

Emprendimiento y Covid19: experiencias de mujeres en Hidalgo del Parral, Chih.

Alma Rubit Luna Rodríguez¹

Héctor José Martínez Arboleya²

Resumen

La actual crisis sanitaria que estamos enfrentando a nivel mundial, ha llevado a grandes cambios en nuestras vidas. Como consecuencia de ello las empresas han tenido que adaptarse para permanecer activas en la economía. Entre los retos a los que se enfrenta la mujer al introducirse al mundo del emprendimiento está la falta de apoyos económicos debido a la poca confianza en ellas por parte de las instituciones financieras. Lo anterior lleva a que se introduzcan en gran medida al mercado informal, justamente uno de los más afectados por la llamada *coronacrisis*.

Aún existe una desigualdad en oportunidades entre hombres y mujeres emprendedoras. Debido a la pandemia, la falta de oportunidades para las mujeres se agravó. Esto se puede explicar en gran medida por el trabajo no remunerado del hogar (al que tuvieron que dedicarle más tiempo, ya que se encontraban todos los integrantes de la familia en casa), el cuidado de los hijos y la educación a distancia por el cierre de escuelas y guarderías. Lo que provoca también que los negocios liderados por mujeres, hayan cerrado temporal o definitivamente durante este periodo de confinamiento. Se han realizado diversos trabajos del impacto de la pandemia en las mujeres emprendedoras a nivel regional y nacional, sin embargo, la información local al respecto sigue siendo escasa.

El presente trabajo pretende explorar, mediante una encuesta y entrevistas aplicadas a un grupo de 30 mujeres emprendedoras ¿Cómo ha sido el impacto de la COVID-19 en el emprendimiento femenino en la ciudad de Hidalgo del Parral, Chihuahua? Se identificó la manera en que están enfrentando los cambios para seguir económicamente activas en el sector empresarial, sus experiencias respecto a la COVID 19, si se han enfrentado a la enfermedad o alguno de los integrantes de su familia, sus aprendizajes durante este periodo, si es que han sido beneficiadas por algún tipo de financiamiento por parte del gobierno local para amortiguar la situación de su negocio, incluso si han tenido alguna experiencia de desigualdad de género respecto algún apoyo a emprendedores ya que hay políticas que apoyan al emprendedor pero no hay dirigidas exclusivamente a la mujer emprendedora. Finalmente, se les dio la voz para compartir sus recomendaciones que puedan servir para futuros emprendedores.

Es de suma importancia dicho análisis para conocer las barreras que están enfrentando las mujeres emprendedoras y conocer si los retos aumentaron con la actual pandemia de la COVID 19. Además servirá de referencia para muchos emprendedores que están a punto de abrir un negocio; para quienes se vieron en la necesidad de cerrar por no

¹ Estudiante de licenciatura, Universidad Autónoma de Chihuahua, a227383@uach.mx

² Doctor, Universidad Autónoma de Chihuahua, harboleya@uach.mx

haber podido con la actual crisis; y quienes se encuentran en una etapa difícil en su negocio y quisieran recibir esa información que les hace falta para adaptarse a los cambios.

Conceptos clave: Emprendimiento femenino, Coronacrisis, Hidalgo del Parral

Introducción

Es a Joseph Schumpeter³ a quien le debemos una de las primeras definiciones de lo que hoy entendemos por emprendedor:

Un demiurgo⁴ que sabe cómo sacar provecho de la innovación tecnológica, aumentar el capital disponible, encontrar y organizar la fuerza de trabajo necesaria para llevar a bien un proyecto de la búsqueda constante de beneficio (Boudon et al. 2003:85).

Desde entonces, se ha intentado definir a los emprendedores y al emprendimiento de diferentes maneras y desde diferentes disciplinas pero sin llegar a un consenso⁵.

Hasta nuestros días, se reconocen como características de los emprendedores la creatividad, la innovación y la dirección, tal y como se indica en las definiciones siguientes:

El emprendimiento incluye los actos de renovación, de creación organizacional e innovación que se producen en el seno o fuera de una organización existente.

Los emprendedores son individuos o grupos de individuos que actúan de una manera independiente o como parte de un sistema de empresas, creando nuevas organizaciones o promoviendo la renovación y la innovación dentro de una organización existente⁶ (Sharma y Chrisman, 1999:17).

Gartner (1988:62) ha criticado los estudios que intentan definir al emprendedor por lo que este “es”. En otras palabras, el autor afirma que es inútil conocer las características o el perfil de un emprendedor. Así, es preferible definirlo por lo que éste “hace”, es decir su comportamiento. Clarificando este cambio de enfoque, el autor señala que el emprendimiento es “la creación de nuevas organizaciones”. Lo importante es examinar el rol que este emprendimiento juega en la creación de nuevas empresas⁷.

Por otro lado, Wang (2012) nota que una de las debilidades de los estudios empresariales clásicos ha sido la adopción de un punto de vista de “élite”. Es decir que la geografía económica y otras disciplinas han privilegiado los casos de las empresas de alta tecnología, de fuerte crecimiento y orientadas hacia la exportación; es decir, las más innovadoras en el sentido schumperetiano del término. Por lo tanto, las economías de las

³ Año 1942

⁴ Creador, organizador (de un universo).

⁵ Sharma y Chrisman (1999) proporcionan una revisión detallada de los conceptos de *entrepreneurship* y *entrepreneur*.

⁶ Traducido del inglés por el autor.

⁷ Los economistas intentan solucionar el problema de la definición del emprendimiento con la adopción del término “autoempleo”, ya que este es relativamente menos problemático a definir. Los trabajadores autónomos son *las personas que no tienen un salario, pero obtienen sus ingresos de su profesión o su empresa por su propia cuenta y riesgo* (Parker, 2004:6).

minorías o las pequeñas y medianas empresas creadas por las mujeres han sido excluidas en la agenda de investigación de los estudios sobre el emprendimiento.

Siguiendo este argumento, si se considera estudiar la creación de empresas de las mujeres se debería partir de una definición más incluyente. Por ejemplo, Janssen y Surlemont (2009:35) conciben al emprendedor como:

El individuo o el grupo de individuos que logra (o logran) identificar en su entorno una oportunidad y que llega (o llegan) a reunir los recursos necesarios para explotarla buscando crear valor...la creación de valor supone la creación de toda forma de riqueza (dinero, independencia, realización de sí, etc.) no solamente por las partes participantes en la organización (accionistas, empleados, clientes, etc.) sino también y principalmente por el propio emprendedor.

En lo que concierne a la autonomía, la definición anterior puede incluir al trabajador independiente. Fillion (2004) define al trabajador autónomo como:

Una persona que trabaja para él mismo y fundamentalmente sola, aunque eventualmente interactúe con otros en el marco del trabajo. Los trabajadores independientes son completamente libres de elegir sus clientes y de organizarse como ellos lo deseen para responder a las necesidades de sus clientes. Ellos son generalmente completamente independientes en lo que respecta a la organización de sus trabajos⁸.

Sin embargo, las definiciones presentadas no toman en cuenta si el emprendedor opta por el trabajo autónomo de manera voluntaria o se ve obligado a ello por las circunstancias, por ejemplo cuando no encuentra posibilidades de trabajo como empleado en el mercado laboral. Esto es frecuentemente el caso de las mujeres emprendedoras.

El emprendimiento femenino es un tema que se ha ido abordando de manera más extensa en los últimos años a nivel de la región latinoamericana. Se le ha dado mayor importancia debido a que la participación de la mujer en la economía ha ido en aumento, lo cual podría impactar en un mayor crecimiento económico de los países, reducción de la pobreza y aumento en la creatividad e innovación de los negocios (Heller, 2010).

Es importante mencionar que los seres humanos emprendemos por necesidad o por oportunidad según sea el caso. La mujer en la mayoría de los casos lo hace por necesidad. Para una mujer emprendedora, los retos a enfrentar son mayores por diferentes aspectos como, sociales, culturales, familiares, políticos, entre otros.

Las mujeres emprendedoras se caracterizan por su perseverancia, positividad y capacidad de recuperación ante situaciones adversas. ante situaciones adversas (Orihuela-Ríos, 2022). Oyedele et al. (2021) encontraron, en el contexto de países en desarrollo, evidencia que apunta a que el dinero (su utilización), el mercado (referencias de otras mujeres) y la gestión (educación no formal y experiencias) influyen directamente el crecimiento del emprendimiento femenino. Por el contrario, la maternidad (las características del hogar) y el macro-ambiente (restricciones socio culturales y condiciones

⁸ Traducido del francés por el autor.

económicas no favorables) inhiben el acceso a la utilización del dinero, el mercado y la gestión por parte de las emprendedoras.

Actualmente estamos pasando por una crisis sanitaria que está afectando en muchos aspectos la economía de los países (Chowdhury, Khan y Dhar, 2021). Dicha problemática nos lleva a cuestionarnos cómo es que los emprendedores están enfrentando esta situación; y en particular cómo una mujer emprendedora llega a enfrentar los diferentes retos, considerando que ya enfrenta diferentes situaciones desfavorables a la hora de emprender.

Se han realizado diversos trabajos para entender de manera global, regional y nacional el impacto de la también llamada *coronacrisis* en el emprendimiento (Proaño-Castro, Sagarra-Jaime y Jara-Nivelo, 2021; Sánchez-Lezama, 2021; Vasilić, Popović-Pantić, Semenčenko, 2020). De acuerdo al Global Entrepreneurship Monitor (2021) las mujeres emprendedoras a nivel global fueron más duramente impactadas por la pandemia respecto a los hombres, sin embargo dicho impacto varía de acuerdo a los países. Por ejemplo, encontraron que las mujeres tienen más probabilidades que los hombres de reportar cierres de negocios sobre todo en aquellas industrias más impactadas por el paro de actividades a partir de la Covid19. También, en dicho reporte las mujeres tuvieron más probabilidades de decir que iniciar un negocio durante la pandemia fue más difícil.

En el caso de América Latina, igualmente se sabe que entre los grupos poblacionales más afectados han estado las mujeres, particularmente aquellas que se desempeñan en la economía informal, ya que a diferencia de crisis anteriores, el empleo informal no actuó como un amortiguador sino al contrario, sufrió más fluctuaciones que el formal (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2021).

El presente trabajo pretende reportar lo ocurrido en el emprendimiento femenino a nivel local, en donde la evidencia empírica es significativamente menor (Zamora-Torres, Díaz-Barajas y Jiménez-Belmont, 2022). Nos enfocaremos en específico a la ciudad de Hidalgo del Parral, Chihuahua. Analizaremos un grupo de mujeres emprendedoras, denominado “mujeres industriales”, el cual está conformado por 30 mujeres emprendedoras de dicha ciudad, para observar cómo es que fue su reacción ante tal situación, si es que siguen activas en el mercado, qué estrategias les ayudaron para lograr seguir operando. Señalaremos los principales retos a los cuales se enfrentaron en este periodo de confinamiento.

De forma que, nuestra pregunta de investigación es ¿cómo enfrentó la pandemia, la mujer emprendedora en Parral, durante el periodo de confinamiento? A manera de objetivo general tenemos el identificar los retos a los cuales se enfrentaron o están enfrentando actualmente las mujeres empresarias miembros de dicho grupo en la ciudad de Hidalgo del Parral, Chihuahua. Como objetivos específicos buscamos analizar los retos familiares, el impacto económico, familiar y de la empresa y el uso de las tecnologías, todo ello a causa de la pandemia.

De tal manera que la intención de dicho análisis es explorar la manera en que se llevaron a cabo diversas estrategias para poder sobrellevar la situación actual y cuáles fueron los principales retos a los que se enfrenta una mujer empresaria ante una situación de esta magnitud, añadiendo a las diferentes situaciones que ya de por sí enfrenta una mujer a la hora de emprender.

Con el paso de los años, el emprendimiento femenino, ha sido blanco de numerosos estudios (Dussan, Mosquera y Quintero, 2019), por la importancia que se le ha dado a la equidad de género además de la participación de la mujer en la economía. Aunque existen estudios realizados al respecto, un análisis cualitativo sobre el tema nos lleva a conocer particularidades sobre el problema al que se está enfrentando el emprendimiento femenino en esta localidad. Además se estará verificando si este grupo de mujeres emprendedoras de Hidalgo del Parral emprenden por necesidad o por oportunidad, como es señalado en varios estudios realizados sobre el tema.

Dicho hallazgo será de utilidad para futuras generaciones de mujeres emprendedoras que quieran iniciar en el mundo del emprendimiento, y les ayudará como punto de partida y a tomar en cuenta los diferentes factores a los que se pudieran enfrentar tanto por ser mujeres, como por pertenecer al sector del emprendimiento. Así como también es de utilidad para el creadores de políticas públicas al poder tomar en cuenta las necesidades y situaciones a las que se enfrenta la mujer. Ahora con la pandemia surgieron nuevas necesidades no experimentadas anteriormente y se pueden llevar a cabo estrategias y programas que impulsen el emprendimiento femenino.

Metodología

Área de estudio

Se realizó un análisis descriptivo sobre emprendimiento femenino en la ciudad de Hidalgo del Parral, Chihuahua. Nuestra área de estudio se ubica al sur del estado de Chihuahua y según el censo de población y vivienda 2020 cuenta con 116, 662 habitantes de los cuales 48.2% son hombres y 51.8% son mujeres. Los rangos de edad que concentraron mayor población fueron 15 a 19 años (9,969 habitantes), 5 a 9 años (9,898 habitantes) y 20 a 24 años (9,833 habitantes). Entre ellos concentraron el 25.5% de la población total (DataMéxico, 2022).

El grado de marginación y de rezago social del municipio es “Muy Bajo” , sin embargo, hay 37,930 personas en condición de pobreza, es decir aproximadamente el 32.5% de los habitantes de Hidalgo del Parral (Secretaría del Bienestar, 2022).

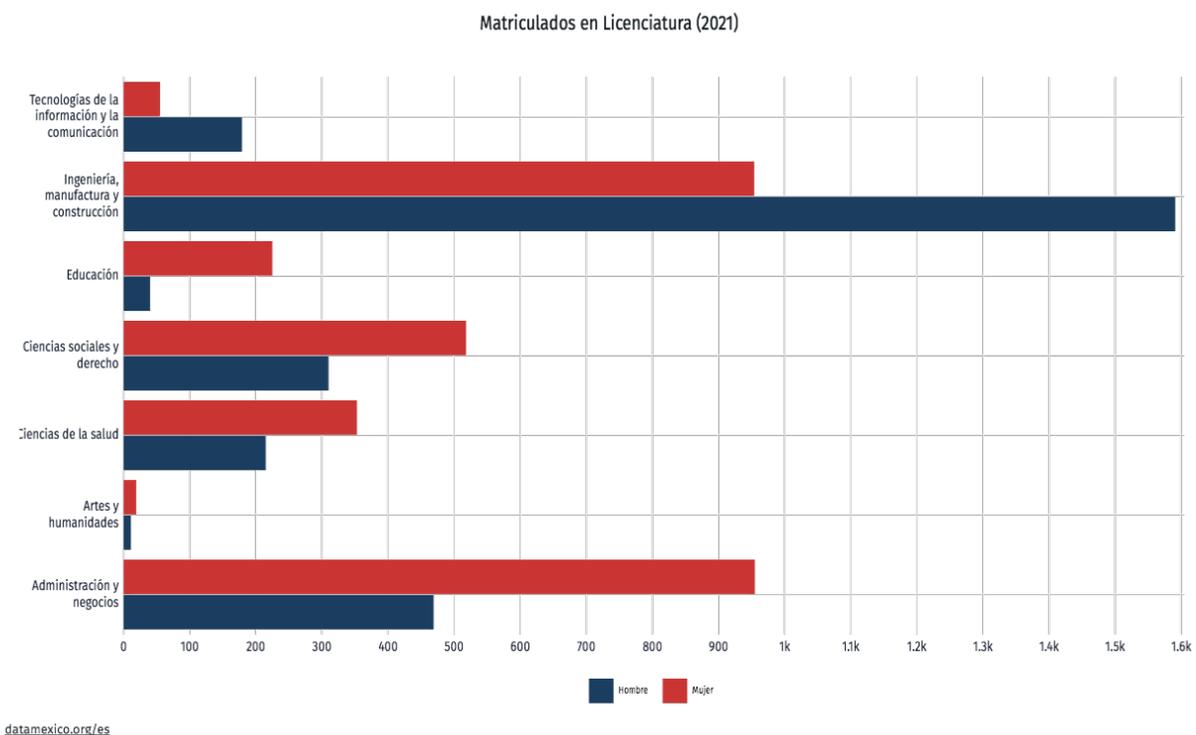
Se bien el municipio tiene una ancestral tradición minera, ganadera y forestal, de acuerdo al Censo Económico de 2019, en Hidalgo del Parral, el 42.7% de las unidades económicas son comercio al por menor, 18.2% son otros servicios excepto actividades gubernamentales, 12.3% son servicios de alojamiento temporal y preparación de alimentos y bebidas. Podemos decir que se trata de una economía de servicios. Solo el 10.2% de las unidades económicas del municipio son industrias manufactureras, sin embargo concentran el 24.1% de los empleados. Aun así, el comercio al por menor emplea la mayor parte de la fuerza laboral con un 28.9% (DataMexico, 2022).

En el estado de Chihuahua, las mujeres siguen concentrándose en ocupaciones con remuneraciones relativamente bajas. Al primer trimestre del 2022, el 7.5% de la fuerza laboral femenina son ensambladoras y montadoras de partes eléctricas y electrónicas, el 5.27% son comerciantes en establecimientos, el 5.21% son empleadas de ventas, despachadoras y dependientas en comercios y el 4.46% son trabajadoras domésticas. Los

salarios de estas actividades oscilan entre los \$3,600 y \$5,800 mensuales en promedio (DataMéxico, 2022).

Volviendo al municipio de Hidalgo del Parral, En 2020, los principales grados académicos de la población de Hidalgo del Parral fueron Secundaria (22.6 mil personas o 26.8% del total), Preparatoria o Bachillerato General (17.3 mil personas o 20.5% del total) y Primaria (17.1 mil personas o 20.3% del total). No existen diferencias significativas entre hombres y mujeres al respecto (DataMéxico, 2022). En donde si existen diferencias en las áreas de matriculación a nivel licenciatura (Figura 1). Las mujeres se concentraron más en licenciaturas de las áreas de Administración y negocios (955), mientras que los hombres en Ingeniería, manufactura y construcción (1,591). Esto puede llevar a los hombres profesionistas a obtener mejores oportunidades laborales y salariales, mientras que las mujeres podrían ser empujadas al emprendimiento, es decir, convertirse en emprendedoras por necesidad.

Figura 1. Áreas de matriculación a nivel licenciatura por género en Hidalgo del Parral



Fuente: DataMexico (2022)

En cuanto al tema de salud, en Hidalgo del Parral, las opciones de atención de salud más utilizadas en 2020 fueron IMSS (Seguro social) (56.8 mil derechohabientes), Centro de Salud u Hospital de la SSA (Seguro Popular) (26.1 mil derechohabientes) y ISSSTE (8.43 mil derechohabientes) (DataMéxico, 2022).

En el mismo año, los seguros sociales que agruparon mayor número de personas fueron Seguro Popular o para una Nueva Generación (Siglo XXI) (59.7 mil derechohabientes) y Pemex, Defensa o Marina (26.8 mil derechohabientes). En todas las opciones de atención

de salud, salvo Pemex, Defensa o Marina, las mujeres tienen un mayor porcentaje respecto al número total de derechohabientes que los hombres (DataMéxico, 2022).

Finalmente, respecto a los casos de Covid19, en los rangos de edades con mayor número de casos confirmados, son las mujeres quienes más casos han presentado. Sin embargo, no ocurre lo mismo en cuanto a los fallecidos, en donde se presentaron más casos de decesos de hombres en algunos rangos de edades (DataMéxico, 2022).

Colecta de información

Se utilizó el método de la encuesta y la entrevista. En el caso de la encuesta, el instrumento de recolección de datos fue un cuestionario. Éste fue tomado de la investigación de Martínez y Rubio (2020), *Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19*. Se agregaron algunas preguntas que fueron de utilidad para el objetivo de la presente investigación, se contextualiza la encuesta con algunos aspectos de género.

Para la aplicación del encuesta y entrevistas a mujeres emprendedoras de la ciudad, se acudió a un grupo de mujeres emprendedoras que forman parte de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA), algunas de ellas colaboraron respondiendo el formulario y aceptaron una entrevista personal. Se difundió el formulario por redes sociales.. Se recabó información de 30 mujeres emprendedoras de la ciudad con negocio establecido.

Se les aplicó un cuestionario de Google Forms, que consta de 30 preguntas las cuales recaban información de la empresa como: tamaño, antigüedad; otros aspectos más personales como escolaridad, estado civil, edad, número de hijos; información sobre decisiones tomadas durante la pandemia respecto a la empresa; sobre el entorno familiar, si padeció de algún contagio en su familia, entre otras. Seguido a esto se eligieron 5 mujeres de las que accedieron a ser entrevistadas, esto con la finalidad de enriquecer la investigación y recabar información más a fondo que con la encuesta no se logra obtener.

El formulario fue enviado vía WhatsApp durante el mes de junio del 2022 y se mantuvo abierto por aproximadamente un mes, contestando un total de 30 mujeres emprendedoras de la ciudad con un negocio establecido.

El cuestionario consta de 6 secciones: información personal, información de la empresa, situación COVID-19 respecto a su actividad económica, uso de la tecnología, información general y experiencias COVID-19 en el entorno familiar. La información fue recabada en dos etapas, la cuantitativa por medio del formulario y una etapa cualitativa, la cual se pretende recabar por medio de una entrevista personal a 5 mujeres que voluntariamente aceptaron ser entrevistadas.

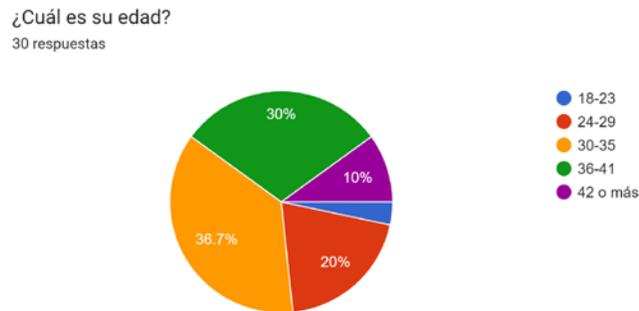
Cabe aclarar que al tratarse de un estudio exploratorio, no se acudió a un muestreo estadístico sino más bien a uno determinístico. Los resultados no se pueden generalizarse a todas las emprendedoras de la ciudad de Hidalgo del Parral sino más son válidos únicamente para las emprendedoras encuestadas.

Resultados

Sección sobre información personal

En esta sección se analiza sobre datos personales de las propietarias de empresas que contestaron el cuestionario. Respecto a la edad, un 36.7% de la encuestadas se encuentran en un rango de entre los 30 y 35 años, el 30% entre 36 y 41 años, el 20% entre 24 y 29 años, solo el 10% de las mujeres entrevistadas tiene 42 años o más y solo un 3.3% tiene de 18 a 23 años (Figura 2).

Figura 2: Edad de las encuestadas



Fuente: Elaboración propia

Respecto al nivel de estudios encontramos que en este grupo encuestado, la mayoría de las mujeres tienen estudios universitarios, siendo estas mujeres un 70%, un 16.7% terminó la preparatoria, un 6.6% tiene estudios de primaria y un 6.6% es técnico universitario.

Se preguntó también sobre el estado civil, un 51.7% de las mujeres entrevistadas son casadas, un 10.35% viven en unión libre y un 3.45% están divorciadas. Y sobre el número de hijos que tienen encontramos que el 50% de las encuestadas tienen de 1 a 2 hijos, el 26.7% tienen 3 o más y el 23.3% no tiene hijos.

Sobre los años que tienen como empresarias, el 66.7% tiene más de 3 años, el 26.6% tiene de 1 a 3 años y el 6.6% tiene menos de un año.

En resumen, podemos decir que la mayoría de las encuestadas son mujeres menores de cuarenta años, cuentan con estudios universitarios con una pareja, con hijos y con más de tres años de experiencia al frente de sus negocios.

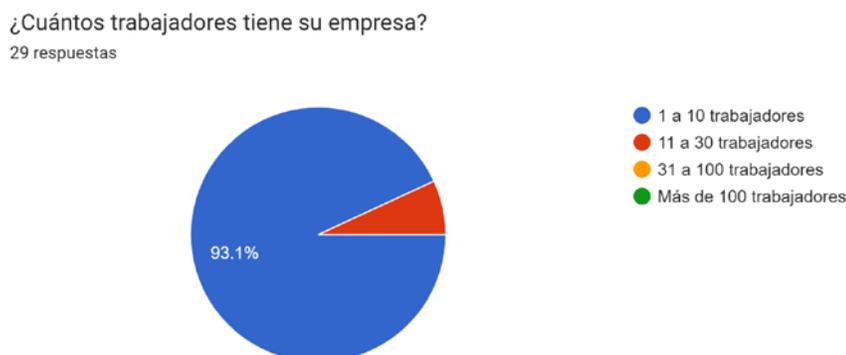
Sección sobre información de la empresa

Aunque pertenecen al grupo de mujeres empresarias de la CANACINTRA de Parral, un 66.7% de las empresarias manifestó pertenecer al sector servicios, mientras que el 33.3% restante al comercio.

Respecto al número de trabajadores que tiene la empresa, el 93.1% tienen de 1 a 10 trabajadores contratados lo que las ubica como microempresa, y el 6.9% de las encuestadas tiene de 11 a 30 trabajadores contratados, siendo esta una pequeña empresa (Figura 3).

Asimismo el rango de ventas anuales es de 4 mdp (millones de pesos) para un 83.3% de las empresas, desde 4.01 hasta 100 mdp para el 12.5% y desde 4.01 hasta 100 mdp para el 4.2%. Podemos afirmar que las empresarias entrevistadas son propietarias de Micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) del sector de servicios y comercio.

Figura 3: Número de trabajadores



Fuente: elaboración propia

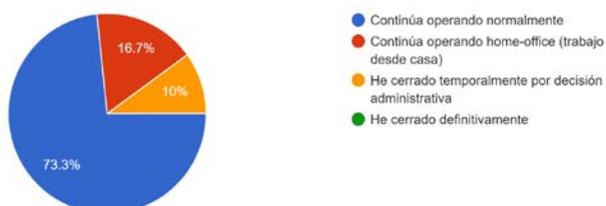
Cabe mencionar que se observó en una reunión que se tuvo con algunas de las mujeres emprendedoras de la ciudad, que hay mujeres que pertenecen al grupo de mujeres industriales Parral, de CANACINTRA, pero no son ellas las propietarias del negocio, sino que son esposas o hijas del propietario y ellas fueron las que contestaron el formulario. Lo que nos puede llevar a un margen de error en algunas respuestas.

En el tipo de constitución de la empresa un 93.2% de las empresas están constituidas por una persona física, un 3.36% por sociedad limitada y un 3.36% por sociedad con responsabilidad limitada.

Impacto del COVID-19 en los emprendimientos

El 73.3% de las encuestadas señaló que continúa operando de manera normal, un 16.7% continúa operando de manera virtual o home office y solo un 10% ha cerrado temporalmente (Figura 4) . Es importante mencionar la relevancia del presente estudio ya que nos interesa saber cómo han logrado superar los retos ocasionados por la COVID-19 en su empresa y esto les sirva a futuras generaciones de emprendedoras.

Figura 4: COVID-19- actividad económica



Fuente: elaboración propia

Un 62.1% menciona no haber contratado empleados en el último año y un 37.9% si ha contratado empleados.

La demanda de su producto/servicio se redujo notablemente para un 53.3% de las empresas y para un 46.7% ha aumentado o se ha mantenido constante.

En cuanto a los trabajadores contratados, un 77.8% no se ha visto en la necesidad de tomar alguna medida en materia laboral debido a la situación, un 18.5% ha tenido que descansar temporalmente a sus trabajadores y un 3.7% ha tenido que suspender temporalmente o despedir empleados por la situación.

Un 53.3% de las empresas no enfrentan contagios y un 46.7% si tuvieron contagios dentro de ella. Las medidas que tomaron para enfrentar la situación fueron con descansos temporales e incapacidades.

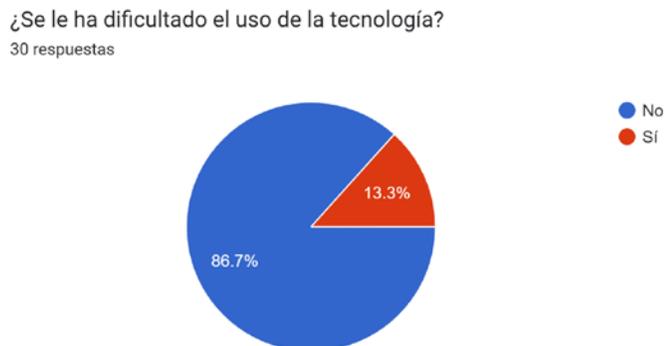
Uso de la tecnología

Es sabido, que entre los cambios que detonó el cierre de actividades debido a la Covid19 en el medio empresarial y en muchos otros ámbitos fue la intensificación en el uso de las tecnologías de la información. Es por ello, que decidimos indagar un poco al respecto entre nuestras encuestadas.

Para el caso del uso de la tecnología a un 86.7% no se le dificulta el uso, mientras que para un 13.3% se le sigue dificultando el estar a la vanguardia en tecnología. Para quienes se les dificulta el uso de la tecnología se realizó la pregunta del porqué se les dificulta para lo que respondieron:

- 1.-Retos y cambios hacia lo desconocido
- 2.-Para darle difusión a los servicios que ofrecemos
- 3.-Pagos de internet
- 4.-Porque no uso computadoras

Figura 4.-Dificultades en el uso de la tecnología



Fuente: Elaboración propia

Además del uso de la tecnología, se les preguntó si consideran que es un freno o un impulso para el crecimiento económico, el 93.3% considera que es una herramienta que impulsa el crecimiento y el 6.7% cree que es una herramienta que frena el crecimiento económico. Posiblemente las personas que consideran que es un freno para el crecimiento económico en su empresa, son de las mismas personas a quienes se les dificulta el uso de la tecnología por alguna de las cuestiones antes mencionadas.

Quienes utilizaron la estrategia de home-office, utilizaron diferentes medios tecnológicos que mencionaremos a continuación empezando por el más utilizado hasta el menos utilizado: las videoconferencias fueron utilizadas por un 64%, plataformas para compartir archivos 36%, red interna virtual (VPN) un 8%, un 32% de las mujeres encuestadas utilizaron la misma tecnología que en el trabajo de manera presencial y sólo un 4% realizaba reuniones de manera presencial pero con poco personal.

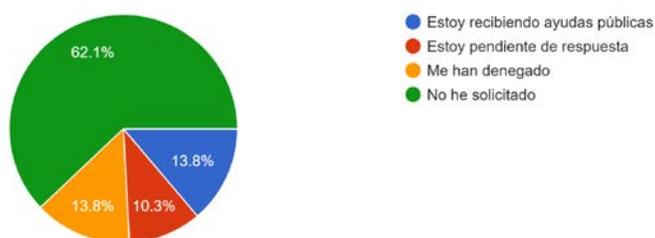
Información general

Un 58.6% de la población encuestada dice que no se ha enfrentado a ninguna situación de desigualdad de género y un 41.4% si ha experimentado alguna vez desigualdad de género durante su emprendimiento.

De las 30 mujeres encuestadas, 16 opinan que la situación actual de crisis causada por la pandemia, puede propiciar a que aparezcan nuevas oportunidades para cualquier empresa; 6 dicen que sí para empresas con recursos suficientes y orientadas a actividades relacionadas con la solución de la crisis; 5 dicen que si para empresas con recursos suficientes y diversificados y 2 personas dicen que no, que la actual pandemia no propicia a que aparezcan nuevas oportunidades.

Respecto a la recepción de ayudas públicas por la COVID-19, el 62.1% no ha solicitado ningún tipo de ayuda, mientras que un 13.8% está recibiendo alguna ayuda, a otro 13.8% le han denegado la solicitud y un 10.3% se encuentra en espera de respuesta.

Figura 5. Ayudas recibidas a partir de la pandemia de la COVID19



Fuente: Elaboración propia.

Los emprendedores enfrentan diferentes retos durante su emprendimiento, lo que nos llevó a cuestionar si los retos son mayores para las mujeres que para los hombres. Un 75.9% contestaron que no son mayores para las mujeres que para los hombres y un 24.1% opinan que sí. Entre las razones de quienes opinan que los mujeres enfrentan mayores retos que los hombres a la hora de emprender están las siguiente:

1. Por la responsabilidad social que se tiene hacia el género especialmente para las madres
2. Por la tendencia de la sociedad a imponer la carga del cuidado de los hijos a las mujeres, lo que ha multiplicado el trabajo que estas tienen que desempeñar a la par de su emprendimiento
3. Porque tenemos hijos y a ellos también afecta, por lo que tenemos que ver quién los cuida mientras seguimos con las labores
4. Para las mujeres que son amas de casa, es más difícil la tarea de la casa y el cuidado de los hijos
5. Porque se dificulta mucho por la violencia que se ha generado.
6. Existen muchas mujeres que no cuentan con el recurso inicial para iniciar una emprendimiento
7. El cuidado de nuestros hijos la organización de la casa y la oficina se complican

Para las mujeres emprendedoras que están casadas, el rol en el hogar se lleva a cabo de la siguiente manera: en un 47.6% de los casos ambos realizan las tareas del hogar y se encargan del cuidado de los hijos por igual, en un 38.1% la pareja interviene pero la mujer participa más en las tareas del hogar y cuidado de los hijos y en un 14.3% de los casos solo la mujer participa en las tareas del hogar.

Experiencias COVID-19 en el entorno familiar

Las experiencias con la COVID19 se dieron de la siguiente manera. Nueve de las empresarias enfermaron, a 12 de ellas se les enfermó un familiar, en 10 casos enfermó toda su familia, a 12 de ellas solo conocidos se le han enfermado. Lo que nos indica que en el 100% de los casos tuvieron experiencias cercanas de contagio por COVID-19.

Para una mujer emprendedora, el apoyo por parte de la pareja es fundamental. Para este grupo de mujeres emprendedoras en el 82.4% de los casos ambos colaboraron para sacar adelante la situación y en el 17.6% de los casos solo la mujer sacó adelante la situación. En la mayor parte de los casos participan hombre y mujer en las tareas del hogar.

Según las respuestas del cuestionario, la actividad económica de las emprendedoras se vio afectada por miedo a contagiarse en un 55.6% de los casos, por el cuidado de algún miembro de la familia en un 22.2% de los casos y por mayor atención a la educación de los hijos en un 22.2%.

Con la finalidad de enriquecer la investigación, se sugirió agregar comentarios según su experiencia respecto a la COVID-19, para lo que respondieron:

“Mi empresa está dedicada a la consultoría en mercadotecnia y, paradójicamente, durante la pandemia se incrementó la demanda por mis servicios (probablemente por la necesidad de las empresas de encontrar soluciones a las problemáticas enfrentadas). Afortunadamente, no tengo hijos y/o marido que impusieran un reto para asumir mayor carga laboral.”

“El cierre obligatorio del primer año fue lo más duro, fue subsistir y sacar un producto que sostuviera los gastos corrientes del local por lo menos. Fue hacer uso de los ahorros y meter los gastos a lo indispensable.”

“A nivel económico afectó debido que no pude abrir mi lugar como siempre y cerraba a temporadas.”

“En un principio mis consultas disminuyeron notablemente, después en las plataformas vi una oportunidad de crecimiento e incrementar terapias virtuales.”

“En aspectos financieros ya que nuestra empresa es de rubro para eventos y con lo del Covid no se logran las ventas que normalmente teníamos. Pero nos sirvió para buscar otras estrategias de venta y promocionar más servicios que ofrecemos.”

Conclusiones

Diversos estudios del emprendimiento sugieren una diferencia significativa entre las barreras que enfrentan los hombres y las mujeres al crear, dirigir y hacer crecer sus negocios. Trabajos a partir de la pandemia provocada por la Covid19 han reportado que las mujeres han sido mayormente afectadas por la llamada *coronacrisis*. En este trabajo, se buscó reportar a nivel local lo que ha ocurrido con las mujeres emprendedoras de la ciudad de Hidalgo del Parral. Al menos en lo que corresponde a la encuesta, a primera vista no se observaron que desde la perspectiva de las 30 mujeres participantes perciban mayores afectaciones en sus negocios a partir de la pandemia, si bien todas fueron afectadas personalmente por la COVID. Probablemente, porque se trata de mujeres que tienen la oportunidad de pertenecer a una asociación empresarial como la CANACINTRA, o que cuentan con recursos y ciertos privilegios de clase. Recordemos que, dado el carácter determinístico del muestre, los resultados de este trabajo no se pueden generalizar para el resto de las emprendedoras de la ciudad.

Las emprendedoras entrevistadas incluso fueron capaces de adaptarse muy bien en términos del uso de la tecnología para hacer frente a los retos de la pandemia.

Sin embargo, los emprendedores siguen en la lucha por subsistir y adaptarse a la nueva normalidad. México, se encuentra saliendo de la pandemia e implementa programas de ayuda para el sector emprendedor, pero ello no implica que todo el sector se vea beneficiado ya que se observó que algunas mujeres emprendedoras no han solicitado ningún tipo de apoyo, a otras les han negado el apoyo y un pequeño porcentaje de la población en cuestión no ha solicitado ningún tipo de ayuda.

Es importante, continuar con la parte cualitativa de esta investigación, e indagar en las entrevistas con aquellas emprendedoras que aceptaron participar, particularmente quienes sí manifestaron haber sido afectadas por la pandemia, para conocer a detalle aspectos significativos y obtener más conclusiones preliminares de esta investigación.

Referencias

- Boudon, R. et al.** (2003) *Dictionnaire de sociologie*. Paris, Larousse.
- Chowdhury, EK, Khan, II, Dhar, BK.** (2022) “Catastrophic impact of Covid-19 on the global stock markets and economic activities” . En *Bus Soc Rev*. Volumen 127 Número 2, pp. 437– 460. <https://doi.org/10.1111/basr.12219>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)** (2021) *Estudio Económico de América Latina y el Caribe, 2021* (LC/PUB.2021/10-P/Rev.1), Santiago.
- Data México** (2022) Hidalgo del Parral Municipio de Chihuahua. Consultado el 30 de julio de 2022. Disponible en <https://datamexico.org/es/profile/geo/hidalgo-del-parral?indicatorCensus=Total%20Employees%20Depends%20on%20the%20Economic%20Unit&occupationSelectorGender1=gender2&workforceSelector=workforceOption>
- Dussan, D. A., Mosquera, D. Y., y Quintero, A.** (2019) “El emprendimiento femenino: revisión de literatura “en *Revista Entornos*, Vol. 32, No. 2, pp. 51-59.
- Gartner, W.** (1989) ““Who is an entrepreneur?” is the wrong question” en *Entrepreneurship theory and practice*. Summer 89, Vol. 13, Núm. 4, pp. 47-68.
- Global Entrepreneurship Monitor** (2021) *Women’s Entrepreneurship 2020/21: Thriving Through Crisis*. London, London Business School.
- Janssen, F. y Surlemont, B.** (2009) “L’entrepreneur: ses caractéristiques et ses motivations” En Janssen, F. (Dir.) *Entreprendre : une introduction à l’entrepreneuriat*. Bruxelles. De Boeck, pp. 31-48.
- Oyedele Martins Ogundana, et al.** (2021) “Women entrepreneurship in developing economies: A gender-based growth model” en *Journal of Small Business Management*. Vol. 59. Sup.1, pp. S42-S72, DOI: 10.1080/00472778.2021.1938098
- Orihuela-Ríos, N.C.** (2022) “Emprendimiento femenino: características, motivos de éxito, limitantes, involucrados y consecuencias” en *INNOVA Research Journal*, Vol. 7, Núm. 1, pp. 109-122. <https://doi.org/10.33890/innova.v7.n1.2022.1946>
- Parker, S.** (2004) *The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship*. Cambridge. Cambridge University Press.
- Proaño-Castro, M. F., Segarra-Jaime, H.P., y Jara-Nivelo, J.J.**(2021) "Emprendimiento femenino en pandemia. Una realidad en las mujeres de la zona noroeste de Guayaquil, Ecuador." en *Revista Publicando*. Vol. 8, Núm. 31, pp. 117-127.
- Sánchez-Lezama, M.L.** (2021). El impacto del COVID19 en el emprendimiento en México, Chile, Colombia y Brasil. En 25 Congreso Internacional de Ciencias Administrativas. UNAM, ANFECA, Universidad de Costa Rica. <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2021/7.04.pdf>
- Secretaría de Bienestar** (2022) Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social 2022 Hidalgo del Parral. Consultado el 30 de julio de 2022. Disponible en

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/698868/08_032_CHIH_Hidalgo_del_Parral.pdf

Sharma, P. y Chrisman, J.J. (1999) "Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship" en *Entrepreneurship Theory and Practice*. Volumen 23, Número 3, pp. 11-27.

Vasilić, N., Popović-Pantić, S., y Semenčenko, D. (2020) "Women Entrepreneurship in the Time of COVID-19 Pandemic" en *Journal of Women Entrepreneurship and Education*, No. 3-4, pp. 23-40.

Wang, Q. (2012) "Ethnic Entrepreneurship Studies in Geography: A Review" en *Geography Compass*, Vol. 6, Núm. 4, pp. 227-240.

Zamora Torres, A. I., Díaz Barajas, Y. y Jiménez Belmont, M. C. (2022) «Emprendedoras en México en tiempos de pandemia», en *Región y sociedad*, 34, p. e1534. doi: 10.22198/rys2022/34/1534.

