambulante de sandalias, finalmente logra vender en un puesto fijo en el mercado. No tiene apoyo del esposo “*él se enojaba cuando tengo dinero*”. Finalmente decide lo que quiere. Ha superado estos inconvenientes cuando los hijos/as han crecido, con los años de matrimonio y es una persona más adulta.

- **Ningún patrón familiar.**

Patrón Familiar: ninguno.

Madre soltera. Trabaja fuera del país, obtiene experiencia. Se mantiene en la misma actividad productiva. Es motivada para estar con su hija y el deseo de ser independiente económicamente y no asalariada.

Patrón Familiar: ninguno.

Madre soltera. Por iniciativa propia recoge las frutas del árbol de la abuela y las vende en la escuela. Tuvo trabajos asalariados en: granos básicos, maquila, librería, coloca un puesto de comida y le va mal, hasta que consigue poner su propia tienda de regalos. Le resulta aburrido estar en casa.

3.1.1.2 Descripción del patrón ocupacional familiar de los Empresarios:

En los casos analizados de los empresarios, se estima que cuando el empresario no tiene un patrón familiar como referente trabaja en diferentes áreas productivas hasta llegar al negocio con el cual se identifica como empresario.

- **No tienen patrón familiar.**

Patrón familiar: ninguno.

Por necesidades económicas se involucra en el negocio. Realiza diferentes oficios, para encontrar la actividad que más le agrada: lava carros; trabaja en una gasolinera; maquila; trabaja como asalariado en una imprenta. Le gusta, desarrolla destrezas y habilidades, hasta lograr ser independiente.

Patrón familiar: ninguno.

La mamá lo obliga a trabajar desde pequeño de mandadero; pasa a ser ayudante de panadería; luego empacador en un supermercado; lo obligan a cortar el pelo. Al ser obligado ocupa ese oficio para salir de las necesidades; después coloca una venta de zapatos; es dueño de una lavandería; trabaja como asalariado en un salón de belleza y finalmente es propietario de su propio salón de belleza.

En los casos analizados cuando el hombre empresario tiene un patrón familiar como referente, las actividades productivas se relacionan con el referente familiar admirado o motivado ya sea por el padre o el hermano. Solo un caso se encontró en la cual el empresario es motivado por la madre y hermana. En estos casos el empresario tiene más claro el camino de lo que va a hacer, sin problemas de andar en la búsqueda de una identificación como empresario.

- **Igual actividad del hermano.**

Patrón familiar: hermano propietario de una fábrica.

Estudiante de administración de negocios, la carrera está ligada al trabajo que realiza. Inspirado por el hermano, realiza la misma actividad de él. El hermano es el modelo a seguir. Es propietario de una fábrica de gorras.

Patrón familiar: hermano carpintero.

Siente inspiración y admiración por el oficio del hermano. Comienza a trabajar en una panadería y después pasa a ser carpintero. Es propietario de un taller de carpintería.

- **Igual actividad del padre.**

Patrón familiar: padre mecánico.

Estudia ciencias de la comunicación y se dedica a la mecánica. Aprende a negociar desde pequeño para tener su propio dinero: hace collares, pulseras, pintura, cuadros, lava carros, trabaja en una joyería. Sin embargo, la figura del padre tiene mucha influencia, se esmera en darle estudios pero finalmente le está heredando la profesión de mecánica. Actualmente es copropietario del taller, le gusta y ha desarrollado las mismas destrezas del papá.

Patrón familiar: padres comerciantes.

Comienzan a trabajar desde temprana edad. Hereda del padre la misma actividad, le gusta, la goza, además se involucra en otras actividades: venta ambulante de maní; con el tiempo pasa a ser distribuidor del producto encargando a otras personas vender en las calles; aprende las destrezas del negocio y todavía ofrece a la esposa ayudarla en otro negocio. Además es propietario de una tienda de abarrotes, todas esas actividades las realiza desde el local que alquila.

- **Igual actividad de la madre y hermana.**

Patrón familiar: empresas familiares.

Estudió administración. Fue motivado por la familia a continuar en el mismo negocio, especialmente por la mamá y hermana.

También hay casos en que existen referentes familiares que trabajan en negocios, pero el empresario decide dedicarse a una actividad diferente. En este caso, el empresario

pasó por diferentes actividades productivas hasta lograr identificarse como empresario.

- **Cambia a diferentes actividades.**

Patrón familiar: padre zapatero y la madre en un puesto del mercado.

Aprende a ayudar a la mamá. Para tener otro ingreso trabajó como albañil; luego pasó a trabajar en un lugar de enderezado y pintura; después repartidor de leche; producción lácteos; de socorrista hasta terminar en un puesto asalariado de joyero. En poco tiempo aprendió las destrezas como joyero, aunque no le gustaba la actividad por razones familiares decidió continuar siendo joyero. Ahora es propietario de su propio taller y tiene a los hijos e hijas involucrados e involucradas en la actividad.

Cuando el empresario tiene al menos un patrón familiar como referente: la madre. En este caso la madre lo impulsa a tener un ingreso extra. Encuentra fácilmente su profesión y desarrolla sus destrezas como empresario.

- **Diferente actividad de la madre.**

Patrón familiar: huérfano de padre, la madre tiene un negocio en el mercado.

Sin embargo, para ganar algo y recibir dinero adicional, la mamá lo pone a trabajar en una panadería. Desarrolla creatividad, descubre destrezas y velocidad, aprende a ser estricto y cuidadoso. Es propietario de su propia panadería y además ha motivado a la esposa a poner un tienda.

Cuando el empresario tiene como referente los patrones familiares y se dedica a una actividad diferente, encuentra fácilmente su oficio, desarrollando destrezas como empresario.

- **Diferente actividad de los padres.**

Patrón familiar: padres comerciantes.

Comienza a trabajar desde temprana edad en una sastrería, consigue diferentes trabajos asalariados y en maquila. Actualmente es propietario de un taller de alta costura.

3.1.1.3 Análisis comparativo entre empresarias y empresarios:

Entre los factores claves que inciden en el desarrollo de la empresarialidad de mujeres empresarias y hombres empresarios, según los casos analizados, primero es la tendencia a continuar con el mismo patrón ocupacional familiar; segundo los antecedentes familiares y tercero la motivación que reciben de las parejas o esposos.

En el caso de las mujeres empresarias se presentan diferencias, una es que algunas se involucran cuando los hijos e hijas están mayores, aumenta la edad de la empresaria y tienen gran influencia de las madres. Al visualizar este tipo de situación, aumenta el llamado “círculo vicioso“, que generalmene las empresarias se ubican en el estrato del subsistencia, sin ninguna perspectiva de expandir el negocio, motivadas por razones económicas más que una visión empresarial. La otra situación, es lo contrario, cuando han sido motivadas desde pequeñas hasta desarrollar destrezas y habilidades, estos son los negocios que tienen la tendencia al crecimiento.

Las empresarias que no han heredado un patrón ocupacional familiar, al involucrarse por variadas razones a tener su propio negocio, aprenden y desarrollan destrezas que antes no tenían o ni siquiera las habían descubierto. Por ejemplo, en el caso de la empresaria mayor de edad, con grado universitario, tenía destrezas que iba desarrollando cuando trabajaba como asalariada y que las descubrió cuando sus hjos e hijas habían crecido. Esas destrezas más las cualidades de su personalidad producto del trabajo asalariaddo realizado, la hacen ser una empresaria exitosa, segura de ella misma, de lo que hace, con deseos de crecimiento y planes futuros claros:

“Aprendí a negociar, nadie me ha enseñado.... Es la necesidad de hacer algo bien hecho. Ha desarrollado esas habilidades en el negocio y con el tiempo...“tuve la habilidad de hablar con la gente, a raíz de las preocupaciones de que había mucho dinero en juego. La necesidades del negocio me hicieron realista, nunca evadí ningún problema... No tengo miedo de encarar la situación...me enfrento ante los problemas...He aprendido sola“.

3.1.1.4 Análisis comparativo de las cualidades:

Cuando se hace referencia a las cualidades, hay una gran diferencia entre las cualidades mencionadas por las empresarias en comparación con los empresarios. En la empresarialidad masculina sobresalen expresiones que diferencian al hombre producto de identidad asignada, en que han sido socializados, cualidades típicamente

masculinas, como: ahorro, tener ganancias, decisión en lo que hacen, ambición, deseo de coordinar y dirigir a los demás, control de las cosas, poder e independencia. Generalmente, a los hombres desde que están pequeños se les educa para ejercer ciertas funciones, que lo desobligan del hogar: no cocinar, limpiar, lavar, etc. Marcando las diferencias en obligaciones respecto a las mujeres, en este caso los hombres se acostumbran a tener los objetivos más claros: estudiar y trabajar.

Mientras que las mujeres empresarias, aunque aprendieron destrezas desde pequeñas, sobresalen algunas expresiones que son parte de las cualidades típicamente femeninas, como: hacer bien el trabajo, atender y quedar bien con los demás, administrar bien el dinero, superación personal, exigencia personal, capacidad de asumir riesgos, logros, confianza, dinámica y carácter fuerte. Predominan más las cualidades que reflejan el “ser para otros“ relacionadas a la identidad asignada, en la cual han sido educadas y socializadas.

Las cualidades de empresarias y empresarios son eminentemente empresariales, tampoco se trata de negativizar esas cualidades. Es todo lo contrario son cualidades positivas, que se manifiestan de diferente forma en cada sexo, siendo más conocidas en el hombre “ser para ellos mismos“ y tener poder, que no se ve muy clara en las cualidades de las empresarias.

Las diferencias entre la empresarialidad femenina respecto a la masculina, no solo se realiza a través de la racionalidad económica en que operan y se desenvuelven. Va acompañada de factores como las cualidades y actitudes personales¹⁹ que también marcan la diferencia y el resultado son las desigualdades de género en la empresarialidad, dificultades en los negocios de las empresarias para crecer, producir

¹⁹ Para más detalle ver cuadro de anexos, cuadro 1.

en mayores cantidades, calidad y competitividad en los productos. Estas cualidades van estrechamente relacionadas con el éxito en los negocios.

3.1.1.5 Visión Futura para el negocio:

En cuanto a la pregunta ¿tiene algún plan futuro para el negocio? es un factor clave porque se perfila el grado de involucramiento como empresaria y empresario. Si entre los factores claves de la empresarialidad es importante conocer los patrones familiares, con las motivaciones recibidas y las cualidades que tienen, también lo es saber que piensan para el futuro del negocio. En el caso de las empresarias, es comprensible las respuestas sobre el plan futuro para el negocio. Casi todas expresan planes futuros limitados, sin grandes perspectivas y deseos de expandir el negocio. Son planes humildes, no son tan realistas en comparación con los empresarios, en los cuales podrían crecer mucho más. A excepción de la empresaria profesional, expresa un plan futuro más consolidado, refleja seguridad y claridad en su logro profesional, que las otras:

- *“Trabajar en proyecto innovador, tener un centro de capacitación para producir productos no tradicionales en proyectos agrícolas. Tener un terreno para realizar ese plan“. En cuanto a su negocio quiere expandirse a otros lugares “para reproducir el mercado de Farmacia Comunitaria. Necesito realizar algunos cambios en mi empresa, como tenerla dividida en departamentos, describir cada uno de los puestos de acuerdo a las funciones que realizan y hacer una escala salarial para todos y todas“*

Otra empresaria, conciente de su potencial, considera que las condiciones externas han sido adversas para desarrollarse plenamente como empresaria:

- *“Entre sus planes se encuentra poner su local donde pueda enseñar manualidades. Me da tristeza saber que sé muchas cosas. Sueño con un local para hacer arreglos y tener mi propio taller donde dar clases para niñas y jóvenes”.*

Una de las características de las microempresas subsistencia, que de acuerdo a la racionalidad económica en que funcionan, es difícil que tengan grandes planes para el futuro del negocio. Esta situación es notable en las empresas cuya propietaria son

mujeres, especialmente las que han sido motivadas por los esposos, no dan muchas señales de crecimiento, a pesar de tener rasgos empresariales. Sin embargo, hay rasgos de conformidad y satisfacción limitada, están contentas con lo que tienen, sin grandes ideas de salir adelante. Ven el negocio como si estuvieran arreglando la casa:

- *“remodelar el comedor, quiero manteles blancos, pintar el local darle vida al negocio”.*
- *“Me siento tranquila con lo que hago. Mi plan es arreglar la casa”.*
- *“Es tener más clientes, me gustaría tener volantes para entregar y darse a conocer, poner un rótulo móvil en la acera que se lea en ambos costados de la calle. Que se mueva más el negocio, comprar cosas bonitas y que el salón sea unisex, que se vea la presentación”.*
- *“Quisiera ampliar más el negocio, la meta es comprar una máquina grande para lavar edredones y una lavadora más, con eso estoy satisfecha”.*
- *“Tener el negocio en la misma casa porque sería más cómodo y hacer todas las cosas a la vez, abriría más temprano y cerraría más tarde para ganar más”.*

Solamente unas cuantas muestras algunos planes un poco más elaborados:

- *“Como meta me gustaría poner otro negocio, otra tienda”.*
- *“Más bien quisiera ampliar la tienda, poner más productos para vender”*
- *“Salir un 50% de la deuda del terreno para empezar a confeccionar al por mayor”.*
- *“Me gustaría tener mi propia casa, no vivir con la suegra y tener otro negocio. Mi sueño es poner una tienda de 9.99 porque en el municipio no hay un negocio así”*

Mientras que en los empresarios la visión futura es diferente, algunos mostraron tener ideas expansionistas, ambiciosas y de pensamientos grandes. Esta diferencia es atribuible a que han pasado por diferentes trabajos, han luchado contra ellos mismos y lo que la sociedad espera de ellos: ser hombre es símbolo de seguridad, estabilidad y poder:

- *“Para el futuro, pienso en 10 años. Todo empresario que tiene algo se pone metas de 10-20 años. Le digo a la familia construir locales al frente del negocio en un futuro porque el barrio se va a poblar y posiblemente será un Centro Comercial cuando la esposa tenga 50 años, los hijos no la van a cuidar y así queda asegurada su vejez”*
- *“Si algo pudiera cambiar como empresario sería la estructura del negocio, estar más organizado con departamentos y dedicarme a buscar horizontes para la empresa.... Sería un plan futuro, instalarme en un lugar más céntrico y tener un equipo de ventas muy grande”.*
- *“Tengo varios que promuevo, hago carnet, sellos e impresión de publicidad... Planes en serigrafía, comprar mejor maquinaria para elaborar prendas de vestir... Dar empleos a más personas”.*
- *“He recibido cursos pero quisiera más...En la mente tengo muchos planes, pero lo económico no lo permite....Me gustaría trabajar con la familia en los couriers.... O bien, quisiera hacer como mi amigo que tiene una empresa de taxis, recibir las ganancias sin necesidad de trabajar mucho”.*

Con la excepción del empresario que quiere dejar una herencia profesional a hijos/a:

- *“Dejarle sentado una pequeña empresa a los hijos/a para el futuro, que sigan en la sastrería. La hija estudia corte y confección, le ayuda mucho en el trabajo”.*

3.1.1.6 Identidad de ser empresaria y empresario:

En cuanto a la pregunta, ¿qué significa para Usted ser empresaria o empresario dueña o dueño de su propio negocio? Junto a los factores mencionados anteriormente, finalmente reflejan el factor clave que nos ubica en el pensamiento mismo del empresario y empresaria, de como inició y cómo se identifica en el momento.

En el caso de las empresarias, solamente algunas no se autodenominan empresarias porque relacionan el término con empresas grandes y dinero:

- *“No me considero empresaria porque el negocio es pequeño... No como empresaria sino como mujer. Con ganas de seguir adelante”.*
- *“Me siento bien, pero no me considero empresaria porque no tengo mucho dinero”.*
- *“No me considero empresaria sino microempresaria porque mi negocio es pequeño, los empresarios son los que tienen mayores acciones como la cadena de supermercados Paiz. Ser empresaria es tener más grande el local”.*

Solamente un empresario opinó igual:

- *“Me considero empresario pero no como un empresario grande”.*

La respuesta de las otras empresarias y especialmente los empresarios, tienen el concepto claro sobre su identidad, la función que desempeñan y el camino que han escogido en el mundo de los negocios. En este aspecto, los resultados son sumamente positivos, porque significa que cada vez más se posesionan en la nueva identidad, al papel que ambos han elegido, independiente de las condiciones en que lo hicieron. Para ambos, ser empresaria y empresario es reflejo de tranquilidad, en lugar de ser asalariado o asalariada, saben las consecuencias, los riesgos y el esfuerzo doble, sin embargo lo hacen con placer y felicidad. Una empresaria comenta, que a pesar del esfuerzo físico y mental, los resultados siempre serán retribuidos para ella misma:

- *“Trabajo las 24 horas para mí y el producto a largo plazo es para mí”*

Sin embargo, siempre hay diferencias. Las expresiones que más resaltan con algunas de las mujeres empresarias están relacionadas con: tener dinero en el momento; salir adelante, ser dueñas del horario; independencia; tener algo propio; libertad: tener dinero y estar con la familia; sentirse importante; vender cualquier cosa; superación personal.

Con los empresarios sobresalen expresiones como: independencia de manejar recursos; generar trabajo para otros; es orgullo, sentirse importante; irse valorizando, comunicación con otros, precios y mercado; responsabilidad, pensar constantemente en el trabajo, responsabilidad, superar riesgos, ambición; poder, control, delegar, propiedad; oportunidad, desafío, vencer, dueño de su tiempo, desarrollar talento; independencia económica, dinero al momento; sacrificio.

La empresarialidad femenina difiere precisamente en la visión y el espíritu empresarial con la empresarialidad masculina, en cuanto a la asimilación de la identidad aprendida y la apropiación del espacio. En los casos analizados, la identidad femenina en la empresarialidad es el reflejo de la cotidianidad vivida para ellas mismas y la familia, no hay muestras de empoderamiento o sentirse con poder en la nueva identidad. El hecho de tener dinero en el momento, para ellas es una muestra de independencia, propiedad e importancia como mujeres. Aunque sea una libertad condicionada, con esas expresiones dan muestra que a pesar que han logrado ser “parcialmente” ellas mismas, la empresarialidad es una forma de solución a los baches económicos de la familia. A pesar de que están luchando con una nueva identidad, la identidad femenina e identidad de empresarias resulta ser la misma cosa: no está claro donde comienza el pensamiento como empresaria y dónde termina la visión de ama de casa²⁰.

²⁰ Para más detalle ver página de Anexos, Cuadro 2.

Con la pregunta si cambiarían su vida que tienen actualmente, algunas empresarias consideran que no lo harían, les gusta a pesar de las múltiples funciones que realizan. La nueva identidad con la nueva forma de trabajo, las obliga a vivir esta cotidianidad compleja, con la cual se entremezclan, entre combinar y multiplicar las funciones. Como expresa una de ellas:

“mi vida es cansada pero estoy contenta porque estoy con la familia y a la vez en mi propio negocio. Me gusta lo que hago, además toda la familia participa“.

Sin embargo, esta preferencia de tener el negocio dentro del hogar, es la más perjudicial para los negocios. Ese deseo de controlar ambos sectores estratégicos diferentes, es simplemente para cumplir con las responsabilidades con la familia. Hay sentido de culpabilidad saber que están abandonando y descuidando el hogar. Es precisamente en esta preferencia o escogencia de esta forma de trabajo, en la que no saben marcar los límites, afecta el crecimiento de los negocios y como consecuencia ubican a la mayoría de las empresarias en el sector de subsistencia y aumento de la feminización de la pobreza.

3.1.2 Estructura Familiar.

Entre los factores claves que inciden en la empresarialidad, la importancia de incluir como categoría de análisis la estructura familiar, es debido a que el hogar es el punto clave donde muchas mujeres desarrollan una “ocupación“ que no han podido encontrar en otros sectores productivos o es una oportunidad para hacer “algo“. Es un espacio que presta a combinar talento, creatividad junto con responsabilidades del hogar. Dentro de la estructura familiar se analiza la conformación de la familia, la

edad de la empresaria, de los hijos y las hijas y finalmente cómo se siente respecto a las actividades entre el negocio y la familia.

3.2.1 Relación entre empresarialidad: hijas, hijos y edad.

En los casos analizados, la empresarialidad en las mujeres comienza a tener mayor auge a medida que crecen los hijos y las hijas o cuando la empresaria tiene pocos hijos e hijas. Hay mayores oportunidades para organizar y administrar el tiempo que antes invertían en el cuidado de los/as hijos/as, otras/os aprovechan la oportunidad de involucrarlos/as en el trabajo. En la edad adulta las empresarias están más seguras de sí misma, tienen más claro el panorama de su identidad como empresarias.

Es decir, las mujeres que deciden ser empresarias, han podido desarrollar otras cualidades al estar pendientes de diferentes responsabilidades: puntualidad, orden, limpieza, presión, control de tensiones generadas por los esposos y los hijos/as, rapidez, etc. Al entrar a la edad adulta, en un rango de los 40 años en adelante, las posibilidades de ser empresarias con éxito aumenta.

En la mayoría de los casos analizados, las empresarias que pertenecen al estrato de Acumulación Ampliada, las hijas y los hijos son mayores. En los casos en que las empresarias se ubican en el estrato de Acumulación Simple es porque recién están iniciando en el negocio, una de ellas los hijos ya están casados. Mientras que las más jóvenes ubicadas en el mismo estrato, recién inician la etapa reproductiva pero solamente tienen un hijo o una hija. La posibilidad de pertenecer al sector de Acumulación Ampliada está relacionada por la edad de la empresaria y el número de hijos e hijas. Es decir, que en la fase de crecimiento, la empresaria también a aumentado la edad y aumentan otras destrezas que va adquiriendo a través de los años. Una de las cualidades que desarrollan, es que de acuerdo a la socialización de

las mujeres, aprenden a ser responsables de diferentes funciones desde pequeñas y continúa aún en la etapa de casadas: pendientes de la limpieza de la casa, tareas escolares, que nada falte en la cocina, etc. Esa sería una gran ventaja para desarrollar la empresarialidad, siempre y cuando exista una relación equitativa con los esposos que no afecten directamente a la empresaria, al triplicar sus funciones.

Sin embargo, a pesar de que algunas están en la etapa adulta, todavía les hace falta desarrollar mayores destrezas, manejar un hogar no es lo mismo que manejar un negocio. Pero están en capacidad para hacerlo desde el momento en que han tenido la idea y están capacitadas para realizar una nueva labor.

Estrato	Edad	# de hijos/as	Relación con la edad de hijos/as
AA	59	2	Hijo de 35 - Hija 30 años, trabaja en el negocio.
as	50	-	Los hijos no viven con ella.
AA	50	3	Hijas 22-21 - hijo de 19 años.
as	44	1	Hija 12, ayuda en el negocio. Jefa de hogar.
AA	44	3	Hijo de 23 - hija de 15, ayudan en el negocio - hijo de 6 años. Jefa de hogar.
AA	40	3	Hijas de 23 – 22 – 20 años, estudian y ayudan en el negocio.
AA	40	1	Hija de 4 años.
AA	39	4	Hijas de 21-25, trabajan en el negocio- hijos de 15 y 10 años.
AA	38	3	Hijo de 17 - 6 años y uno de 4 meses.
as	22	2	Hijos de 4 y 2 años.
as	22	2	Hijos de 5 - 4 años.

3.2.2 Relación entre empresarialidad: hogar y empresa.

La pregunta sobre ¿cómo se siente entre la Empresa y la Familia? está relacionada con las motivaciones que han tenido para crear su negocio. Especialmente las que han sido motivadas por los esposos y las madres. Al estar involucradas en múltiples actividades, no se ve claramente la diferencia entre ser empresarias y amas de casa, es cuando se pierde la identidad empresarial.

Para las mujeres empresarias realizar diferentes roles desde el hogar, es algo natural, no se da cuenta del doble cansancio físico y mental. Algunas saben que están agotadas y cansadas, pero no tienen otra opción. Es por eso que se dice que existen diferentes formas de asimilación de la identidad: la asignada, aprendida y la identidad internalizada que constituye a la autoidentidad (Lagarde. 2001). En el caso

de la empresarialidad femenina la identidad asignada se cumple con el rol como amas de casa, la identidad aprendida es la que desarrollan en el proceso de tener el negocio como empresarias y la internalizada, cuando quieren hacer algo más y no tienen otra opción que cumplir con el hogar, pero con limitaciones. En los casos analizados aún con empresarias de un alto nivel educativo o sin saber leer y escribir, las mujeres están marcadas como “*seres-para-los-otros*”, basadas en la sexualidad y en el trabajo “*para dar vida, sentido y cuidado a otros*” (Lagarde. 2001:45)

Se supone que cuando una empresaria decide crear su propio negocio adquiere una nueva identidad y teóricamente significa que debería disminuir la identidad asignada debido a que tiene otras tareas que cumplir como: administración del negocio, control y manejo de los recursos, negociación, etc. Pero en el sector de la microempresa y específicamente con el autoempleo, la asimilación de la nueva identidad no es clara. El factor clave no es solamente conocer las razones de la creación del negocio, es indispensable saber si las mujeres empresarias han triplicado las funciones, juegan doble vida, doble trabajo, doble identidad. A pesar de tener un espacio y logrado independencia económica, siguen siendo subordinadas. Con ello continúa el llamado “círculo vicioso” pero en este caso se relaciona con las desigualdades de género, al transmitirles a las hijas que deben cumplir los mismos patrones de ama de casa. Como menciona una empresaria que no cree que la familia es un impedimento: “*solo que hay que sacrificarse más, un esfuerzo físico adicional para cumplir con los deberes de la casa*”. A pesar de que opinan que no existe impedimento entre la familia y la empresa, consideran que la identidad aprendida, como empresarias, es más cómodo si se mezcla con la identidad asignada de género, sobresalen expresiones como:

- *mi vida es cansada pero estoy contenta porque estoy con la familia y a la vez en mi propio negocio,*

- *es mucho más cómodo porque vivo en el lugar, trabajo y veo a la familia,*
- *hago deberes y si algún cliente llega, dejo el oficio y atiendo al cliente, distribuyo bien las actividades entre la casa y la tienda,*
- *recibo ayuda de mi mamá,*
- *hay más unión familiar,*
- *ha sido duro dividir trabajo y familia,*
- *a veces me siento cansada y trato de relajarme, reposo media hora para después continuar.*
- *a veces me siento sin deseos de trabajar.*

Las empresarias creen que deben esforzarse más, al poner en prueba que pueden manejar un negocio, a pesar del cansancio, la doble jornada, quieren demostrar un alto grado de reponsabilidad: satisfacción al estar en el hogar y con ingresos. Han heredado “un poder falso” sobre las responsabilidades y el manejo del hogar.

En cuanto a los empresarios, existen otro tipo de tensiones. Por ejemplo, el joven de 22 años dice “*siente que la cabeza le explota a veces. Se siente estresado y cansado*“. Tuvo que dejar los estudios por el exceso de trabajo, es soltero sin compromisos familiares, no realiza ningún oficio doméstico y dedica el 100% del tiempo a la empresa. En ese momento se presenta la construcción de género, el significado de ser hombres que hace que se construyan identidades diferentes, el ser masculino va quedando representado como: superioridad, poder, trabajo, proveedor del hogar y hombre público.

Para el resto de los empresarios, es claro que la familia no es ningún impedimento para crecer y desarrollar. Esta establecido que social y culturalmente los hombres tienen la obligación de “mantener a la familia“, por eso no encuentran ningún obstáculo ni impedimento. Al contrario, resulta más cómodo al estar concentrado solamente en lo productivo, es más tranquilo que la esposa no salga a trabajar afuera, más fácil mantener el poder y control de la casa, desde la esposa hasta los hijos/as, es como haber heredado “un poder falso, del control del hogar“. Algunos mantienen el concepto que la familia es parte de la inversión laboral, aportan y apoyan en el trabajo. Consideran que trabajar con la familia ayuda a mantener la unión familiar:

- *me siento feliz porque toda la familia está apoyando,*
- *no cambiaría nunca el trabajo que tengo en la empresa por el trabajo de una casa,*
- *la familia no es un obstáculo, hay que darle tiempo,*
- *cuando la familia crece y los hijos crecen, ayudan y aportan al negocio. La familia no es obstáculo sino apoyo para trabajar, cuando son pequeños son una inversión, yo quería tener una compañera de hogar y por eso quería tener mi propio taller y ser independiente.*

El empresario que menciona y afirma que no cambiaría el trabajo de la empresa por el trabajo de una casa, es uno de los más jóvenes que trabaja de mecánico con el papá. Se da cuenta que la mamá no termina de trabajar nunca, el trabajo en casa es rutinario y tiene claro que él nunca haría un oficio doméstico, prefiere desarrollarse como empresario.

Otros empresarios, han establecido límites bien marcados entre las responsabilidades del hogar con la empresa, a pesar de que uno tiene una esposa profesional y el otro no:

- *mi esposa es la que se encarga de los asuntos y problemas familiares.*
- *las actividades entre la familia y la empresa, no me gusta, no es correcto para la familia, la familia es aparte y la empresa es otra.*

En el caso en que los dos trabajan y hay ingresos suficientes, no hay problema porque existe la posibilidad de pagar a alguien que realice las labores domésticas²¹:

- *mi esposa es psicóloga y llega una empleada a ayudarnos.*

El empresario que menciona “*cuando el machismo predomina, trabajar con la esposa no funciona*“, hace referencia a las relaciones laborales que al trabajar en conjunto ambos deben consultar y tomar las decisiones en forma democrática. En estos casos, hay flexibilidad y equidad, es un gran paso para las mujeres, pero el problema está en situaciones de inequidad entre la organización y planificación del tiempo productivo y reproductivo para las empresarias²².

3.2.3 Organización del Tiempo Productivo y Reproductivo.

²¹ En estos casos, es interesante que continuamos construyendo ese patrón al contratar una mujer para que realice el servicio doméstico y con un salario bajo. Cuando la esposa o pareja lo realiza, ese trabajo no es pagado, es natural que lo haga sin salario alguno.

Tiempo Productivo:

El tiempo productivo son actividades remuneradas relacionadas con el trabajo invertido, ya sea en las labores de la empresa como propietarias de negocios o personas asalariadas. El tiempo reproductivo son actividades no remuneradas, tiempo dedicado al cuidado de la familia y el trabajo de ama de casa dentro del hogar “*Biológico: maternidad, crianza de los hijos/as y Social: preparación de alimentos, planchado, lavado de ropa y limpieza*” (Pape. 2002:81). El trabajo doméstico solamente es remunerado cuando las mujeres ofrecen su fuerza de trabajo en otros hogares, dentro del mismo hogar es ofrecido en forma gratuita.

Debido a que ha sido un oficio no pagado dentro del hogar, en el caso de las empresarias al tomar la decisión de tener su propio negocio, inicia la etapa en forma desordenada, sin interés y la mínima idea de la inversión entre el trabajo productivo y trabajo reproductivo. Todavía existe la creencia de que las mujeres tienen obligación del cuidado del hogar como un proceso natural que históricamente ha sido asignado. Actualmente, las presiones económicas, el consumismo, la incorporación de la mujer en el mundo laboral, ha hecho que las mujeres participen poco a poco en el espacio público sin medir y sin negociar con sus homólogos masculinos las responsabilidades del hogar y las posibles consecuencias que trae a la familia y la salud de las mujeres. Las mujeres todavía no han negociado con los hombres cómo ambos se dividirán las tareas familiares, cuando deciden trabajar. En el caso de las mujeres empresarias, al no existir una buena planificación, sobrecargan las responsabilidades sin encontrar un equilibrio²³ entre la empresa y la familia. Con esta situación, las mujeres pierden poco a poco motivaciones y ganas de mantener la empresarialidad con mucho más orden, disciplina y responsabilidad que los hombres empresarios debido, en algunos casos, a

²² Para ver más en detalle las respuestas de empresarias y empresario, ver página de anexos, cuadro 3.

la presión familiar. Podría suceder lo contrario, las mujeres empresarias que se entregan de cuerpo y alma en su rol, tienden a tener problemas familiares porque descuidan a los hijos/as, se les echa la carga de la “desintegración familiar, mujeres materialistas, poco humanas y desnaturalizadas”.

El problema es que todavía la sociedad les exige y refuerza valores a las mujeres, que en siglos pasados eran “obligatorios y naturales” para la sobrevivencia de la familia. Nuevamente la participación de las mujeres arrastra cadenas históricas patriarcales: ser excelente madre, esposa ejemplar y ahora buena trabajadora que genera ingresos y que debe mantener unida a la familia, desde lo privado hasta lo público “*debe ser responsable, vigilante, recatada, dependiente, dócil, laboriosa, fiel y hasta bonita, reforzando los conceptos de bondad y de abnegación que debe mostrar por el bien del hombre y del hogar*” (Valenzuela. 2001:32).

Tiempo Reproductivo:

En los casos analizados el trabajo reproductivo, es un trabajo invisibilizado y desvalorizado, las mujeres todavía lo consideran parte de su rol natural, algunas no lo consideran negociable o pagable, otros prefieren no discutir este tema. Por ejemplo, una empresaria de 50 años, comenta lo difícil que fue organizar el tiempo productivo y reproductivo:

...la hermana tenía que viajar en los pueblos y le pedía que la acompañara, “*me dí cuenta que podía vender ropa y ahí comencé a ganar bien...pero dejó de vender debido a “problemas con mi esposo al descuidar a la familia”....hasta mi esposo murmuraba cuando me iba levantando, no me dejaba tranquila, siempre se enojaba y me quitaba fuerzas...*”

Con el tiempo, algunas empresarias, van adquiriendo experiencia en la vida personal y logran encontrar ese equilibrio, a pesar de que primero deben cumplir con las “obligaciones naturales del cuidado de la familia”, después adquieren experiencia

²³ Es el acuerdo o negociación que debe hacer la empresaria con su pareja respecto al trabajo reproductivo. De esa forma, la empresaria podrá organizar mejor el trabajo productivo.

con el negocio. Generalmente ese paso se realiza cuando no se quiere tener dependencia económica del esposo:

” ... no me gustaba pedirle dinero cuando estaba bravo, antes sentía miedo, ahora no porque tengo mi propio dinero. Ahora no le hago caso, aunque hable y proteste, yo hago lo que quiero...”

Para profundizar sobre la empresarialidad femenina, el análisis de la estructura familiar, es un factor clave porque incide en el crecimiento y fortalecimiento del negocio. La forma en que se organizan y planifican el tiempo reproductivo, desde que se levanta, comienza a trabajar hasta terminar la jornada laboral, dependerá de la calidad en el trabajo productivo y el éxito en el negocio.

Tiempo comunitario:

El tiempo comunitario se refiere a las actividades realizadas fuera de las reproductivas y productivas. Lo que tienen en común la mayoría de los empresarios y empresarias es que no participan en actividades vecinales o de la comunidad. Al no participar en actividades distintas al acostumbrado, hogar y empresa, es más difícil que adquieran nuevos conocimientos y experiencias. Parece ser que es mucho más productivo y valioso para empresarios y empresarias invertir tiempo en la iglesia, más que en alguna charla o capacitación que beneficie el negocio.

Sin embargo, la diferencia se encuentra en cuanto a la participación de las actividades escolares, los empresarios no tienen tiempo para asistir a reuniones escolares siendo la esposa encargada en participar. De las entrevistadas, algunas tienen los hijos o hijas grandes y solamente 3 participan en las charlas escolares.

A pesar de la distribución del tiempo entre las actividades domésticas y productivas, a algunas empresarias todavía les queda tiempo de realizar una actividad extra: solamente una pertenece al comité de barrio y la proponen de alcaldesa, de vez en cuando va al cine. Esta empresaria tiene empleada doméstica, los hijos están

mayores y es la que tiene más edad del grupo de entrevistadas. Otra empresaria hace ejercicio porque el doctor la obligó a realizar una actividad recreativa porque padece de depresiones y esta muy enferma. Una pertenece a una cooperativa de ahorro y otra está en un grupo de amistad.

Estas últimas empresarias son las que refuerzan el concepto del triple rol que se refieren a las actividades que realizan: las reproductivas, cumpliendo el papel de amas de casa; productivas, por ser empresarias; las comunitarias, cuando todavía ejercen una actividad extra diferente a las anteriores.

3.2.4 División del Trabajo: Reproductivo y Productivo.

División del Trabajo Reproductivo:

La división del trabajo reproductivo es la médula vertebral que marca las diferencias entre la empresarialidad femenina y masculina con desigualdades de género. Al comparar el tiempo en que se levantan las empresarias y empresarios, es notable las distintas funciones que realizan antes de comenzar a trabajar: en promedio ambos se levantan temprano, pero las empresarias lo hacen exclusivamente para cumplir con la responsabilidad del hogar, cumpliendo su doble jornada: preparación del desayuno, limpieza de la casa, dejar listo el almuerzo, lavado o planchado de ropa, etc. En ese lapso pequeño de tiempo deben ser rápidas, precisas y bien organizadas. La mayor parte de ellas se involucran en las labores productivas a las 9 am. En comparación con los empresarios, la diferencia es que estos al levantarse temprano lo hacen para incorporarse inmediatamente al trabajo. A excepción de algunos que no viven con los hijos o viven con los padres, en el cual la madre es la encargada de la organización del hogar. Contratar los servicios domésticos es más cómodo, pero la mayor parte de las empresarias no tienen solvencia económica para hacerlo, con mucho dificultad logran tener un salario, eso implicaría desbalancear el presupuesto.

Solamente predomina una actividad en el cual el empresario o el esposo de la empresaria, realiza en conjunto con ellas: acompañarla a realizar las compras y ver la televisión juntos. En otros casos, al estar los hijos y las hijas mayores, apoyan en las labores, pero de preferencia las hijas están encargadas de la mayor carga doméstica. Solamente hay un caso que el empresario dice que realiza todas las actividades en la casa, pero se debe a que la esposa trabaja en servicios domésticos fuera del hogar. En el caso de los esposos de las empresarias las funciones de apoyo son un poco más flexibles, que la del empresario: algunos ayudan con los hijos/as y las acompañan a hacer las compras²⁴.

División del Trabajo Productivo:

Las empresarias comienzan sus labores productivas más tarde que los empresarios, por razones explicadas anteriormente. El tiempo neto de trabajo en comparación con el empresario siempre es desigual. Si se suma el tiempo reproductivo invertido en la casa desde el momento en que se levanta aumentaría desproporcionalmente en comparación con los empresarios. Es precisamente en el tiempo productivo y reproductivo que al profundizar en los factores claves de la empresarialidad femenina, en comparación con la empresarialidad masculina, se contribuye a detectar desigualdades de género al encontrar que hay una gran limitante para que los negocios de las mujeres empresarias crezcan en iguales condiciones que los negocios de los empresarios.

ACTIVIDAD	EMPRESARIAS			EMPRESARIOS		
	Inicia	Termina	Invirtió	Inicia	Termina	Invirtió
Tiempo de iniciar a trabajar	9:00 am	10:00 pm	13 horas	5:30 am	10 pm	16 horas
	9:00 am	7:00 pm	10 horas	8:00 am	5:00 pm	9 horas
	7:00 am	2:00 pm*	7 horas	4:30 am	9:00 pm	17 horas

²⁴ Ver los detalles del trabajo reproductivo y productivo en la página de anexos, cuadro 4.

	10:00 am	5:00 pm	7 horas	8:00 am	4:00 pm	8 horas
	8:00 am	10:00 pm	14 horas	6:00 am	8:00 pm	14 horas
	9:00 am	8:00 pm	11 horas	8:00 am	9:00 pm	13 horas
	8:00 am	8:00 pm	12 horas	8:00 am	7:00 pm	11 horas
	7:30 am	6:00 pm	11 horas	8:00 am	6:00 pm	10 horas
	7:30 am	12:00 pm	16 horas	7:00 am	6:00 pm	11 horas
	8:00 am	5:00 pm	9 horas	**		
	9:00 am	12:00 pm	15 horas			
De lunes a sábado	Total horas invertidas.....125 horas			Total horas109 horas		

*se dedica a entregar la ropa y no lo considera trabajo. **El empresario no quiso responder.

Como se mencionó anteriormente, las mujeres empresarias al trabajar más ponen a prueba sus capacidades empresariales de manejar un negocio, por eso se esmera a trabajar aún los días domingos. Para cualquier trabajador/a asalariado/a es obligatorio tener un día de descanso. La proporción sigue siendo desigual en comparación con los empresarios en el total de horas invertidas en el trabajo:

- 5 trabajan todo el día
- 3 trabajan hasta medio día
- solamente 3 no trabajan los domingos

Mientras que los empresarios:

- 1 trabaja hasta medio día
- 1 trabaja de vez en cuando
- 6 no trabajan los domingos

Esta situación podría estar justificada para los empresarios con la actividad realizada los días domingos, en el cual invierten más tiempo en la iglesia para cumplir con la obligación familiar y hacer participar la esposa. Mientras que las empresarias optan por seguir trabajando los domingos:

TIEMPO INVERTIDO EN LA IGLESIA	
EMPRESARIAS	EMPRESARIO
<ul style="list-style-type: none"> • 2 asisten 3 días a la semana e invierten 2 horas. • 3 asisten 1 día a la semana e invierten 1 hora. • 1 asiste 2 veces a la semana e invierte 6 horas. • 1 asiste 1 vez a la semana e invierte 3 horas. • 1 asiste 2 veces a la semana e invierte 1:30. • solamente 3 no asisten a la iglesia 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 asisten 3 días a la semana invierten de 1: 30 a 2 horas • 1 asiste 2 días en invierte 2 horas. • 1 invierte 5 días a la semana e invierte 1 hora • 2 asisten 1 día a la semana e invierten 2 horas • 1 asiste 1 día a la semana e invierte 3 horas • Solamente 2 no asisten a la iglesia.

En cuanto a la distribución de las actividades, generalmente las empresarias y los empresarios no tienen tiempo fijo para almorzar, mucho menos de hacer una pequeña siesta a pesar de que las jornadas de trabajo son más de las 8 horas exigidas en un trabajador/a asalariado/a. Cuando se trabaja un domingo, el/la asalariado/a recibe pago doble por ser día de descanso obligatorio. En el caso de los empresarios y empresarias, no tienen esa ventaja, es una autoexplotación. Mucho menos tienen tiempo para participar en charlas o actividades relacionada con el negocio.

ACTIVIDAD	EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
Tiempo para el almuerzo	<ul style="list-style-type: none"> • 4 no tienen hora fija • 3 almuerzan a las 12:30 pm • 2 almuerzan a la 1 pm • 2 en cualquier momento del medio día 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 no tienen hora fija • 2 almuerzan entre las 12 a la 1 pm • 2 almuerzan entre hasta la 1 hasta las 2 pm
Tiempo para la siesta	<ul style="list-style-type: none"> • 2 hacen siesta de 30 min. 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 hace siesta de 30 minutos
Tiempo invertido en charlas	<ul style="list-style-type: none"> • 1 asiste a charlas 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 asiste a charlas de capacitación cada 3 meses

3.2.5 Relación con los gastos familiares.

En los gastos familiares es el único momento en donde parece ser tomada en cuenta la empresaria. Solamente en los gastos familiares hay muestra equidad de género entre empresarias y empresarios, los gastos son compartidos en igual proporción con el esposo. Se presentaron 6 casos en los cuales las empresarias asumen la mitad de los gastos con el esposo y el esposo hace un pago adicional ya sea: comida, educación, salud, alquiler de casa, alquiler del negocio. En otros casos los hijos/as comparten los gastos con los padres. Solamente un caso en el cual el esposo asume todos los gastos para que la esposa pueda reinvertir las ganancias en la tienda de abarrotes. Con los empresarios, solo en 2 casos la esposa es empresaria o trabaja, comparten los gastos. En otros casos, al estar grandes los hijos y las hijas,

ayudan en los gastos o de lo contrario el empresario se encarga de los gastos de la casa, al ser la esposa ama de casa²⁵.

3.2.6 Relación con el salario.

En relación al salario, lo curioso es que ninguno de los empresarios y empresarias se calculan un salario fijo por el trabajo realizado, a pesar de que comparten algunos gastos con sus parejas. Las condiciones económicas en que viven no les permite tener un salario adicional para ahorrar ni permitirse ningún lujo. Como mencionó una empresaria: *“nunca se ha propuesto, todo lo reinvierte, cuando necesita se compra cosas, no necesita lujos”*. En este caso relaciona el salario propio como un “lujo”, una comodidad, algo que no merece tener. Pero al fin y al cabo, pagar alquiler, gastos de alimentación, educación, etc. es básicamente lo que cualquier asalariado hace cuando recibe mensualmente el salario. Al vender los productos diariamente, cometen el error de utilizar inmediatamente lo que ganaron para realizar algunos gastos. A ambos todavía les hace falta más organización en cuanto al manejo y administración del dinero. Solamente 2 empresarias dicen que tienen salario: *“lo que gana los domingos se lo deja para ella”* y otra le da a la familia y de vez en cuando para ella.²⁶

3.3 Relación con el Entorno.

3.3.1 Acceso a los recursos.

Con la categoría del acceso y control de los recursos son factores claves que ayudan a visualizar las desigualdades de género: el acceso, qué problemas y ventajas tienen respecto al crédito, capacitaciones y asesorías, en relación con los empresarios. El control se refiere al grado de autoridad para decidir todo lo relacionado con el negocio, la inversión y las ganancias.

²⁵ Para más detalle en el control de los gastos familiares, ver página de Anexos, Cuadro 5.

²⁶ Para más detalle respecto a los salarios, ver página de Anexos, Cuadro 8.

Sin embargo, un dato que llama la atención es la mayor parte de los empresarios y empresarias comentaron haber padecido de un robo en sus negocios: de 11 empresarias entrevistadas, la mitad sufrieron de un robo. Mientras que de 10 empresarios, solamente 3 han sido robados. Ninguna y ninguno se han dejado guiar por la depresión o desesperación. Todo lo contrario, han comentado que es cuando más se esfuerzan por trabajar duro. Pero, el mayor problema para los empresarios ha sido que 4 de ellos han estado envueltos en el licor, comentan que ha sido el peor obstáculo presentado en su vida empresarial. Son los que más se han acercado a la iglesia y recibido mucho apoyo. En cuanto a los problemas en relación al entorno familiar y amistades, 3 empresarios y empresarias mencionan envidia de la gente al ganar bien y tener un negocio próspero.

Ninguna de las empresarias comentó haber tenido algún obstáculo por ser mujer. Solamente una empresaria mencionó un tema muy importante que relacionado con la venta de la imagen de la mujer como símbolo sexual: el físico, edad y estatus civil. En este caso, le da un gran valor a ser empresaria y dueña de su propio negocio, porque si busca empleo nadie la quiere por la edad y apariencia física:

“...solo quieren a mujeres jóvenes entre 18-25. Es mejor tener su propio negocio, porque nadie le da trabajo a personas adultas. Tengo una hermana de 35 años que no le dan trabajo por la edad. Los dueños de las empresas no le dan oportunidad, quieren gente joven y sin hijos. También la apariencia es importante, yo soy gorda y no me aceptan. Prefiero ser empresaria porque soy independiente”.

Así mismo, un empresario se sintió discriminado por la edad, en este caso por ser muy joven:

“...cuando ando mal presentado se me cierran las puertas porque ando vestido de mecánico. El hecho de trabajar y estudiar hay rechazo... siento que se me cierran las puertas porque además se está superando...También he sentido rechazo por ser joven... con empleados que no tienen educación...en una ocasión hablando con un señor mayor, el solo hecho de que no era graduado y tenía un título, el señor sintió desconfianza y perdió una oportunidad”

En cuanto al ahorro, también es notable la iniciativa de ahorro que demuestran los empresarios antes de tomar la decisión de crear el negocio, 7 de los 10 comenzaron el negocio con ahorros personales. Mientras que en el caso de las mujeres, solamente 5 dicen haber comenzado con ahorros personales. Las empresarias que ahorran son las que han tenido un trabajo asalariado holgado o traen la costumbre desde pequeña, siguiendo el mismo patrón familiar. Esta situación podría estar relacionada con el proceso de socialización al educar a las mujeres con el concepto de “ser para otros“, con la idea de algunas, que al casarse alguien las va a mantener. Mientras que el hombre se perfila en un solo objetivo, basada en el dinero y el ahorro, a través del trabajo y los estudios. Es muy difícil en nuestra cultura preparar a las hijas a que ahorren para cuando formen sus familias, solamente saben que deben ocuparse de la familia para tener éxito en el matrimonio.

En cuanto al acceso y control de los recursos, existe mucho apoyo de parte de las instituciones que trabajan con las microempresas en facilitar los recursos a empresarias y empresarios. Ninguna empresaria mencionó alguna actitud discriminatoria por ser mujer o indígena o rechazo en el crédito de parte de las instituciones.

En relación con las capacitaciones, el problema se presenta en la forma de impartir los cursos, ambos y ambas han mostrado dificultad en acordarse de los temas y ni siquiera saben que significan las asesorías, a excepción de unos cuantos. Solamente una empresaria mencionó con mucha fluidez y seguridad que las capacitaciones sí le han servido en: guía del negocio, conocer proveedores, tener otras proyecciones (recibió un curso en Israel sobre Mujer en la Agricultura). Los temas recibidos son: atención al cliente, manejo de los productos, mercadeo, administración de recursos. Le gustaría recibir sobre: organización y administración de la empresa,

manejo de créditos. Una mencionó que no sabe que es una capacitación o taller, no ha asistido a ninguna. Mientras que otra demuestra mucha inseguridad en sus respuestas. Afirma que las capacitaciones le han servido, pero no se acuerda para nada de los temas recibidos y tampoco sabe que tipo de capacitación le gustaría recibir.

Algunas empresarias mencionaron los problemas que tienen en cuanto a las capacitaciones:

- “No participo porque las hacen por las tardes y estoy ocupada”.
- Tiene impedimentos con el esposo “porque no hay nadie que le de comer y él no me dejaría”. Además, tendría impedimento si se va por 3 días porque el bebe está muy pequeño.²⁷

Generalmente cuando las empresarias han sido motivadas por el esposo para tener su propio negocio, es cuando carecen de poder de decisión, tienden a consultar con él antes de dar un primer paso, creando relaciones de dependencia y protección. Con esto demuestran falta de seguridad en ellas mismas en el cual la iniciativa empresarial es casi nula. Caso diferente sucede con las empresarias que tienen patrones familiares heredados en el negocio, sienten más libertad de tomar decisiones y muestran carácter más fuerte²⁸.

3.3.2 Control de los Recursos:

La comparación entre empresarias y empresarios en relación al control de los recursos, no muestra desigualdades de género. Sí se perciben que ambos presentan muchas debilidades respecto al acceso de los recursos: capacitaciones, asesorías técnicas y créditos²⁹. En relación con las otras categorías de análisis, al profundizar en los factores claves de la empresarialidad femenina, en comparación con la empresarialidad masculina, se ha detectado desigualdades de género en el análisis de la estructura familiar que impiden que los negocios de las mujeres empresarias no crezcan en iguales condiciones que los negocios de los empresarios. La desigualdad

²⁷ Para más detalle ver página de anexo, Cuadro 6.

²⁸ Para más detalle sobre la descripción del control de los recursos, ver página de anexos, Cuadro 7.

de género se origina por el doble rol que ejecutan las mujeres empresarias, ser amas de casa y dueñas del negocio, pierden la identidad como empresaria, al invertir más tiempo en las labores domésticas.

3.4 Empresarialidad Femenina y Éxito.

En algunas ocasiones el éxito³⁰ es relacionado con los logros personales. Para alcanzar la empresarialidad plena o el éxito³¹ esperado, en el caso de la empresarialidad femenina la situación es bastante compleja. El problema radica en que algunas mujeres no han sido socializadas para alcanzarlo sino para compartirlo, como menciona la autora Clara Coria “*mientras las mujeres le temen al éxito, los hombres le temen a la falta de éxito*” (Coria.1993:31). Afirma que el éxito responde a una división sexual, en el cual está separado el éxito para los hombres y las mujeres gozarán del éxito de los hombres, “*el éxito no debería tener género porque no nació sexuado. La sexuación no es un producto exclusivamente social cuyo objetivo es perpetuar la división sexual que margina a las mujeres de los espacios de poder*” (idem:34).

El temor al éxito va relacionado con libertad, para llegar a obtenerlo se debe gozar de libertad plena. La autora hace una crítica sobre el éxito en los hombres, opina que viven bajo esa falsa imagen patriarcal, ser hombre es sinónimo de éxito, poder, dominio, autoridad y prestigio que cargan con el estigma de impotentes “*eso les impide a muchos de ellos darse cuenta de que no es cierto que la falta de éxito sea sinónimo de fracaso, que tampoco es cierto que signifique impotencia y que por encima de todo, el éxito no hace a la masculinidad*” (idem:31).

²⁹ Es irónico pensar que es estos servicios donde más están recibiendo apoyo de instituciones privada y no privadas.

³⁰ La palabra éxito tiene origen latin, exitus, que significa resultado y exire que significa salida (Coria.1993:40).

³¹ La definición de éxito será “*el logro de las metas propuestas por una persona que se configura en protagonista y cuyos beneficios, prestigio, autoridad, dinero y/o poder, recaen sobre dicho protagonista. El éxito circula en el ámbito público y el reconocimiento social*” (Idem.55).

En el caso de algunos empresarios sobresalen expresiones de éxito: relacionado con la compra de un terreno, casa; satisfacción de manejar dinero; progreso en lo económico; solvencia económica; estar bien económicamente; base económica. Otras expresiones de empresarios coinciden con las empresarias como: lograr los objetivos y metas; superar los sacrificios; éxito a través de la clientela; lucha entre lo espiritual, moral y material (económico); útil para la sociedad; superar dificultades, vencer obstáculos; relacionarse con las personas. Solamente un empresario relaciona éxito con satisfacción personal y otro considera que éxito es estar bien con la familia, esposa e iglesia. Así lo expresa un empresario:

- *“El éxito es como construir un edificio. Construir la base para poder tener lo económico y estar emocionalmente bien para superar las dificultades”.*
- *“Es cuando la empresa está solvente económicamente, me hace falta estar solvente económicamente...Tener éxito es estar bien económicamente... tranquilo, desestresado...No me siento muy exitoso porque me falta más solvencia económica... El éxito es recibir dinero y a la vez la libertad para gastarlo pero no se puede... También me falta en segundo lugar el estado de ánimo, me hacen falta ciertas cosas para sentirme satisfecho conmigo mismo”.*
- *“Significa ver el progreso de la empresa en lo económico... me considero un empresario exitoso parcialmente....Cada día es un éxito, en especial que el cliente se vaya satisfecho, pero no es éxito totalmente porque hay casos que me falta hacer por ejemplo: tener más operarios y generar más trabajo”.*

Con la pregunta si se consideraban empresarios exitosos, algunos contestaron que no se consideran completamente exitosos porque algo les hace falta:

- *“No me considero exitoso porque no he logrado comprar, no tengo trabajadores y suficiente capital”.*
- *Me considero exitoso porque de lo que era a lo que soy ahora es éxito... si tuviera una mejor maquinaria sería más exitoso”.*

En el caso de la pobreza, es muy normal relacionar el éxito sea medido a través de los bienes materiales, como menciona este empresario:

- *“Siempre he sido pobre... el éxito es que lograra comprar terreno, casita para heredar a sus hijos”.*

Para obtener el éxito deseado, la autora Clara Coria (1993) considera que existen 3 condiciones que se deben cumplir para acercarse al significado de éxito: es

un logro personal, relacionado con el proceso que toda persona realiza hasta llegar a los resultados. El segundo, para cumplir el objetivo anterior, es necesario ser protagonista del proceso, afrontar obstáculos, superar los riesgos, fortalecer la confianza. Es traspasar la barrera de lo privado a lo público, relacionado de la puerta para afuera, que circule en el exterior. Al convertirse en público, se vea y sienta a través de otros, cuando está “expuesto a la mirada pública”. Finalmente, que haya una simetría entre el logro personal, reconocido públicamente con el reconocimiento social.

Algunas empresarias han dado muestra de logro personal, orgullo de lo que hacen y reconocimiento de parte de la clientela:

- *“Es una satisfacción...Nunca pensé que iba a lograr lo que tengo ahora. Primero tenía miedo por el cambio que era muy brusco....El éxito es la satisfacción de lograr algo....me siento satisfecha de ser empresaria....Me considero exitosa porque he crecido...la clientela demuestra que tengo éxito y es un logro. Sin la clientela no me sentiría exitosa“.*
- *“Es llegar al punto de satisfacción de lo que se hace....Me considero una empresaria exitosa porque doy a la gente lo que necesita y me siento satisfecha“.*
- *“El éxito es cuando hay ganancias y lograr lo que uno se propone...Me considero una mujer exitosa porque la gente queda satisfecha por la atención que les doy, es ahí donde se ve el éxito a través de los demás... Cuando no vendo me pongo triste y trato la manera de mejorar“.*

En los otros casos analizados respecto al significado de éxito, las respuestas muestran que al tener las empresarias una visión limitada del negocio, el éxito lo interpretan de acuerdo a su condición femenina de ver las cosas. Entre las empresarias sobresalen expresiones que no son exclusivamente femeninas, pero que aparecen con más frecuencia que los hombres: éxito es una forma de salir adelante, superación, crecimiento, satisfacción personal, lograr los objetivos y metas, éxito a través de la clientela, superar los problemas riesgos y miedos, esfuerzo, lucha. Solamente una

empresaria menciona que éxito es triunfos y más dinero, otra lo relaciona con las ganancias y manejar el propio dinero³².

Mientras que las empresarias que contestaron negativamente con la pregunta si se consideraban exitosas, una relaciona el éxito con lo económico mientras que la otra empresaria muestra inseguridad en lo personal, en el proceso que realiza y no siente reconocimiento social:

- “No me considero una empresaria exitosa porque todavía me hace falta poner ofertas para los clientes...necesito poner más cosas en el negocio...No me siento segura de las cosas que hago, nada me impide hacerlas pero prefiero consultar con mi esposo”.
- “A veces soy exitosa, porque voy saliendo adelante, pero a veces no porque no tengo mucho dinero para invertir y vender más”.

Carr-Rufino hace una relación entre el éxito con la adopción de un paradigma particular que llegue a resolver problemas anteriores “*un paradigma es un modelo mental de cómo opera algo...es también un conjunto de creencias, principios, estándares, rutinas, suposiciones, convenciones, patrones, hábitos, tradiciones, costumbres, prejuicios o rituales*” (Carr-Rufino.2001:12).

En este caso, el nuevo paradigma de trabajo debe reconocer la empresarialidad femenina como una condición económica, con el reconocimiento de la equidad de género, que no existan sesgos de género en el sector empresarial y construir equitativamente una identidad femenina y masculina. En general, implica la búsqueda de una redistribución de tareas, roles y responsabilidades entre hombres y mujeres frente a los procesos de desarrollo con el fin de buscar igualdad de género.

Desde esta perspectiva, explotar más la empresarialidad femenina con equidad de género, para muchas mujeres empresarias podría constituir una alternativa viable para el sustento económico. El camino que se están trazando las mujeres al entrar al siglo XXI, es dejar atrás viejos paradigmas con desigualdades de género y entrar a un nuevo paradigma de trabajo basado en la equidad de género y desarrollo.

³² Para más detalle sobre la relación con el éxito, ver página de anexos, Cuadro 9.

La empresarialidad femenina nos lleva a la reflexión, las mujeres se ubican en el centro del análisis. La interrogante también queda abierta para relacionar si la empresarialidad femenina es una relación económica tal como se ha venido teorizando o es una cuestión social que las mujeres empresarias realizan al ser socializadas como “seres para otros”.

Se confunde la mujer trabajadora como una mercancía. Al ofrecer las mujeres sus servicios laborales o domésticos, es un servicio que debe ser pagado con todos los beneficios, al suponer que el trabajo es prestado por un período de tiempo, después se paga por haber cumplido, pero las mujeres no negocian su condición humana legal de trabajadoras. Ofertan barato el trabajo en el mercado laboral, no cobran el trabajo doméstico y tampoco se saben ofertar cuando combinan la empresarialidad con el hogar. La fuerza de trabajo invertida no tiene valor, es un trabajo desvalorizado.

Pareciera que la empresarialidad femenina es una cuestión social humanitaria al mezclar la bondad de sus sentimientos, por ser socializadas para “dar más que recibir”, en lugar de ser una cuestión económica. Las mujeres siguen siendo víctimas del desarrollo, del dominio patriarcal y del mercado, son un medio en la economía para lograr fines estratégicos: para mantenerla ocupada, generar ingresos, pagar deudas, ayudar en la educación, salud (como mostraron los resultados de los casos analizados), Con esto no significa que se la excluya de este tipo de participación, pero lo que se pretende es que estas actividades estén complementadas en igualdad de condiciones con el hombre. El sector empresarial se caracteriza por sesgo de género, ha sido un espacio meramente patriarcal. Al incorporarse las mujeres empresarias lo hacen de forma desigual que se entremezcla con el llamado sector informal, en empresas pequeñas, en sectores minoristas y de servicios. Las desigualdades de género se ven reflejadas en la inequidad del trabajo reproductivo y productivo, en

cuanto al acceso y control de los recursos económicos, sociales y políticos. Se asocia a las mujeres con la pobreza, sin tener en cuenta que parte de las causas es la subutilización de la fuerza de trabajo y la división sexual del trabajo.

Se debe abogar por un cambio mental y comportamental, en la cual el nuevo paradigma del trabajo mencione que la empresarialidad debe hacerse con equidad de género: una persona emprendedora es libre, creadora de riqueza, busca el éxito, obtiene logros, es perseverante, busca el beneficio para sí misma, después la familia, operarios/operarias y sociedad.

CONCLUSIONES

Entre los resultados del presente trabajo cualitativo se extraen una serie de conclusiones específicas de acuerdo al análisis de las entrevistas realizadas, que no son generalizables al sector de la Microempresa.

Entre estas se encuentran las diferencias de cada género. Estas diferencias se visualizan con mayor claridad en los patrones culturales, desde el momento en que las empresarias deciden crear el negocio hasta el momento en que se desarrollan en el ámbito empresarial. Entre los factores claves de la empresarialidad, tienen una fuerte influencia los patrones familiares, el contexto familiar en que han venido creciendo y las motivaciones para ejercer la carrera emprendedora. Estos factores presentan debilidades que afectan la capacidad productiva y competitiva que limitan las potencialidades de las mujeres empresarias, las que más han resaltado son:

- El doble y triple rol que ejecutan las empresarias en comparación con los empresarios: la forma que tradicionalmente está estructurada la familia hace que las mujeres empresarias se dediquen más tiempo al cuidado de la familia que del negocio. Eso provoca una disminución de la identidad como empresaria, desvalorización del trabajo productivo realizado y la empresarialidad no es tomada como un oficio, profesión, sino como una extensión de las obligaciones familiares.
- División del trabajo productivo y reproductivo: a pesar que algunas mujeres empresarias están dedicando mucho tiempo al trabajo productivo, la inversión del trabajo reproductivo les quita tiempo. Caso contrario sucede con los empresarios, que en su mayoría tienen una esposa que les ayuda en las labores domésticas.

- Como consecuencia de las dos anteriores, los resultados son las desigualdades de género: estos factores inciden en el desarrollo de la empresarialidad de las mujeres empresarias en comparación con los empresarios, afectan el crecimiento y éxito en el negocio.

En cuanto a la estructura de la familia de las mujeres empresarias, en comparación con los empresarios, las mujeres empresarias articulan su cotidianidad en base al hogar y la empresa, reproducen la fuerza de trabajo, criando y cuidando el hogar, con elasticidad, flexibilidad y acción reducida. No es reconocida la identidad asumida en ese momento pero es valorizada la identidad que ha sido asignada por años. Desarrollan más las obligaciones familiares que las empresariales, trabajando dentro del hogar y siendo proveedoras al mismo tiempo. El espacio de acción es limitado y desvalorizado. Se siguen arrastrando las mismas cadenas históricas de cumplir el papel como amas de casas, mantienen mitos, estereotipos que bloquean su creatividad y potencial como futuras empresarias con éxito. Han sido educadas y socializadas con esa mentalidad porque al sistema patriarcal, en lo económico, político, social, cultural y religioso, le interesa mantener esa creencia.

Antes de emprender cualquier labor productiva deben dejar limpia la casa, listo el almuerzo, las compras hechas y la cena lista, la situación económica no les permite tener ayuda adicional (pagando servicios domésticos), por ser un gasto extra y una boca más para alimentar. Por esa razón, las empresarias entrevistadas que tienen una Tienda se sienten orgullosas, independientes y realizadas, al vender todo tipo de artículos para el consumo diario de una casa, cuidan el hogar y tienen independencia económica. La duplicación de funciones no es un obstáculo, esto todo lo contrario, es un orgullo porque se siente capaz de realizar variadas funciones y además que tienen la capacidad de organizar el tiempo en ambos proyectos.

Muchas de ellas optan por el trabajar en el sector de servicios, manufactura y comercio, al resultar más cómodo distribuir las tareas domésticas con las productivas. Las barreras de ingresos en las actividades de comercio y servicios son menores en comparación a las de producción, además es una forma fácil de reproducir el trabajo realizado como amas de casa: tener un comedor, soda, costura, tejidos, comida rápida, salón de belleza, lavanderías, hoteles, etc.

La mujer empresaria que tiene su propio negocio dentro del hogar, la situación se complica aún más, no se da cuenta que pierde la intimidad familiar, no tiene momentos de relajamiento, horas de almuerzo compartido con trabajadoras y trabajadores, pierde interrelacionarse con los demás. Situación que afecta negativamente el negocio porque el espacio y su movilidad está limitada.

En lo que se refiere a la organización del tiempo y trabajo productivo, reproductivo y comunitario, en el caso específico de las mujeres empresarias, estos límites son aún más evidentes, cuando involucran dentro de sus hogares el trabajo empresarial, entrecruzan las labores domésticas con la función de empresarias. El uso del tiempo entre la familia, la empresa se reduce y las mujeres empresarias se ven obligadas a duplicar sus actividades y otras a triplicarlas cuando se involucran en actividades comunales o políticas, a tal punto que en algunas ocasiones descuidan la salud y se les reduce el tiempo para dedicarse a otras actividades que lleguen a beneficiarlas.

Al no valorar el tiempo invertido, tanto en lo doméstico como en lo público, las mujeres empresarias se ven privadas de la oportunidad de desarrollar sus capacidades como empresarias, al invertir tiempo en solucionar problemas familiares. Además algunas interrumpen sus labores cuando deben asistir a reuniones escolares, período postparto, en algunas ocasiones cuidado de los padres, abuelas, abuelos o

enfermedad de algún familiar. Mientras que los hombres empresarios, al no estar dedicados plenamente a la familia, acostumbrados a que las mujeres son las encargadas directas del hogar, tienen mayores posibilidades de invertir el tiempo en el crecimiento del negocio.

Como afectan las desigualdades de género en la empresarialidad? Desde el momento en que las mujeres empresarias deciden tener un negocio en el anexo de la casa o trabajar dentro de la casa. Por eso es que la empresarialidad femenina es diferente a la empresarialidad masculina, por el doble rol que ejecutan las mujeres empresarias: ser amas de casas y dueñas del negocio. Con ello se dificultan los factores claves de la empresarialidad y la identidad como empresaria, es decir, no se ve claramente la división entre el negocio y el hogar. Al profundizar en los factores claves de la empresarialidad femenina, en comparación con la empresarialidad masculina, se contribuye a detectar desigualdades de género que impiden que los negocios de las mujeres empresarias crezcan en iguales condiciones que los negocios de los hombres empresarios.

La situación de las mujeres empresarias sigue igual, a pesar de que se han incorporado al mercado laboral, en lo doméstico son oprimidas y en lo laboral son explotadas, las mujeres continúan siendo responsables de las obligaciones familiares aún trabajando en el hogar. En la relación sexo-género, las mujeres se convierten con la empresarialidad femenina en un medio de producción para sus esposos, sumisas y con ingresos. Como ha resultado en algunos casos, en el cual la empresaria solamente ha sido facilitadora de los créditos, siendo el esposo el que hace uso del manejo del dinero, del negocio sin informarle a la esposa en donde está destinado el préstamo.

La complejidad detectada en los factores claves de la empresarialidad entre la masculina y femenina, hace que las empresarias estén insertadas de forma desigual,

no se proyectan claramente como emprendedoras, creando la división sexual del trabajo y límites de competencia con empresas más desarrolladas que podrían generar mayores ingresos a su favor.

Ahora la pregunta surge con una nueva duda: si existen mujeres empresarias que han logrado desarrollar su empresarialidad con mucho más éxito en la pequeña o mediana empresa, qué tanto han sacrificado? La familia? La salud? La profesión? Es otro dilema de género.

III. BIBLIOGRAFIA

1. Arroyo, Jorge y Nebelung, Michael. 2002. *La Microempresa y Pequeña Empresa en América Central: Mitos, realidad y retos*. PROMICRO/OIT y GTZ/PROMOCAP.
2. Berger, Marguerite y Bunivic, Mayra. 1988. *La mujer en el sector informal. Trabajo femenino y Microempresa en América Latina*. Editorial Nueva Sociedad. Venezuela.
3. BID. 2001. *Actividad Empresarial de la mujer en América Latina: una exploración del conocimiento actual*. Weeks, Julie y Seiler, Danielle. Washington D. C.
4. CEFE. *Características Emprendedoras Personales*. Manual de Facilitación. Metodología CEFE. Competencias como base de la economía a través de la Formación Empresarial. Promocap/GTZ. S/F
5. Carr-Rufino, Norma. 2001. *Mujer de Empresa. Estrategias para triunfar en el mundo de los negocios*. Editorial Pearson Educación. México.
6. Coria, Clara. 1993. *Los laberintos del éxito. Ilusiones, pasiones y fantasmas femeninos*. Editorial Paidós. Madrid, España.
7. Da Silva Blass, Leila. "Género y trabajo: trayectorias de una problemática". En: Sociología del trabajo. No. 25. Revista Trimestral de empleo, trabajo y sociedad. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Editorial Siglo XXI. Madrid, España.
8. Del Teso Diaz, Luis. 1994-2000. *Entrepreneur, Entrepreneurship, Entrepreneurial. Factores claves para la creación de empresas*. Vol. I. Madrid, 2000. Tesis Doctoral presentada en la Universidad Pontificia de Salamanca, España.
9. Duchenaut, B. 1997. *Women Entrepreneurship: Context and Specific Features*. En: Women Entrepreneurs in SME. Intercambio.
10. Frohman, Alicia. 2001. *Las dos caras de Jano. Globalización, libre comercio y género: Riesgos y oportunidades*. CEPAL, UNIFEM y GTZ: Reunión de Expertos sobre globalización, cambio tecnológico y equidad de género. 5 y 6 de noviembre del 2001. Sao Paulo, Brasil.
11. Gomáriz, Enrique. 1994. "La planificación con Perspectiva de Género". Colección Metodologías No.1. CMF. San José, Costa Rica.
12. Intercambio. 1996. "Gender Differences in Entrepreneurship". En: Studies on Women Entrepreneurship, Cap. VI., OIT/SIDA.
13. Katchadourian, Herant. 1983. *La Sexualidad Humana. Un estudio comparativo dde su evolución*. Fondo de Cultura Económica. México.
14. Kantis, Hugo y Masahiko, Ishida. 2002. *Empresarialidad en Economías Emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. BID. Washington, D.C.
15. Lagarde y de los Ríos, Marcela. 2001. "Claves Feministas para la autoestima de las mujeres". En: Cuadernos Inacabados No. 39. Instituto de la Mujer. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

16. Lagarde y de los Ríos, Marcela. 1997. *Género y Feminismo. Desarrollo Humano y Democracia*. Ediciones Horas y Horas. Madrid, España.
17. Lagorreta, Deborah. 2001. *Las tres es de la mujer exitosa. Eficacia, ética y equilibrio de vida para el nuevo siglo*. Editorial Paidós. México.
18. Lewontin R., Rose S. y León K. 1987. "No está en los genes". Racismo, genética e ideología. Identidad Crítica. El determinismo del patriarcado. Barcelona, España.
19. MINUGUA. 2001. *Informe de Verificación: Los desafíos para la participación de las mujeres guatemaltecas*. Misión de Verificación de las Naciones Unidas en Guatemala.
20. Nicolson, Paula. 1997. *Poder, género y organizaciones, se valora a la mujer en la empresa?*. Madrid, España.
21. Pape Yalibat, Quiroa Elizabeth y Vásquez Sofía. 2001. *Contribuciones ocultas de las mujeres a la economía*. FLACSO: Colección Estudios de Género No. 2. Guatemala.
22. Pinillos Costa, María José. S/F. <http://empresa.unizar.es/acede2001/inicio.html>. *Los directivos y la creación de empresas: un análisis exploratorio*. Universidad Rey Juan Carlos. Madrid, España. Información obtenida en:
23. Rangel, Alice. 1995. "Globalización, Género y Trabajo". En: Ediciones de las Mujeres. No.22, Noviembre. Editoras: Regina Rodríguez y Rosalba Todaro. Isis Internacional.
24. Rapp Reitec, Rayna. 1977. "En busca de los orígenes: desenredando los hilos de la jerarquía genérica". En: Género y Perspectiva: La dominación universal a la representación múltiple. Carmen Ramos Escandón, compiladora. Universidad Autónoma Metropolitana, México.
25. Reals Elling, Janice y Morin, William. 2002. *Lo que sabe toda mujer que triunfa. 12 estrategias decisivas para acelerar su carrera y acceder a posiciones de poder*.
26. Resumen preparado por Intercambio del texto Women Entrepreneurs: Context and Specific Features. En: Women Entrepreneurs in SMEs (1997). DUCHÉNEAUT, B.
27. Salganicoff, Matilde. 1995. "Mujeres en Familias Empresarias". En: Ediciones de las Mujeres. No.22. Editoras: Rodríguez, Regina y Todaro, Rosalba. Noviembre. Editorial Isis Internacional.
28. Tapia, José Luis. www.ileperu.org "Quién es Israel M. Kirzner".
29. Termes, Rafael. www.iese.es y www.ileperu.org/contenido/articulos/formacionempresarial_rtermes.htm La formación empresarial como factor del desarrollo económico.
30. Trejos, Juan Diego. 2000. *La Microempresa en Guatemala: importancia y característica a finales de los noventa*. Promicro/OIT.
31. Valenzuela Sotomayor, María del Rosario. 2001. *Mujer y Género en Guatemala. Magia y Realidad*. Editorial Artemis Edinter.
32. Veciana. J.M. 1999. *Creación de empresas como programa de investigación científica*. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa. Vol. 8. No.3.

IV. ANEXOS

CUADRO 1.

RESUMEN DE LAS CUALIDADES QUE SOBRESALEN	
EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
Aprendió a cocinar, mientras hacía tortilla, ahora se considera una experta.	El tuvo las cualidad de que ahorra. Con el ahorro personal de muchos años de trabajo consiguió un cuarto para trabajar él solo. La mejor cualidad como empresario es que las cosas le queden bien. Es perfeccionista.
No quería trabajar con un horario establecido ni tampoco ser asalariada. Hacer mejor el trabajo, lo puede hacer sola. Es amable y sonriente. Le gusta quedar bien con la gente.	A los 11 años estaba metido en el comercio. Le gustaba ser comerciante porque miraba el dinero y la ganancia. Tenía mucha experiencia para negociar heredada del papá, nunca se quedó con los brazos cruzados.
Aprendió a preparar los helados. Se dio cuenta que podía vender, inventa y tiene mucha creatividad. Se especializó en hacer helados para atraer a los niños/as.	La mentalidad la trae desde años, le gustaba ser estricto y ser cuidadoso. Tiene fe y por esa fe ha llegado a donde está ahora, lo que va hacer lo hace.
Tenía 8 años vivía con su abuela, a esa edad comenzó a interesarse en el negocio, la venta le dejaba ganancias, sabía administrar el dinero. Creció viendo como se manejaban los negocios. No ganaba mucho pero iba ganando mucha experiencia.	El papá siempre se ha dedicado a este negocio, todo lo que sabe lo aprendió de él. Siempre estuvo inspirado en su papá, algo que le enseñó era estar formado. No es tanto el esfuerzo económico, sino tener iniciativa propia.
Los padres tenían diferentes negocios, ella les ayudaba en todo. Comenzó a vender por su propia cuenta, en cualquier lugar. Nunca le gustó la idea de irse a trabajar en lugares que iba a depender de un salario.	Cuando el hermano le entregó la empresa no sintió miedo. A él no le da miedo pensar en el fracaso. Tener un poco de ambición. Se considera trabajador.
Desde muy pequeña le ayudaba a la mamá a vender. Siempre pensaba que un día iba a aprender costura. Por necesidad aprendió el oficio de la costura. Aprendió echando a perder. Trabaja las 24 horas para ella y el producto a largo plazo es para ella. Ser activa y superarse por ella misma. Tiene seguridad, un carácter fuerte. Se exige mucho, es trabajadora. Persiste demasiado, se acuesta pensando en el trabajo. Si quiere superarse hay que arriesgarse.	Desde muy pequeño la mamá lo puso a trabajar. Era muy hiperactivo. Tenía una alcancía, lo que sobraba del trabajo lo ponía en la alcancía. Andaba buscando tener más experiencia y aprender más de lo que ya sabía. Siempre tuvo pensamiento de líder, le gusta coordinar y dirigir a los demás. Piensa acostado, lo imagina, proyecta hacia adentro algo que puede funcionar. Una de sus cualidades es que tiene decisión para hacer las cosas, no se arrepiente y siempre está decidido a realizar su plan.
Los padres tenían una finca que producían caña para vender. Trata de vender lo que nadie tiene en venta. Sabe que todo lo que tiene en sus manos lo vende. Las destrezas en el negocio ellas las aprendió por necesidad. Sabe como levantarse rápido después de un problema. Cuando se propone algo lo logra, lo lucha y queda asustada de sus propios	Trabajó y desarrolló sus habilidades. Nadie le enseñó, él solo aprendió, trabajaba para divertirse. Fue un gran desafío estudiar, había perdido la costumbre, se bachilleró a los 33 años. El trabajo ha progresado y ha aprendido en el camino. La cualidad es su mano de obra rápida, es veloz para trabajar.

logros. Tener confianza en una misma y en el negocio.	
La mamá siempre se dedicó al negocio. Desde muy pequeña ha trabajado. Es pilas y se mete en todo, vende cualquier cosa, es dinámica y carácter fuerte. No le da vergüenza negociar. Ha estudiado. Le gusta atender y hablar con la gente, ser amable y atenta. El secreto es darle atención a las necesidades del cliente.	A partir de los 8 años estaba trabajando con los padres. Él es muy ambicioso, aprendió más allá para lograr beneficiarse. Tenía capacidad de aprendizaje más que los otros, aprendió muy rápido. Todo dinero extra lo ahorra.
	Empezó a trabajar a los 12 años. Hacía planes de poner su propio negocio, de progresar y ser independiente. Logró ahorrar. Quería tener un propio taller y ser independiente.
	La familia de parte de la mamá siempre han tenido un negocio, la mamá ha sido muy activa. Nunca perdió la fe de que todo iba a salir bien. Le gusta el rol de tener control. Él siempre piensa en grande.

CUADRO 2.

RESUMEN DEL SIGNIFICADO DE SER EMPRESARIA Y EMPRESARIO	
EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
Se siente bien por tener trabajo, dinero quincenal y satisfecha con el dinero en la mano, lo que siempre necesita lo ha tenido. Se considera una mujer que ha salido adelante.	Tranquilidad para uno mismo, que no le manden a uno. Que uno maneja sus propios recursos.
Es mejor que ser empleada porque nadie la maltrata, tiene horario flexible, es independiente. Tener salario le da miedo. Se siente bien estar en su propio negocio, tranquila, sabe que si cierra el negocio con frecuencia pierde clientela.	Esta feliz con lo que hace. De él han salido otros empresarios y se siente orgulloso, porque también da trabajo. Ser alguien en la vida, ser importante.
Significa mucho porque es dueña de su horario, si quiere dinero tiene que trabajar más. Puede tener el lujo de agarrar vacaciones y dinero en cualquier momento.	Significa irse valorizando, no sentirse menos y poder compartir. Debe tener comunicación y relación con otros, en precios y mercados.
Se siente bien, feliz de tener algo propio que pueda desempeñar. Significa no ser empleada de nadie, tener su propio negocio y dinero. Además le gusta platicar con la gente que llega a comprar, estar solamente en el hogar es muy aburrido.	Es una gran responsabilidad, tiene que buscar el propio salario, esforzarse el doble. En un trabajo tradicional le dan todo, como empresario hay más movimiento. Es pensar constantemente en el trabajo, a veces está en la Universidad y está ligado al trabajo mentalmente. Es bueno, porque es un patrimonio del futuro para heredar a los hijos. La visión de la empresa es ayudar.
Se considera una empresaria porque vende más y vende diferentes productos, entre más cosas venda, más empresaria se siente.	Es ser responsable, porque dependen muchas personas de uno. Se deben superar muchos riesgos, estar preparado para el fracaso. A él no le da miedo pensar en el fracaso. Debe sobresalir, ser un apoyo para la familia y tener un poco de ambición.
Es una delicia, es lo mejor que le puede pasar.	Es una cuestión de ver el ejemplo de otros y

Se pasan muchas penas y problemas, pero la recompensa vale la pena. Significa mucha responsabilidad y mucho trabajo, pero a la vez es libertad, ya que trabajó 24 años como asalariada, ahora tiene dinero y está más tiempo con la familia	ver el negocio crecer. Le gusta estar metido en todo. Se siente con poder, tener algo propio y relacionarse con otras empresas. Le gusta tratar con otras aduanas y la gerencia porque se agarra al poder y no a los otros. Le gusta el rol de tener control. Con la iglesia aprendió a delegar. Combina la administración económica, es el talón de la economía.
Es saber que nadie lo manda, uno es importante en su propio negocio. La gente la busca, ella siente que se supera. Le ha dado un buen ejemplo a sus hijas, tienen esa misma mentalidad de ser activa y superarse por ellas mismas.	Significa tener más oportunidades de salir adelante. Es un desafío agradable. Tiene la oportunidad de enfrentarse y vencer. Le gusta tener su propio negocio, ser dueño de su tiempo y hace lo que le gusta sin límite de tiempo, hacer las cosas con su criterio y desarrollar sus propios talentos.
Se siente bien, está más tranquila. Si no fuera luchadora no sería nadie, siente la voluntad de seguir adelante.	Tener independencia económica. No le gusta trabajar para otros, ni los sueldos fijos. Le gusta tener el dinero en el momento.
El beneficio es que uno negocia y siempre tiene dinero en la bolsa, no espera mensualidades para recibir el dinero, no hay patronos que le gritan. Es mejor negociar, se gana más. Pero si uno se descuida le roban. Ella como empresaria es pilas y se mete en todo, vende cualquier cosa.	Es un progreso en su vida, su lema <i>es que dentro del hambre hay ambición y esos son sueños</i> . Con mucho sacrificio se hacen realidad los sueños. A través de su trabajo ha ayudado a otras personas en lo económico y lo moral. Es algo que puede contar con orgullo a sus hijos y amigos. Por muy limitado los recursos cualquier meta se realiza. <i>“Todos nacemos con las mismas oportunidades, todos podemos llegar a ser lo que queremos, uno vive como uno quiere”</i> .

CUADRO 3.

RELACIÓN ENTRE HOGAR Y EMPRESA	
EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
No cambiaría nada en su vida, su vida es cansada pero está contenta porque está con la familia y a la vez con su propio negocio. Le gusta lo que hace, además toda la familia participa. Las hijas mayores se quedan en casa a ayudarlo en las tareas a las hijas menores.	Entre las actividades familiares y de la empresa se siente feliz porque toda la familia está apoyando. No hay egoísmo, hay unidad, se trabaja en conjunto. No siente que la familia está separada. Todos participan y no ha habido reclamos.
Se levanta temprano para hacer las labores domésticas, deja listo el desayuno, el almuerzo y se siente tranquila porque sus hijos están bien. Entre las actividades domésticas y empresariales no tiene problemas porque el hijo mayor le ayuda a limpiar la casa, cuidar al bebé, ver la casa. Cuando el esposo está en la casa también ayuda, él no es machista, cocina, lava, plancha. Cuando está en el salón le ayuda a limpiarlo y ordenarlo. Todo lo comparten nunca la deja sola.	En cuanto a las actividades entre la familia y la empresa, no le gusta, no es correcto para la familia, la familia es aparte y la empresa es otra. Tiene problemas en la casa y lo mezcla con la empresa. Trata de no llevar enojos de la familia a la empresa. Entre la familia y la esposa hay discusiones pero trata de separarlos. Él les enseña a trabajar bien.
No siente que hay impedimento entre la	No cambiaría nunca el trabajo que tiene en la

<p>familia y el negocio, es todo lo contrario, es mucho más cómodo porque vive en el lugar, trabaja y ve a la familia. Si tuviera el negocio más largo se le complicaría. Pero ella ve a la clientela y a la vez ve a la familia, a veces se siente con mucho trabajo, pero considera que va a terminar cuando tengo su nuevo local y nueva casa</p>	<p>empresa por el trabajo de una casa. Las mujeres nunca dejan de trabajar y lo ve con su mamá, que anda de arriba para abajo sin descansar.</p>
<p>Entre las actividades entre la empresa y la familia, considera que es fácil porque se entretiene. Se desespera cuando no tiene nada que hacer. Al tener la casa en el sótano, ella puede estar cocinando o haciendo deberes y si algún cliente llega, deja el oficio y atiende al cliente. Distribuye bien las actividades entre la casa y la tienda.</p>	<p>Los padres se preocupan cuando anda muy preocupado por el negocio. Lo escuchan y le dan consejos, así también los hermanos, lo ayudan a levantarle el ánimo. Tiene 5 años de estar con su novia y nunca ha sido un impedimento. La madre se dedica a realizar los oficios domésticos.</p>
<p>No siente que es complicado estar en la casa y el negocio. Se ha acostumbrado a trabajar desde pequeña y ahora le resulta aburrido estar en la casa.</p>	<p>En relación a la familia, no existe ningún impedimento para trabajar, hace 2 años le salió un viaje a México por 15 días y la esposa no le dijo nada. La esposa es la que se encarga de los asuntos y problemas familiares. Tiene una librería a nombre de la esposa. Ella se dedica a lo suyo y él a su trabajo. Además el quiere ver crecer la librería.</p>
<p>No se siente presionada entre el negocio y la familia. Recibe ayuda de la mamá cuando tiene algo que hacer, le ayuda en la tienda por las tardes o cuida a sus hijos. Le gustaría tener su propia casa, no vivir con la suegra y tener otro negocio.</p>	<p>La familia no es un obstáculo, hay que darle tiempo, en su caso, tiene un horario de trabajo y lo respeta. Toma vacaciones junto con la familia, salen a pasear y el dinero lo tienen en común. Los dos saben que tienen y para que es. No tienen nada escondido. Trabaja mejor en la casa, si estuviera en una oficina tendría el horario de un empleado. Cuando el machismo predomina trabajar con la esposa no funciona.</p>
<p>No encuentra impedimento entre administrar la casa y el negocio. Todo lo comparte con el esposo y van juntos a todos lados. Eso es bueno para fortalecer el matrimonio y los hijos/as también comparten las labores del negocio. Hay más unión familiar. Cuando se pelean, o no se ponen de acuerdo en algunas decisiones, la ventaja es que el esposo es conciliador, los reúne a todos, hablan, critican y resuelven problemas. Es una familia muy unida porque hasta el yerno ayuda en la empresa. La familia no es ningún obstáculo siente que es mejor tener la familia trabajando, todos son beneficiados. El esposo es un gran apoyo, tienen mucha experiencia en el área y eso le ha facilitado como empresaria, sino la tuviera sería diferente.</p>	<p>La familia no ha sido impedimento para crecer. Cuando la familia crece y los hijos crecen, ayudan y aportan al negocio. La familia no es obstáculo sino apoyo para trabajar, cuando son pequeños son una inversión.</p>
<p>Ha sido duro dividir trabajo y familia. La presión es mucha y tiene depresiones que son</p>	<p>Actualmente tiene trabajando a un operario y a la esposa, que se dedicó enseñarles a</p>

desesperantes. Ahora toma muchas vitaminas para recuperarse, el doctor le recomendó sacar las máquinas de la casa, todos los días comían y dormían enfrente de las máquinas. Solamente abría los ojos y estaba sentada en la máquina, se acostaba y pensaba en la máquina.	trabajar....El quería tener una compañera de hogar y por eso quería tener un propio taller y ser independiente
Con los hijos no tenía problemas, ellos se quedaban solos cuando se iba a los pueblos. Nunca fue madre dependiente, nunca se esmero en llevarlos a la escuela o hacer tareas con ellos, los educó de forma independiente, les enseñó a preparar almuerzos. Además se encarga de comprar la mercadería, cargar cajas y colocarlas en los lugares. A veces se siente cansada y trata de relajarse, reposa media hora para después continuar. No se imagina estar en la casa sin dinero, se siente capaz y se siente morir cuando está en la casa sin hacer nada.	No tiene ningún problema porque la esposa es psicóloga y llega una empleada a ayudarles. Ella nunca le ha impedido realizarse, le apoya en el salón, no es celosa. Nunca le cuestiona si llega tarde.
A veces se siente sin deseos de trabajar. La mayor parte del tiempo se mantiene estresada porque ella se moviliza mucho, da sostén a sus hijos.	

CUADRO 4.

TRABAJO REPRODUCTIVO	
EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
Se levanta a las 8 am: Ordena la casa con la ayuda de las hijas, ellas preparan el desayuno. Deja el almuerzo preparado, hace las compras. Cenar en el lugar de trabajo. Escucha música en el negocio.	Se levanta a las 5:30 am: Limpia el negocio que está cerca de la casa. Desayuna y almuerza en casa. Cena en el comedor. Hace las compras del negocio.
Se levanta a las 5:30 am: Prepara el desayuno, alista a los hijos, ordena la casa (con la ayuda de él), deja almuerzo preparado, ayuda en tareas escolares, alista la cena. El esposo le ayuda a acostar a los hijos y en las compras. Ve las novelas por televisión.	Se levanta a las 4:30 am: Por las noches ordena la casa, alista la cena y hace las compras. Ve televisión por las noches. Se encarga de las compras. Su esposa trabaja todo el día y los hijos no viven con ellos.
Se levanta a las 5:45 am: Madre soltera, hace todo en la casa. De vez en cuando va al cine con la hija, ve televisión, escucha música y hace ejercicios.	Se levanta a las 4:00 am: La esposa se encarga de realizar todos los deberes, junto con la hija.
Se levanta a las 5:30 am: Prepara el desayuno, alista a los hijos, ordena la casa, lava la ropa, plancha, prepara el almuerzo, alista la cena, acuesta a los hijos. El esposo le ayuda a hacer las compras. Ve televisión.	Se levanta a las 5:30 am: La madre se encarga de todos los deberes. Los padres están encargados de las compras. Estudia y va a la universidad.
Se levanta a las 6:00 am: Prepara el desayuno, alistaba a los hijos (están casados), ordena la casa, lava la ropa, plancha, prepara el almuerzo, alista la cena, hace las compras. Ve las noticias por televisión al mediodía.	Se levanta a las 5:00 am: La madre se encarga de todos los deberes. Estudia y va a la universidad.

<p>Se levanta a las 7:00 am: Prepara el desayuno, alista a su hija, ordena la casa, lava la ropa, plancha, prepara el almuerzo, alista la cena, acuesta a la hija, hace las compras. Ve televisión por la noche. Cuida de los padres.</p>	<p>Se levanta a las 6 am: La esposa se encarga de todos los deberes.</p>
<p>Se levanta a las 6 am: Vive con la suegra, hay una empleada y tía que están encargadas de las labores domésticas. Prepara el desayuno para el hijo y lo alista. Se encarga de preparar la cena para todos. Comparte con el esposo las tareas escolares del hijo y lo preparan para dormir. Entre todos se hacen las compras. Ve televisión por las noches, escucha música.</p>	<p>Se levanta a las 6 am: La esposa se encarga de todos los deberes.</p>
<p>Se levanta a las 6 am: Tiene una empleada que le ayuda con los oficios domésticos, pero ayuda de vez en cuando a ordenar la casa. Cuida a los padres. Se reúnen todos a almorzar juntos. Le gusta leer, tiene metas de lectura. Solamente comparte las compras, ir al cine y hacer ejercicio con el esposo.</p>	<p>Se levanta a las 6 am: La esposa se encarga del desayuno, almuerzo, cena y del cuidado del hijo. Comparten las compras. Ve televisión y escucha música. Tienen una empleada doméstica que lava, plancha y limpia la casa.</p>
<p>Se levanta a las 7:30 am: Siempre ha realizado las actividades del hogar, ahora las hija están grandes y le ayudan. Contrata a una persona para lavar y planchar. Cuidaba de la mamá. Ve televisión por las noches, hace ejercicios. Con el esposo siempre compartió las tareas escolares de las hijas.</p>	<p>Se levanta a las 4:30: La esposa se encarga del desayuno, almuerzo, cena y se encargó del cuidado de los hijos, ahora están grandes y ayudan a ordenar la casa. Comparten las compras, ven televisión y escucha música. Tienen una empleada doméstica que lava, plancha y limpia la casa.</p>
<p>Se levanta a las 6:00 am: Prepara el desayuno, ordena la casa, lava, plancha, alista la cena, ayudó a los hijos con las tareas, ahora están casados. Ve novelas por la noche y hace compras “para ir a comprar debe tener limpio para que los hombres no se enojen y no hagan nada”</p>	
<p>Se levanta a las 5:30 am: Prepara el desayuno, ordena la casa, lava, plancha, alista la cena, ayuda a los hijos, prepara el almuerzo, acuesta a los hijos, hace compras. Ve novelas por la noche.</p>	

CUADRO 5.

CONTROL DE LOS GASTOS FAMILIARES

EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
Comparten mitad y mitad todos los gastos. El esposo paga la comida.	Comparte mitad y mitad todos los gastos. Él paga la comida.
Comparten mitad y mitad todos los gastos. El esposo paga educación y salud.	Realiza todos los gastos. Comparte con la esposa el pago del alquiler de la casa y la salud de la familia..
Por ser madre soltera realiza todos los pagos.	Realiza todos los pagos de la casa.
Comparten mitad y mitad de los gastos.	Vive con los padres. Solamente paga el

El esposo paga alquiler de la casa.	teléfono y la luz compartido con la hermana.
El esposo paga todos los gastos. La empresaria paga el teléfono porque lo alquila en la tienda. La casa y el negocio son propios.	Vive con los padres. Solamente paga el alquiler del negocio, teléfono y su alimentación.
Madre soltera, tiene casa propia y realiza todos los pagos.	Paga alquiler de casa, negocio, educación, luz y agua, el resto lo pagan los hijos que están grandes.
Comparte mitad y mitad todos los gastos. Ella paga el alquiler del negocio. La casa es propia.	Comparte el pago de alimentación, teléfono, luz, agua y salud con los hijos/as. Solamente paga alquiler de la casa, negocio y educación.
No realiza pagos, vive con la suegra. Le paga la educación, salud y alimentación a su hijo. El esposo es ciclista profesional.	Realiza todos los gastos a excepción de la alimentación que comparte el pago con la esposa. Casa propia.
Comparten entre todos los gastos, incluyendo a las hijas que están grandes.	Comparte todos los gastos con la esposa. Tiene casa y negocio propio.
Comparte los gastos de salud con el esposo, que también paga la alimentación, luz. La empresaria paga el alquiler del negocio y el agua. Los hijos se pagan los estudios y el teléfono. Tiene casa propia.	
Madre soltera. Paga todos los gastos.	

CUADRO 6.

DESCRIPCIÓN DEL ACCESO DE LOS RECURSOS	
EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
Créditos	
<p>Solamente una empresaria mencionó haber tenido problemas con el crédito:</p> <ul style="list-style-type: none"> • le exigían tener propiedad. • Todas han invertido el crédito en el negocio. • Han facilitado el crédito en la mayoría: las ONG's. Solamente hay 3 casos que han ayudado los familiares, un caso en organismo privado. 	<p>Los empresarios mencionaron haber tenido problemas sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la escritura tenía hipotecas, • no tiene patente ni bienes propios, • por la edad, por ser muy joven. <p>La mayor parte de los empresarios han invertido el crédito en el negocio. Solamente hay casos de inversión en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • en la familia, • en la universidad. • negocio y la casa. <p>Los créditos han sido facilitados por Ong's en su mayoría, solamente hay: 2 casos con amistades, 2 préstamos privados, 2 con Ong's y amistades, 1 caso de Banco estatal y Ong's.</p>
Capacitaciones	
<p>A todas las empresarias les han servido las capacitaciones y las han recibido con las ONG's que las respalda en el crédito. Han recibido diferentes cursos sobre: cómo usar el dinero, superación, controlar gastos, ingresos, superar el negocio, debe tener presentación, limpieza y orden, forma de crecer el capital, atender al cliente y ser creativo para mostrar el producto, a</p>	<p>La mayor parte de los empresarios han mencionado que las capacitaciones sí les ha servido y la han recibido con las ONG's que los respalda en el crédito. Solamente uno mencionó que no le han servido las capacitaciones porque:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprende con la experiencia. <p>También tuvieron dificultad para acordarse de los temas recibidos en las capacitaciones, otros</p>

<p>despejar la mente, como seguir adelante, idea para trabajar, aprender de los otros. Una mencionó que aprendió que la motivan, son buenas para el negocio, como superarse y otra que le gustaría que la orienten en el negocio, que estimulen.</p> <p>La mayoría mencionaron que no se acordaban de los temas, mientras que: 2 que no se acuerdan de los temas.</p> <p>Los temas que les gustaría recibir son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • desarrollo de la personalidad, se siente dependiente a pesar de ser la dueña del negocio. Tener carácter fuerte. • Cómo ahorrar, llevar control del negocio, control básico. • Cómo superar lo del negocio. • Formas de atender al cliente. • Crecimiento del capital. • Cualquier tema para superarse. • Administrar el negocio, obtener ganancias. • Cómo invertir y como manejar el negocio. 	<p>expresaron inconformidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Todas han sido caras. • Cree que fue el uso del dinero. • Deberían de ser personas preparadas con noción del tema y más didáctico, mostrarles más gente exitosa y cómo tratar a los trabajadores. • Les enseñaron a hacer las cosas, pero no ha sacar presupuesto y cotizar precios. <p>Los temas de las capacitaciones que quisieran recibir se resumen en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • cursos técnicos relacionados con el trabajo, • cómo administrar el dinero, hacer crecer el negocio y ahorrar. • usar más internet. • joyería, importación y exportación, cómo producir, • administración del negocio, cómo cuidar el capital, • maquinista profesional, • relaciones humanas, construcción, impresión offset.
<p>Asesorías</p>	
<p>De las 11 empresarias 7 mencionaron que no saben que es una asesoría. Otras consideran que son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejos para desenvolverse bien. • Le enseñan como manejar una empresa. • Sentirse animada por el negocio, le han servido porque cuando necesita una pregunta se la responden. • Que lo orientan a uno. <p>Solamente una empresaria mencionó que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ayudan internamente. Le han servido: movimiento de la bodega, vencimiento de los productos, organizar inventario. Le gustaría que fueran constantes. 	<p>De los 9 empresarios que contestaron 4 mencionaron que no saben qué es asesoría y 4 dijeron que sí habían recibido y que significaba:</p> <ul style="list-style-type: none"> • mejorar la calidad de producción, mejoramiento del taller. • ser lo más práctico, como planificar el trabajo, poner en orden. Le han servido: planificar el trabajo, sacar costos. • programación de mentalización, tipo de capacitación como funciona el negocio. • alguien llega y da consejos de como desarrollarse más. <p>Otro que nunca ha tenido significa: revisar la forma de trabajar y cambiar los errores que comete y cómo implementar nuevas cosas.</p>
<p>Importancia del crédito, capacitación y asesoría</p>	
<p>Solamente un empresaria dijo que no sabe qué es más importante: el crédito, capacitación o asesoría. Otras comentaron:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Todas son importantes: con asesoría y sin dinero no hace nada. Si tiene dinero y la idea tampoco hace nada.</i> 	<p>Los empresarios comentaron:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Las 3 son importantes: sin capital no hace nada, con capacitación se aprende y asesoría para no cometer errores.</i> • <i>el crédito: sacar un capital acorde a lo hace para no tener problemas. Capacitación: para</i>

<ul style="list-style-type: none"> • <i>Las tres: crédito puede comprar más, capacitación lo ayudan a como seguir creciendo, asesoría tener mejor atención.</i> • <i>Créditos y capacitaciones: ayudan a manejar el negocio.</i> • <i>El crédito: si no tiene capital no sale adelante. Y la capacitaciones que son completas.</i> • <i>El crédito: para invertir y producir, la asesoría, para que esa inversión sea duplicada.</i> • <i>Es más importante la capacitación porque se está capacitando.</i> • <i>Crédito: por el dinero.</i> • <i>El crédito es más importante, uno lo invierte.</i> • <i>Las asesorías porque la gente que viene de afuera ve los defectos que ella no ve en el negocio.</i> 	<p><i>aprender cosas que no conoce. Asesoría: se necesita lo económico.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Todas son importantes: tener buen capital y sin técnica no sirve, tener buena técnica sin capital tampoco sirve.</i> • <i>Considera que las capacitaciones son más importantes, después el crédito y después la asesoría.</i> • <i>Las capacitaciones y asesorías: guían el negocio.</i> • <i>Las asesorías porque va más allá de ampliar sus conocimientos, saber cuáles son sus problemas, qué préstamo necesita y porqué.</i>
---	--

CUADRO 7.

DESCRIPCIÓN DEL CONTROL DE LOS RECURSOS	
EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
Toma de decisión del manejo del negocio	
<p>Existen diferentes casos de tomas de decisión: 3 empresarias toman las decisiones en conjunto con personas del mismo sexo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • a veces con la hermana y ella misma, • con la mamá y ella misma, • con la hija, que le ayuda. <p>4 empresarias dicen que toman las decisiones del manejo del negocio por ellas mismas. 3 empresarias dicen que no toman ninguna decisión y consultan con los esposos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Siempre consulta con el esposo, entre dos es diferente, siempre necesita la aprobación. • El esposo toma las decisiones. <p>Otra toma en cuenta a toda la familia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • el esposo e hijos/as, nunca está sola. • Solamente una consulta con los padres. 	<p>Entre los empresarios existen diferentes casos:</p> <p>5 empresarios consultan con personas del mismo sexo antes de tomar la decisión:</p> <ul style="list-style-type: none"> • con el papá porque es socio, con los amigos, • con el hermano, • a veces con los hijos. • amigos de las sasterías. <p>3 empresarios dicen que toman las decisiones del manejo del negocio por ellos mismos.</p> <p>2 consultan con la esposa.</p>
Toma de decisión de inversión	
<p>5 empresarias toman la decisión de invertir por ellas mismas.</p> <p>2 empresarias consultan con el esposo.</p> <p>2 empresarias dicen que entre ambos.</p> <p>1 empresaria con los padres.</p>	<p>6 empresarios toman la decisión de invertir por ellos mismos, sin tomar en cuenta a la esposa.</p> <p>1 por él mismo, pero consultando al papá, otro lo hace consultando con el hermano.</p> <p>Solamente uno dice entre él y la esposa.</p>

Recursos del negocio	
8 empresarias controlan los recursos por ellas mismas.	8 de los empresarios controlan los recursos del negocio por ellos mismos.
1 empresaria dice que entre los dos controlan los recursos.	Solamente uno dice que ambos.
1 empresaria dice que la mamá y ella revisa.	
Pago de los proveedores	
9 empresarias dicen que ellas se encargan del pago de los proveedores.	7 empresarios dicen que ellos mismos se encargan del pago de los proveedores.
2 empresarias dicen que son los esposos que se hacen cargo.	Un empresario dice que la hermana le ayuda. Solamente uno dice que ambos se hacen cargo.
Inversión de las ganancias	
8 empresarias contestaron que las inversión de las ganancias las realizan en el negocio.	6 empresarios contestaron que invierten las ganancias en el negocio.
2 empresarias invierten en el negocio pero a la vez ayuda a los padres y la familia.	2 empresarios dicen que invierten en el negocio y familia.
1 empresaria invierte las ganancias en gastos de colegio, comida, ropa, en diferentes cosas.	1 empresario invierte las ganancias para pagar créditos, en el negocio y la familia.

CUADRO 8.

RELACIÓN CON EL SALARIO	
EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
<p>9 empresarias dicen que no tienen salarios, por las siguientes razones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • agarra el dinero y compra lo que necesita. • cuando lo hizo vino la oportunidad para construir y después no ha podido hacerlo. • lo que ganan lo invierten. • porque lo reinvierte todo. • lo invierte en el negocio y si necesita algo lo agarra de la cuenta. • agarra cuando necesita. • a raíz de tanto problemas se propusieron metas para comprar e invertir. Es más sano saber en que se va a invertir y tener ganancias. • le da vuelta al dinero y ahí lo mueve. 	<p>7 empresario dicen que no tienen salarios, por las siguientes razones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No se da cuenta cuanto gana, gasta como recibe el dinero, • lo va gastando, • no siempre sale el dinero • tiene el dinero y lo gasta, • le cuesta porque es eventual, el local es poco concurrido, la gente no es fija, • tienen una cuenta en común, utilizan los gastos para el negocio o para la familia. <p>2 empresarios opinaron que sí tienen un salario. Otro que no tiene salario, no sabe cuanto gana.</p>

CUADRO 9

RELACIÓN CON EL ÉXITO	
EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
<ul style="list-style-type: none"> • Salir adelante. Es crecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alcanzar lo que quiere. Se siente

<ul style="list-style-type: none"> • Irse superando más. • Cuando se comienza con poco y ha mejorado el negocio. 	<p>exitoso, personalmente feliz y satisfecho al manejar dinero.</p> <ul style="list-style-type: none"> • No se siente encerrado. Tiene todo. Tiene el negocio, la familia, hogar y salud. No tener vicios. Quiere salir un poco más adelante.
<ul style="list-style-type: none"> • Éxito es alguien que haya crecido, que siga creciendo. 	<ul style="list-style-type: none"> • El éxito es después de un sacrificio. No tener nada y ahora tener algo. Después de un sacrificio, ahora puede respirar un poco más. • La relación con las personas es un éxito, cuando dan frutos. Personas que lo orienten. • Se considera una persona exitosa porque lo que no tenía antes ahora lo tiene. Ha llegado a tener algo para luchar entre la vida espiritual y material.
<ul style="list-style-type: none"> • El éxito es estar bien, sentir que se está superando y que se puede superar más. • Se siente una empresaria exitosa cuando vende y porque quiere que la tienda siga adelante. Cuando no vende se siente derrotada. 	<ul style="list-style-type: none"> • No se siente exitoso si solo él crece y no los demás. Cuando ayuda a otros de acuerdo a su profesión siente éxito personal. Aportar algo a la sociedad para que se lo devuelva. Que tengo una utilidad... la empresa reconozca que es parte de la sociedad. Saber que hacer. • Siempre tiene en mente que <i>“un buen líder no es el que progresa solo sino que ayuda a otros a progresar”</i>.
<ul style="list-style-type: none"> • Cuando el negocio va bien y la gente está contenta con lo que ella hace. • Se considera una empresaria exitosa porque sale adelante y sabe que tiene seguridad para lograrlo haciendo a un lado el problema. • Ha tenido muchos problemas y sale exitosa de todos. Lo que no se pone atención se descuida, si uno quiere superarse hay que arriesgarse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Soportar la crisis y mantener a los empleados conformes y bien pagados. • Se tiene éxito cuando ayuda a otras personas. Cuando mantiene a los clientes satisfechos y conformes con el producto que se les entrega. • Se considera exitoso cuando entrega el producto bueno, cuando muchas personas dependen del negocio.
<ul style="list-style-type: none"> • Considera que el éxito es salir adelante, tener triunfos y más dinero, es vender más en el negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Significa vencer obstáculos de la vida, relacionarse con las personas. Tener éxito significa trabajar en conjunto con la familia, la esposa y la iglesia. El triunfo no es solo de él sino también de la esposa.
<ul style="list-style-type: none"> • Es sentirse bien, seguir adelante. Es un esfuerzo que uno logra con voluntad propia. • Es manejar el propio dinero en el negocio e invertir en el negocio. • Se considera una empresaria exitosa porque sale adelante, porque se siente 	<ul style="list-style-type: none"> • Dejar de vivir como uno ha vivido y vivir mejor moral, espiritual y económicamente. • A veces se siente cansado, desde donde viene no ha sido fácil, a través de lo que ha logrado no ha tenido nunca la necesidad de hacer préstamos, todo lo

<p>motivada para estar en su propio negocio. Ella sabe como levantarse rápido después de un problema.</p>	<p>ha salido con sacrificio de trabajar horas extras.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Es una satisfacción, salir adelante y seguir luchando. Ella tenía miedo, pero cuando se va el miedo se sale adelante. • Se considera una mujer exitosa porque ha salido adelante. A veces a tenido problemas y rápidamente se levanta. Cumple con los pagos y siente que sí puede dar más. El éxito que tiene es por su carácter. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando el trabajo sale bien y siente satisfacción. • Se considera una persona con éxito, su lema es que <i>“nosotros somos hombres de éxito, el que se sienta fracasado mejor que se muera”</i>. El éxito es la acción de todas las cosas que uno se propone hacer.