



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS

INTERNACIONALES

Clasificación de los factores del emprendimiento femenino exportador  
en Iberoamérica

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

**AUTORA:**

Shocosh Ramirez, Karol Noheli (ORCID: [0000-0001-7572-5194](https://orcid.org/0000-0001-7572-5194))

**ASESORA:**

Dra. Navarro Soto, Fabiola Cruz (ORCID: [0000-0003-2123-8416](https://orcid.org/0000-0003-2123-8416))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2020

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto de investigación es una clara muestra del compromiso y amor hacia la carrera profesional que escogí. Ante todo, pongo a Dios, quien es el que guía e ilumina mi camino en cada paso que doy, seguido por mi familia, amigos y maestros, que a lo largo de estos años me han brindado su apoyo emocional y moral para seguir adelante.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi asesora la Dra. Fabiola Navarro Soto por su constancia y apoyo incondicional para conmigo

A mis padres y abuelos, por haberme guiado y formado con valores, ya que gracias a ellos soy la persona que soy en la actualidad, todos mis logros se los debo a ellos.

Para finalizar, quiero agradecer a todas las personas que directa e indirectamente influyeron en la elaboración de esta investigación, siempre brindándome unas palabras de aliento.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO</b>	<b>8</b>
<b>III. METODOLOGÍA</b>	<b>18</b>
3.1 Tipo y diseño de investigación	19
3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización	20
3.3 Escenario de estudio	20
3.4 Participantes	20
3.5 Técnica e instrumentos de recolección de datos	21
3.6 Procedimientos	21
3.7 Rigor científico	22
3.8 Método de análisis de información	24
3.9 Aspectos éticos	24
<b>IV. RESULTADOS Y DISCUSIONES</b>	<b>25</b>
<b>V. CONCLUSIONES</b>	<b>47</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	<b>48</b>
<b>REFERENCIAS</b>	<b>49</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>54</b>

## Índice de tablas

Tabla 1 <i>Clasificación de factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica</i>	20
Tabla 2 <i>Resumen de criterios de búsqueda</i>	22
Tabla 3 <i>Clasificación de factores del emprendimiento femenino según criterios principales de los factores internos</i>	27
Tabla 4 <i>Clasificación de factores del emprendimiento femenino según criterios principales de los factores externos</i>	30
Tabla 5 <i>Clasificación de factores del emprendimiento femenino según criterios principales de los factores para la internacionalización</i>	33
Tabla 6 <i>Clasificación de factores del emprendimiento femenino exportador apriorístico</i>	37

## Resumen

Los factores del emprendimiento femenino exportador son pilares esenciales para que una mujer de ese gran paso que es emprender. El problema general fue que no se encontró una clasificación de los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica y el objetivo general fue clasificar los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica en concordancia con tres factores o criterios como son factores del emprendedor, factores sociales y factores de internacionalización. Se implementó el diseño de investigación aplicada con nivel descriptivo, siendo un diseño cualitativo narrativo de tópico enfocado específicamente en una temática, fenómenos o sucesos. La conclusión fue que los tanto los factores internos y externos para el emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica influyen de manera tanto positiva y negativa para que una mujer se decida por ingresar al mercado exterior. Por otro lado, es fundamental que las féminas tengan conocimiento sobre los aspectos para la exportación de sus emprendimientos ya que así se podrá determinar si es favorable incursionar en la exportación con respecto a sus emprendimientos.

**Palabras claves:** female export, Entrepreneurship in Ibero America, export, internationalization, Iberoamérica, factores del emprendimiento femenino

## **Abstract**

The factors of female export entrepreneurship are essential pillars for a woman of that great step that is to undertake. The general problem was that we did not find a classification of the factors of female entrepreneurship in Latin America and the general objective was to classify the factors of female entrepreneurship in Latin America in accordance with three factors or criteria such as factors of the entrepreneur, social factors and factors of internationalization. The applied research design was implemented with a descriptive level, being a qualitative narrative design of topic focused specifically on a theme, phenomena or events. The conclusion was that both internal and external factors for female entrepreneurship in Latin America have a positive and negative influence on a woman's decision to enter the foreign market. On the other hand, it is essential that women have knowledge about the export aspects of their enterprises, since this will help them determine whether it is favorable for them to enter the export market.

**Keywords:** female export, Entrepreneurship in Latin America, export, internationalization, Latin America, factors of female entrepreneurship

## I. INTRODUCCIÓN

El presente informe de investigación ha sido realizado con el fin de clasificar los factores que existen dentro del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica, lo cual se obtuvo que existe una relación significativa. Ya que, dentro del mundo empresarial, la presencia femenina ha tenido un crecimiento considerable, dentro de las últimas décadas. Para esto Conexión ESAN (2019) nos indicó que:

Las economías en desarrollo muestran una igualdad más elevada entre emprendimientos masculinos y femeninos, a comparación de las economías ya desarrolladas. América Latina y Asia muestran una paridad mayor entre ambos géneros como resultado de una TEA mayor (Total Entrepreneurial Activity o Actividad Empresarial Total). Las mujeres resaltan en los emprendimientos que están centradas en la innovación, ya que la tecnología es una parte muy importante dentro de esta tendencia.

Algunos incluso sostienen que la contribución de las mujeres empresarias tiende a ser superior al resultante de la actividad empresarial de los hombres, ya que, en los últimos años, la atención general a la mujer y la capacidad empresarial en los países desarrollados ha aumentado progresivamente y el enfoque a esta “fuente no explotada” de crecimiento parece ser indispensable hoy en día para profesionales del desarrollo y los encargados de formular políticas.

Las mujeres emprendedoras abarcan manufactura, empresas sociales, moda y estilo de vida, alimentos y bebidas, arte y entretenimiento, agricultura y biotecnología, atención médica, educación y capacitación, consumo y comercio, entre otros. (The Economic Times, 2020)

América Latina es un centro en constante crecimiento para las mujeres emprendedoras STEM (science, technology, engineering and mathematics) que están creando nuevas empresas para resolver problemas sociales urgentes. Utilizando sus antecedentes y estudios en ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas, están creando empresas que brindan acceso a finanzas, salud y educación, o mejoran industrias tradicionales como transporte, agroindustria, alimentos y minería.

Para esto América económica comentó que:

Cerca del 80% de las emprendedoras STEM que están creciendo gradualmente en América Latina, están planeando expandir internacionalmente sus compañías, dentro de los próximos 5 años. [...] Aunque aún tengan obstáculos que enfrentar, ya que un alrededor del 60% de las emprendedoras STEM, indicó que existen tres principales factores que representan un desafío siendo estos el balance entre vida, trabajo y roles sociales, y que debido a esto sus negocios no puedan tener éxito. Por otro lado, el 46% mencionó que el factor financiero y el acceso a capital es uno de los más grandes obstáculos que se tiene al momento de comenzar un negocio.

Así mismo, la Asociación de emprendedores del Perú (2018) también mencionó que:

Existen diversos prejuicios y creencias que ponen en una posición de desventaja a la mujer dentro del ecosistema emprendedor, pero que se puede lograr erradicar comenzando por la educación, ya que ese espíritu emprendedor se debe inculcar desde la infancia a todas las niñas, hacerles creer que el emprendimiento tiene un fin, que todo lo que se propongan ella son capaces de lograrlo.

Aunque los bajos salarios hacen que sea extremadamente difícil conseguir que los bancos aprueben sus préstamos. Como resultado, la imposibilidad de obtener financiación de fuentes tradicionales significa que es más probable que las mujeres pidan prestado dinero de familiares y amigos para financiar su propio negocio (Jenner, 2019)

Así mismo, Jenner (2019) también mencionó que “el Banco Mundial también destaca que la mayoría de las empresas dirigidas por mujeres trabajan en los sectores minoristas y de servicio, que ganan menos dinero”.

En la última década, la diversidad de género en el lugar de trabajo, ha sido un tema constante, tanto a nivel mundial como regional. Si bien las empresas han

estado trabajando para promover el equilibrio entre géneros, especialmente en los niveles de adopción de decisiones de las empresas, la aplicación real ha demostrado ser lenta y agotadora. (Halaseh, 2020)

Así mismo, Halaseh (2020) indicó:

El aumento de los niveles de diversidad de género ha demostrado, mediante amplias pruebas, tener un efecto positivo en el crecimiento económico y el rendimiento de una empresa. También ha demostrado que la diversidad de género se correlaciona con una mayor atención a la sostenibilidad, la gobernanza ambiental, social y empresarial y los objetivos de desarrollo sostenible.

Un excelente ejemplo de apoyo al emprendimiento femenino nos da Visa que ha anunciado el lanzamiento de un programa de subvenciones en la India para apoyar a las mujeres emprendedoras con su socio IFundWomen, siendo una extensión de dos programas ya lanzados en los Estados Unidos este año, las mujeres emprendedoras en India ahora recibirán fondos de Visa para crecer y expandir su negocio. (The Economic Time, 2020)

Siendo esto una iniciativa que debería también aplicarse para los países de América Latina, pero ¿qué es IFundWomen?, para esto The Economic Times mencionó que:

Es el mercado para todas aquellas empresas que tienen como propietarias a mujeres y a todas las personas que quieren apoyarlas con acceso a capital, entrenamiento y conexiones. La asociación de Visa con IFundWomen ha sido diseñada para ayudar a las mujeres emprendedoras y obtener los fondos que necesitan a través de una serie de subvenciones. (2020)

En los últimos años, la participación de las mujeres dentro del ecosistema emprendedor ha ido creciendo considerablemente. A nivel mundial, en los últimos años la actividad de las mujeres emprendedoras creció un 10%. Sin embargo, muchas de estas nuevas empresas no son empresas de alto impacto, y por ende no hacen un cambio significativo en el empleo, facturación o responsabilidad social.

Por otro lado, la mayor parte de este crecimiento se ha producido en América del Norte, Europa Occidental y Australia. En cambio, en lo que respecta a América Latina, Asia y África, cuentan con un bajo crecimiento del espíritu empresarial femenino. (Endeavour, 2019)

Las organizaciones deberían reconocer la importancia de la diversidad de género y tomar conciencia de las ventajas que repercuten positivamente en el rendimiento de las empresas y el crecimiento económico, ya que no se debería pensar como un simple imperativo ético, sino más bien como una prioridad empresarial que está establecido en todas sus estructuras.

Alrededor del mundo, las personas son incitadas a iniciar un negocio, principalmente por una o dos razones principales: 1) porque no tienen otros medios de apoyo económico o empleo; o 2) porque están buscando una oportunidad de negocio. [...] En la mayoría de los países, las mujeres tienen una probabilidad desproporcionadamente mayor que los hombres de denuncia un motivo de necesidad. A nivel mundial, el 27% de las mujeres declararon que iniciaban un negocio por necesidad, a comparación con el 21.8% de los hombres. Así mismo en el informe del GEM 2018/2019, el 68.4% de las mujeres empresarias informaron que habían iniciado un negocio buscando una oportunidad, a diferencia con el 74% de los hombres empresarios, lo que representa una diferencia de género de 7%. Por otro lado, en todos los niveles de ingresos nacionales, las tasas TEA impulsadas por la necesidad para las mujeres son más altas en los países de bajos ingresos, con 37%, mientras que las tasas TEA impulsadas por oportunidad para las mujeres con más altas en los países de altos ingresos. Lo que sugiere que la necesidad puede impulsar tasas TEA más altas en los niveles de ingresos nacionales más bajos, mientras que la menor necesidad de espíritu empresarial hace que menos personas se inicien en las economías de altos ingresos, con unas pocas excepciones. (Global Entrepreneurship Monitor, 2019, p. 22)

Las justificaciones en esta investigación fueron, primero como teórica permite conocer los principales factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica. Por ello, en esta investigación se tuvo cimiento teórico al autor Blanco y Pirela (2016), para investigar de qué manera se logra transmitir información sobre los principales factores del emprendimiento femenino exportador, teniendo como motivación internacionalizarse y empoderarse dentro del rubro empresarial.

Segunda justificación metodológica, se ha efectuado un enfoque de tipo cualitativo, desarrollando conceptos legibles a través de la narrativa, logrando resaltar los objetivos establecidos para luego ser comprobado, y así contar con una mayor fiabilidad en la redacción de esta investigación.

Tercera justificación social brindará conocimiento con respecto a cuáles son los principales factores que impulsan a las féminas a emprender y proyectarse a exportar dicho emprendimiento en Iberoamérica, beneficiando a la comunidad intelectual que también pueda realizar una investigación teniendo como base o referencia a esta misma variable, comprendiendo la clasificación de los factores del emprendimiento femenino exportador, determinando las actividades, desde una categoría horizontal, vertical y conglomerado, según López, (2018)

Cuarta justificación práctica, tendrá un beneficio para la sociedad sobre la clasificación de los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica. Por ello, seleccionamos a Arias (2016) como base refiriéndose a que en esta sección se debe indicar los motivos por el cual se realiza la búsqueda y todas las aportaciones posibles desde un punto de vista teórico o práctico.

Sobre la base de la realidad problemática se planteó el problema general y los específicos de la investigación. El problema general de la investigación fue que no se encontró una clasificación de los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica. Los problemas específicos de la investigación fueron: PE1: No se ha encontrado ha encontrado una clasificación del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica por factores internos; PE2: No se ha encontrado ha encontrado una clasificación del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica por factores externos Y PE3: No se ha encontrado ha

encontrado una clasificación del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica por factores para la exportación.

El objetivo general de la investigación fue clasificar los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica. Los objetivos específicos fueron: OE1: Clasificar del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica por factores internos; OE2: Clasificar del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica por factores externos; y OE3: Clasificar del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica por factores para la exportación.

## **II. MARCO TEÓRICO**

Puente, Gonzáles y Cervilla (2019) analizaron el proceso de motivación de los empresarios por necesidad, utilizando la base de datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para los países de Latinoamérica. Concluyendo que se identificaron tres tipos de motivación empresarial: necesidad, oportunidad y transición, demostrando que la dicotomía de la motivación no representa el espíritu empresarial en Latinoamérica. Así como también, que la iniciativa empresarial impulsada por la necesidad no indica necesariamente ausencia de aspiraciones de alto crecimiento por algunos empresarios de esta categoría tienen tales aspiraciones. Para finalizar, se observó que existen diferencias significativas entre los empresarios en función del contexto, concretamente entre los empresarios impulsados por la necesidad

Castiblanco y Martín (2018) investigaron las barreras del emprendimiento femenino en Bogotá. Se realizó una investigación documental donde se analiza como primer lugar aquellas razones que las mujeres tienen para emprender un negocio, las diferencias que aún existen entre ambos sexos y las barreras con respecto al acceso de financiamiento. Los resultados fueron que se encontró que el desarrollo social, económico y cultural son de gran importancia para lograr el emprendimiento femenino, así como se identificó las barreras que afrontan las féminas, siendo una de ellas la desigualdad. Concluyeron que el emprendimiento está logrando desarrollar oportunidades equitativas entre las mujeres y los hombres, ya que es una conexión importante de la sociedad y economía. Ya que la brecha aún existente de la desigualdad de género está siendo rota poco a poco, y esto está permitiendo que las mujeres tengan una oportunidad igual a los hombres, con ayuda de programas y a entidades que brindan apoyo al emprendimiento femenino.

De Castro, de Moraes, Coda y de Franca (2018) investigaron la existencia de los típicos comportamientos preferidos que podría caracterizar el perfil empresarial de las mujeres brasileñas y si en este perfil influye en su motivación para emprender una empresa. El método de investigación fue cuantitativo. Concluyeron que las categorías de comportamiento que más influyen en el perfil empresarial de las mujeres brasileñas son la planificación, la identificación de oportunidades, la

sociabilidad y el liderazgo. El comportamiento relacionado con la persistencia no se correlacionó con el perfil empresarial de las mujeres.

Pergelova, Manolova, Simeonova-Ganeva y Yordanova (2019) examinaron la forma en que las tecnologías digitales afectan a la expansión internacional de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) dirigidas por mujeres. Concluyeron que las tecnologías digitales repercuten positivamente en la internacionalización de las PYMES mediante la mediación de la inteligencia de mercado internacional. Además, se propuso que las empresarias aprovechen los efectos habilitantes de las tecnologías digitales más que sus homólogos masculinos.

Kuschel y Labra (2018) investigaron e identificaron los elementos actuales que están contribuyendo a la construcción de la identidad de las mujeres fundadoras que participan o han participado en el programa de aceleración de Start-Up Chile. Concluyeron la comprensión de la identidad empresarial y la construcción de la identidad permitirá elaborar políticas y acelerar el crecimiento. Ya que, la construcción de esta debe considerarse tan importante como la educación empresarial y la creación de empresas. El sistema empresarial de Chile se ha desarrollado ahora en una nueva etapa, en esta etapa el ecosistema chileno proporciona más recursos a la segunda oleada de mujeres fundadoras. Estas tienen actividades de creación de redes destinadas a mujeres empresarias y especialmente destinadas a las mujeres de empresas tecnológicas, ya que el acceso a redes ha permitido que un número cada vez mayor de mujeres empresarias participe en actividades empresariales, lo que ha contribuido a cerrar la brecha de género en la participación, ampliamente difundida en la industria tecnológica.

Díaz y Silva (2017) examinaron los retos de las políticas públicas para el fomento del emprendimiento femenino en Colombia. Analizando el contexto socio-cultural y las políticas públicas de emprendimiento femenino en Colombia desde el año 2006 al 2016, y así tratar de comprender si estos lograr fomentar o no el emprendimiento de las mujeres a base de los informes del GEM para Colombia identificando las causas estructurales. Concluyeron que la masculinización en el

sector económico y el conocimiento, que es la causa de la división de ambos sexos en el campo laboral y el difícil acceso y control de recursos por parte de las mujeres, tienen como consecuencia directa en la decisión de emprender como una alternativa.

Forero (2019) identificó los rasgos de la personalidad femenina y su incidencia en los procesos de emprendimiento, un factor de éxito en Colombia, buscando contribuir al conocimiento con respecto al emprendimiento femenino en empresas dinámicas que cuentan con más de 10 años en el mercado y más de 10 empleados, partiendo de los rasgos de personalidad y condiciones demográficas, siendo un estudio de metodología descriptiva, dentro de un enfoque mixto, trabajando con población de las provincias de Guanenta y Comunera, siendo 384 las empresas. Concluyeron que no fue posible encontrar equidad laboral para las mujeres, si no se logra resolver toda la carga de trabajo no remunerado; a su vez también se mostró que las mujeres crean una cantidad menor de empresas que los varones, aunque existe el interés por parte de las féminas con respecto a la creación, desarrollo y mantenimiento de nuevas empresas.

Villares (2018) analizó las posiciones de género y de clase de las mujeres migrantes latinoamericanas que explican los significados de convertirse en empresarias y el papel de sus cónyuges en sus trayectorias profesionales. Concluyó que las mujeres inmigrantes latinoamericanas de clase media se convierten en empresarias para promover el avance profesional de sus cónyuges, al tiempo que se ajustan a las normas de feminidad basadas en la clase. En cambio, las mujeres latinoamericanas de clase baja ven a la empresa como un espacio de autonomía y de ascenso ocupacional que, sin embargo, también se ajusta a las definiciones de la feminidad de la clase trabajadora. Que todo esto se relaciona con el hecho de que las aspiraciones de clase son fundamentales para apoyar la integración en el mercado laboral y el emprendimiento de las mujeres migrantes.

Amador y Briones-Peñalver (2017) analizaron los factores determinantes influyentes en el emprendimiento de microempresas en el municipio de León, Nicaragua, su objetivo fue estudiar los factores que influyen en las actitudes y las

motivaciones para crear una empresa entre las mujeres emprendedoras, para ellos se tomó una muestra de 101 mujeres emprendedoras del municipio ya mencionado. Concluyeron que los factores sociodemográficos incrementan cuando hay una disponibilidad de habilidad, conocimientos y contacto temprano en el mundo empresarial.

García, Jiménez y Escamilla (2018) analizaron distintos emprendimientos femeninos en Ecuador, basado en una metodología cuantitativa, teniendo como objetivo determinar los diferentes motivos de las mujeres para cerrar sus negocios, así como también destacar las diferencias que existe entre las emprendedoras, datos que también fueron proporcionados por la TEA. Concluyeron que las emprendedoras ecuatorianas emprenden por necesidad, teniendo poca experiencia en el sector que han escogido y sin estudio previo del mismo, aunque se muestra una paridad en las oportunidades existentes para emprender entre ambos sexos, así como también en el área donde desean emprender.

Segarra, Chabusa, Legarda y Espinoza (2020) examinaron el perfil de la mujer emprendedora en Latinoamérica: un marco referencia para Ecuador, siendo un país como mayor emprendimiento femenino, agrupando distintos factores como rasgos de personalidad, capacidad de la emprendedora, influencia del entorno y el perfil demográfico. Utilizando una metodología cuantitativa, con alcance descriptivo y corte transversal, a su vez aplicando una encuesta. Concluyeron que la mujer ecuatoriana tiene un perfil joven de 32 a 40 años, donde emprenden por necesidad, ya que los ingresos del hogar no son suficientes para poder mantener a su familia, siendo consciente que implica riesgos, pero mostrando seguridad estando preparadas en conocimientos y capacidad de trabajo. Las mujeres logran sentir alta tensión cuando inician un emprendimiento, pero que se logra manejar debido a que se encuentran motivadas a emprender.

Montero y Camacho (2018) analizaron la caracterización del emprendimiento femenino en España, describiendo la evolución laboral de las mujeres en el periodo de 2002 al 2017, centrándose en examinar a todas aquellas mujeres que decidieron iniciar una actividad empresarial. Mediante la explotación de la EPA se examinó

toda la concentración del emprendimiento femenino en España antes y después de la crisis que hubo en Europa. Además, se estudió si el nivel formativo y el lugar donde residen las mujeres tiene algún efecto en el emprendimiento. Concluyeron que las tasas de ocupación femenino se lograron mantener durante la crisis que atravesó España, por otro lado, se supo que las mujeres ven como una oportunidad el trabajo por cuenta propia que las ofrecidas por cuenta ajena, donde los predominantes son la informalidad y la discriminación salarial. Con respecto al nivel formativo, logró tener un efecto muy importante en la especialización productiva de sus negocios, ya que a medida que la educación de las féminas incrementa, también crece la diversidad sectorial de las empresas femeninas. Para terminar la edad promedio de la mujer emprendedora es de por encima de los 30 años, casada, sin estudios superiores.

Navarro (2016) analizó el emprendimiento femenino atendiendo la influencia del rol de la mujeres en el acceso al mercado laboral y a la educación superior, donde se resaltó que el emprendimiento es una influencia en el desarrollo económico de los países, y donde se diferenció las motivaciones existentes para emprender, aprovechando las oportunidad existentes, y la necesidad del emprendedor; así como también la desigualdad de género con respecto al acceso al mercado laboral y educación superior. Concluyó que la desigualdad de género contó que una mayor relación a realizar un emprendimiento por necesidad, ya que existe estereotipos con respecto al rol de la mujer, por otro lado, en este estudio se determinó que las mujeres, en la mayoría de los casos, no emprenden por oportunidad.

Briseño, Briseño y López (2016) examinaron los factores críticos del emprendimiento femenino en el noreste de México, identificaron las características del empresario, así como de la empresa, también los obstáculos que se presentan dentro de la actividad empresarial, basándose en el estudio de 3 casos de microempresarias. Concluyeron que las mujeres empresarias que participaron en el estudio, decidieron empezar su vida empresarial debido a la necesidad económica, asimismo, también vieron la oportunidad de emprender y no la desaprovecharon,

asumiendo riesgos personales y económicos y confiando en sus capacidades; y que sin el acceso a una capital relevante la mujer decidió emprender. Con respecto al impacto que causó la actividad empresarial, las 3 mujeres entrevistadas coincidieron en decir que empezar con sus emprendimientos las ha dado como resultado una independencia económica, y que lo más difícil fue lograr un equilibrio entre sus vidas empresariales y sus familias.

Paz y Espinosa (2019) analizaron los factores relevantes para la creación y permanencia del emprendimiento femenino en México, donde se definió el perfil de las mujeres que iniciaron un negocio, fue una investigación descriptiva basándose en fuentes estadísticas y documentales. Los resultados mostraron que las mujeres fueron afectadas por el desempleo y es donde surge el emprendimiento femenino, como una manera de afrontar la pobreza de sus familias y no como una manera de hacer uso de recursos físicos, materiales e intelectuales, por otro lado, se resaltó la importancia del estado con políticas públicas, las necesidades y motivaciones que las féminas tienen para poder formar sus propias empresas, siendo los apoyos del estado siendo los principales impulsores de la sobrevivencia y crecimiento de sus emprendimientos.

Bardales (2019) estudió los factores que influyen en la internacionalización de las pymes de emprendimiento en etapa temprano del Perú en el año 2015, siendo este un estudio no experimental, correlacional causal de nivel explicativo aplicado a una población total de 474 emprendedores de Pymes de la base del GEM 15 Perú, donde se dividió en tres factores: internos, externos y del emprendedor. Como resultado se pudo concluir que los 3 factores se relacionan de manera positiva con las pymes que tienen exportaciones mayores al 25%, los factores internos, cuentan con poca competencia; factores del entorno, expansión con tecnología, ya que contar con un tecnología actualizada es muy importantes para la internacionalización temprana y los factores del emprendedor, la edad promedio para empezar a emprender es de 25 años a más, ya que a mayor edad, más experiencias y conocimientos adquiridos; y con respecto a la educación, influye de una manera positiva en la internacionalización junto al factor actitud de riesgo.

Muñoz y Velásquez (2014) analizaron las condicionantes del emprendimiento femenino a través de revisión de casos, donde se resaltó que hay literatura existente de aspectos que limitan el emprendimiento como factores formales siendo una de ellas la financiación, políticas de apoyo y las formación educacional; por otro lado los factores informales que son las habilidades, redes sociales y el rol familiar que tienen las emprendedoras; siendo todas estas condiciones revisadas en dos casos; Dina Paucar y Alejandrina Diestra. Los resultados fueron que los factores informales cumplieron un papel fundamental al momento de que se tomó una decisión; mientras que los factores formales, influyen de una manera negativa. Por otro lado, en el aspecto de desarrollo institucional se pudo apreciar que aún existe una agenda pendiente con respecto a las políticas públicas y reformas que logren favorecer al emprendimiento femenino, ya que eso limita el incremento de la productividad del negocio de las emprendedoras.

Veiga (2016) examinó las barreras a la actividad emprendedora en Uruguay, resaltando el nivel de actividad emprendedora por género y motivación. Teniendo como base a la encuesta anual de GEM. Como resultado, tuvo que las mujeres emprendedoras deciden iniciar su emprendimiento por necesidad, ya que Uruguay no genera suficientes puestos de trabajos asalariados; en cambio el emprendimiento por oportunidad no es un factor muy influyente ya que se tiene un mayor control con respecto a las variables críticas, ya que se puede elegir cuándo emprender. Con respecto a el género resaltó que a partir del año 2015 la mujer cuenta con más oportunidades para realizar un emprendimiento, y raíz de eso el emprendimiento masculino por oportunidad ha ido disminuyendo lentamente.

### **Teorías relacionadas al tema de investigación**

Las mujeres de la nueva generación en todo el mundo han superado todas nociones negativas y han demostrado estar más allá de toda duda en todos los ámbitos de la vida, incluyendo el mundo empresarial. Para ello, Sunanda y Hiremani (2018) nos brindan un concepto amplio sobre el emprendimiento:

Una empresa es una organización empresarial que se forma y que proporciona bienes y servicios, crea empleos, contribuye al ingreso nacional

y ayuda a exportar los bienes y al desarrollo económico general. Por otro lado, la palabra emprendedor se deriva de la palabra francesa *Enterprendre*, que significa emprender. Significa todos aquellos que desean asumir el riesgo de formar una nueva empresa, creada por un empresario; a todo este proceso se le denomina *Espíritu Empresarial* (p. 1)

El espíritu empresarial es el proceso de crear algo nuevo y asumir los riesgos y las recompensas. La iniciativa empresarial es un proceso dinámico de visión, cambio y creación. Ya que requiere una aplicación de energía y pasión hacia la creación y aplicación de nuevas ideas y soluciones creativas. (Sunanda y Hiremani, 2018, p. 1)

El emprendimiento cuenta con una bondad principal y es la contribución que tiene a lo que respecta al término económico y social, puesto que se convierte en una fuente que genera empleos, logrando generar ingresos mayores al emprendedor y dentro del entorno familiar creando bienestar (Briseño, Briseño y Lira, 2016, p. 26).

Los encargados de la formulación de políticas, se interesan cada vez más en fomentar el desarrollo de la capacidad empresarial de la mujer, porque lo que más conviene a los intereses económicos de una nación es no ignorar las posibles contribuciones de la mitad de la población adulta. Además, que según investigaciones el fomento de la actividad empresarial en general, y el desarrollo empresarial de la mujer en particular, se asocia con un mayor crecimiento económico. (Weeks y Seiler, 2001, p. 4)

Se puede percibir que, por más existan instituciones orientadas a apoyar las iniciativas del emprendimiento femenino, esta se encuentra en un nivel muy bajo a comparación a la de los hombres (Capitán y García, 2017, p. 53). Cabe reconocer que el emprendimiento femenino es una influencia importante en el desarrollo económico de los países

Cabe resaltar que todos los estudios realizados hasta la actualidad sobre el emprendimiento ponen como figura central al varón como emprendedor, resaltando

las capacidades que tengan para asumir riesgos, las dificultades que se puedan presentar en el mercado, las habilidades, motivaciones, características y formas de gerencias que ellos puedan tener; logrando generalizar todo este conjunto de aspectos y dando a entender que todo aquel emprendedor solo es de sexo masculino. Por ello, aún están muy presentes los estereotipos de género, teniendo un protagonismo con respecto a los resultados empresariales, que se basan en la masculinidad y que todo esto atribuye al incremento de la discriminación femenina empresarial. (Heller, 2010, como se citó en Saavedra y Camarena, 2015)

Se ha analizado por parte de la teoría económica, que el emprendimiento femenino es una decisión completamente racional, donde la persona tiene conocimiento de la información disponible, y a su vez realiza una comparación de los beneficios y otras alternativas que se tiene al momento de crear una empresa. A todo esto, se logra determinar la existencia de factores demográficos como económicos que logran facilitar el desarrollo del comportamiento emprendedor, como por ejemplo el grado de educación, experiencias anteriores, edad y género. También, al enfoque se le puede agregar otros factores como la sociología y sociología, considerándose que las personas toman como guía toda aquella percepción con respecto a los valores, aptitudes y actitudes que se toman al momento de emprender. (Montero y Camacho, 2018, p. 41)

El perfil empresarial se deriva de la calificación académica, experiencia previa (empresaria de gestión), educación y formación basadas en la competencia y orientación empresarial. Estas características de los empresarios facilitan las aptitudes de gestión, la decisión de financiación y las cualidades y capacidades personales [...] El apoyo a la vida laboral es el factor de éxito más importante para las mujeres empresarias. No solo reducirá el conflicto de participación de la mujer en la actividad empresarial en la sociedad, sino que también promoverá fuentes alternativas de la estabilidad financiera. (Mostafiz y Goh, 2018, p. 10)

### **III. METODOLOGÍA**

### **3.1 Tipo de investigación**

El tipo de investigación del presente trabajo de investigación fue aplicado con un enfoque cualitativo, ya que es principalmente interpretativa y naturalista. Se considera una investigación aplicada a toda aquella que tiene como objetivo estudiar un problema que se encuentra dirigido a la acción, buscando expandir los conocimientos sobre un tema en específico. Así mismo, Muñoz (2015) nos define que el estudio de tipo aplicada, “se gestiona los resultados, que son aplicados de manera directa, teniendo como objetivo mejorar el problema planteado, asignando una mejora en el aprendizaje de datos relevantes con respecto a las variables o factores” (p. 72).

El estudio cualitativo, nos brinda datos descriptivos, palabras de personas, y sea habladas o escritas, y una conducta observable, teniendo un enfoque multimetódico de extenso sentido humanitario. Para ello, Guerrero (2016) indica que “la investigación cualitativa es escogida cuando se busca comprender la perspectiva de individuos o grupos de personas a los que se investigará, ahondando en sus experiencias y opiniones” (p. 3). Así como también, se caracterizan por la relación de sus objetivos con la comprensión de aspectos de la vida social y métodos que producen palabras en lugar de números como datos para realizar un análisis (McCurker y Gunaydin, 2015, p. 1). Es por ello que el enfoque utilizado fue cualitativo, ya que el estudio recolectó descripciones o datos para correlacionar acerca de los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica.

El diseño utilizado en esta investigación fue narrativo de tópicos. La investigación narrativa utiliza variedad de prácticas analísticas. Puesto que, esta investigación tiene como modalidad centrarse en el estudio de uno o más individuos mediante la recopilación de teorías (Creswell y Poth, 2017, p. 54). Para finalizar, Salgado (2007) indica que “en lo diseños narrativos el investigador recolecta datos sobre las historias de vida y experiencias de determinadas personas para describirlas y analizarlas” (p. 72).

### 3.2 Categoría, subcategoría y matriz de categorización apriorística

Tabla 1

*Matriz de Clasificación de factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica*

N°	Categoría	Subcategoría	Criterio 1	Criterio 2
01	Clasificación de los factores del emprendimiento femenino exportador	Factores internos	Aspectos psicológicos	Aspectos de barrera
		Factores externos	Aspectos sociales	Aspectos políticos
		Factores para la exportación	Aspectos financieros	Aspectos del negocio

*Nota: Elaborado por el autor de la investigación*

### 3.3 Escenario de estudio

Los escenarios de estudio que recurrí fueron documentos encontrados en plataformas virtuales, así como también estudios técnicos anuales que lograron brindar una relevante información que me permitió examinar el comportamiento de los diferentes factores determinantes para el emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica

### 3.4 Participantes

Este apartado tiene como objetivo identificar las particularidades que tienen los participantes de la investigación, siendo el desarrollo de su selección y especificar los estándares éticos continuados en el proceso. Por lo tanto, los autores señalaron

que determinar el número de participantes que describe los criterios usados para después explicarlos (Noblega, Vera, Gutierrez y Otiniao, 2019, p. 22)

Los participantes que han intervenido fueron en su totalidad artículos acerca del emprendimiento femenino, factores determinantes del emprendimiento femenino para su inicio, así como, factores para su evolución e internacionalización. Se realizó un muestreo por conveniencia de acuerdo a la disponibilidad de los artículos de emprendimiento femenino y factores o determinantes para que las mujeres Iberoamericanas tomen la decisión de emprender e internacionalizarse.

### **3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Para la recopilación de datos se utilizó matrices para la recolección de datos y se tabulo información de los factores del emprendimiento femenino exportador, considerando los criterios de clasificación identificados en la tabla de categorías.

La información fue adquirida de artículos de revistas indizadas de base de datos como: ProQuest, Scopus, EBSCO, Google académico; así como también de tesis, informes técnicos, libros, considerando la antigüedad de la información obtenida no mayor a cinco años y de preferencia en inglés y castellano.

### **3.6 Procedimientos**

La investigación se desarrolló acerca de la clasificación de los factores del emprendimiento femenino exportador donde se utilizó documentos e investigaciones virtuales tales como libros, artículos científicos, informes; así como búsquedas realizadas con palabras claves como female export Entrepreneurship in Latin America, export, internationalization, Iberoamérica; además se realizaron revisiones sistemáticas en las distintas bases de datos académicos como Google Académico, Google Books, EBSCO, ProQuest, Scielo, Dialnet, Redalyc, Alice Consitec, repositorios académicos de distintas universidades, en la cual no se ha considerado a los libros y artículos científicos que tengan una antigüedad mayor a cinco años. Sumado a eso, en gran parte de estos estén en idioma inglés, español y/o portugués.

Tabla 2

*Resumen de criterios de búsqueda*

<b>Tipo de documento</b>	<b>Documentos referidos a</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Palabras clave de búsqueda</b>	<b>Criterios de inclusión</b>	<b>Criterios de exclusión</b>
Artículo científico	Definiciones del emprendimiento	8	entrepreneurship, emprendimiento	Enfoque cualitativo	Enfoque cuantitativo
Artículo científico	Emprendimiento femenino en Iberoamérica	12	historia of female entrepreneurship, emprendimiento femenino,	Enfoque cualitativo	
Artículo científico	Factores que influyen en el emprendimiento femenino	23	factors, factores influyentes, international, exportación	Enfoque cualitativo	Enfoque cuantitativo
	Total	43			

*Nota: Elaborado por el autor de la investigación*

### **3.7. Rigor científico**

El presente trabajo de investigación consideró un factor determinante el estudio del rigor. Para esto, se puede decir que la dependencia es una especie de “confiabilidad cualitativa”, que para realizar una adecuada investigación es necesario plantear de una manera correcta el problema, llevándonos a tener el 50 por ciento de la solución, sumado a esto con un rigor metodológico, es decir abarcar todos los procesos y pasos a seguir (Hernández, Fernández, Baptista, 2014, p. 537).

Hernández y Mendoza (2018) indicaron: la credibilidad es conocida también como una “máxima validez” (Saumure y Given, 2008) es decir que, si el investigador logró entender los significados completos y profundos de las experiencias del

participante, en especial de aquellas que tienen relación con el planteamiento del problema. La veracidad tendrá relación con tu idoneidad para informar el lenguaje, pensamiento, inquietudes y puntos de vista de los integrantes. Salvin-Baden y Major (2013), James (2008) y Colmena y Unrau (2005) nos brindaron recomendaciones para extender la veracidad de tu estudio: no permitir que tus ideales y sentir afecten el claro entendimiento de los datos, enriqueciéndose, prestar atención a todos los datos importantes, principalmente los que van en contra de tus creencias, privilegiará a todos los integrantes por igual (asegurarse que cada uno de ellos obtenga un mismo acceso a estudio), indague evidencias positivas y negativas de igual manera ( a favor y en contra de un postulado). (p. 538)

Para la clasificación de esta investigación buscamos concordar cada una de las tablas, aunque existan distintos puntos de vista entre cada una de ellas. Transferencia, para ello, Hernández y Mendoza (2018) mencionaron que: Este criterio generaliza resultados a una población más extensa, aunque este no es el fin de un estudio cualitativo, pero es parte de ello o su esencia se logren emplearse en otros entornos (Savin-Baden y Major, 2013).

Se le denomina “traslado”. Comprendemos que es complejo que resultados de una investigación cualitativa particular se logren trasladar a un entorno diferente, pero en ciertos casos, brindan un modelo para ser tomado como una base más extensa del problema estudiando la oportunidad de utilizar ciertas soluciones en un ambiente distinto. (Martens, 2015, p. 540)

La credibilidad se obtendrá al momento que el lector identifique que la información brindada en el informe es una investigación muy bien analizada, para ello, Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionaron que este criterio cuenta con una asociación a la fiabilidad y el cual intenta demostrar que se han minimizados los sesgos y tendencias del investigador (Mertens, 2010, y Guba y Lincoln, 1989). Implica indagar los datos en su fuente y la explicación del método empleado para las estancias extensas en el campo, la auditoría, la triangulación, el chequeo con los integrantes y la reflexión sobre los prejuicios, creencias y concepciones del investigador a brindar información sobre la confirmación, así como también de los

criterios previos, por otro lado, autores más actuales como Salvin-Baden y Major (2013), Teddie y Tashakkori (2009); y Smith (2003) adicionaron unos cuantos más, que fueron: Fundamentación, representatividad de voces, aproximación, capacidad para otorgar significado y autenticidad. (p. 491)

### **3.8 Método de análisis de información**

El análisis de los datos se obtuvieron a través de fuentes los cuales se elaboraron con los programas de Microsoft office, el software, y el Excel lo que nos accederá a tener una información de una forma descriptiva sobre la categoría de los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica donde analizaremos los factores más relevantes para el emprendimiento femenino exportador, dividiéndose en tres criterios importantes por cada factor, así como también, cuáles son los países más relevantes con respecto al mujeres que decidieron emprender en Iberoamérica.

### **3.9 Aspectos éticos**

Las propiedades intelectuales de los autores consultados serán correctamente citadas según las normas APA, dado que la universidad César Vallejo cuenta con un programa llamado Turnitin que accede a visualizar las similitudes existentes, logrando evitar el plagio de otros estudios y así lograr la originalidad de la investigación con la finalidad de aportar más conocimiento para el desarrollo científico para las próximas generaciones.

La investigación está compuesta por citas y referencias bibliográficas que recurrimos serán verificadas, siendo los resultados el reflejo de la veracidad de la investigación.

## **IV. RESULTADOS**

En este último capítulo se resumirá el contenido de los resultados y discusiones de los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica.

Según Carmen y Viveros (2011) la palabra emprendedor etimológicamente se deriva de la palabra emprender, proveniente del latín in, en y prenderé, coger o tomar. Es decir, encontrar las necesidades requeridas de toda persona u oportunidades de negocio que se le presente a él, y así dando comienzo a nuevas empresas, productos, empleos y así, poder mejorar la calidad de vida de toda una comunidad, región o país. La primera vez que fue definida esta palabra en el Diccionario de las Autoridades de la Real Academia Española en el año 1732, aún hay vigencia de algunas connotaciones, como "La persona que emprende y establece realizar y ejecutar con dedicación una acción considerable y ardua". Así mismo, cuenta con una relación estrecha con el vocablo francés entrepreneur, apareciendo a inicios del siglo XVI refiriéndose a aquellos aventureros que viajaban al nuevo mundo buscando oportunidades de vida, sin tener la certeza de que los esperaba, entre ellos se puede mencionar a Cristóbal Colón, Francisco Pizarro entre otros.

El emprendimiento es una manera de razonar, pensar y actuar; buscando brindar una respuesta a las necesidades, destacando oportunidades, calculando riesgos, adaptándose al cambio y a la multidisciplinariedad, encargándose de distintas situaciones con visión global. Aunque cabe recalcar que la dimensión personal dilata la perspectiva conceptual. Es por ello que, el emprender es un humanizador del entorno, innovador, facilitador de cambios. Teniendo como consecuencia una creación con valor y beneficio a la persona, empresa, economía y sociedad. Y es por este motivo que la educación pone su interés por la emprendeduría: "no se trata de únicamente dar educación para el trabajo, en cambio se debe fomentar actitudes y valores que abran caminos a la creatividad personal y así poder obtener formas nuevas de entrelazar el trabajo individual y colectivo" (Lorenzo et al. 2015, p. 300). Siendo el emprendedor alguien que inventa algo totalmente diferente y teniendo un valor más importante que lo económico, siendo capaz de beneficiarse en primer lugar y consecuentemente a la sociedad. (Ázqueta, 2017, p. 34)

Tabla 3

*Clasificación de factores del emprendimiento femenino según criterios principales de los factores internos*

N°	País	Factores internos	Criterio con más peso en la clasificación	Aporte
01	México Colombia Nicaragua Ecuador	Aspectos psicológicos	Motivación  Actitudes (Endeavour, 2019)  Habilidades  Aspiraciones  (Amador y Briones, 2017, p. 4)	En los últimos años, la participación de las mujeres dentro del ecosistema emprendedor ha ido creciendo considerablemente. A nivel mundial, en los últimos años la actividad de las mujeres emprendedoras creció un 10%. (Endeavour, 2019)  Reflejan la naturaleza de la actividad empresarial en sí, enfocándose en los distintos tipos de ambiciones de la actividad empresarial. (Amador y Briones, 2017, p. 4)
02	Ecuador España Colombia	Aspectos de barrera	Edad  Diferencia de genero (Conexión ESAN, 2019)  Educación  Rol familiar  (Halaseh, 2020)	Las economías en desarrollo muestran una igualdad más elevada entre emprendimientos masculinos y femeninos, a comparación de las economías ya desarrolladas. América Latina y Asia muestran una paridad mayor entre ambos géneros como resultado de una TEA mayor (Total Entrepreneurial Activity o Actividad Empresarial Total). (Conexión ESAN, 2019)  El aumento de los niveles de diversidad de género ha demostrado, mediante amplias pruebas, tener un efecto positivo en el crecimiento económico y el rendimiento de una empresa. (Halaseh, 2020)

*Nota: Elaborado por el autor de la investigación*

Los estudios fueron en base a los factores internos aspectos psicológicos de la clasificación de los factores del emprendimiento femenino en Iberoamérica. Los resultados tuvieron una semejanza a las investigaciones de Ruiz, Peña y Prieto (2020) y Briseño, Briseño y López (2016) quienes tomaron criterios de peso con respecto a los aspectos psicológicos de los factores del emprendimiento femenino en Latinoamérica, teniendo esta varias dimensiones que están conectadas con cada una de ellas como la motivación y las aspiraciones, ya que son dos criterios importantes que influyen de una manera positiva al momento que una mujer decide iniciar y tomar impulso para comenzar un emprendimiento, teniendo en cuenta la necesidad de tener una fuente de ingreso y/o incrementar las mismas, así como las aspiraciones que tienen cada mujer emprendedora de poner obtener éxito en sus emprendimientos. Los resultados del presente estudio tuvieron similitud a los estudios descritos que relacionan a los aspectos psicológicos, específicamente la motivación y las aspiraciones el primer escalón para comenzar un emprendimiento femenino exportador. Así mismo, las investigaciones de García, Jiménez y Escamilla (2018) y Paz y Espinosa (2019) fueron semejantes, puesto que encontraron que las habilidades son un criterio que cuenta con gran influencia al momento de que una mujer realiza un emprendimiento, ya que es a base de ello es que una mujer se puede adaptar a cualquier tipo de situación que se le presente, resaltando que las féminas son personas que destacan por ser muy hábiles y por ello se logran acoplar a cualquier ambiente y no teniendo muchas complicaciones al momento de escoger que tipo de emprendimiento que desean realizar, a diferencia de los hombres que en su gran mayoría son reacios a los cambios o intentan realizar algún acto que no les agrade o parezca. Los resultados del presente estudio fueron semejantes a los estudios previamente descritos porque cuentan con el factor psicológico. Sin embargo, los resultados del estudio de Amador y Briones-Peñalver (2017) fueron distintos, ya que a lo que respecta con las actitudes para el emprendimiento femenino exportador, no se le encuentra significancia alguna para que una mujer emprenda y decida internacionalizarse, por lo contrario, resaltó que un criterio importante es la motivación, destacando que es el éxito que obtendrían y gozarían de reconocimiento y prestigio social. Los

resultados del presente estudio fueron distintos al estudio descrito, ya que se consideró que las actitudes si es un criterio importante del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica.

Los estudios fueron en base a los factores internos de los aspectos de barrera de la clasificación de los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica. Los resultados de las investigaciones de Montero y Camacho (2018) , Segarra, Chabusa, Legarda y Espinoza (2020) quienes tomaron en cuenta que la edad y la diferencia de género son aspectos que tienen un peso importante con respecto al emprendimiento femenino exportador, ya que la edad promedio de una fémina que decide iniciar un emprendimiento es de 32 a 40 años, considerándose que las mujeres dentro de ese rango de edad cuentan con experiencia y conocimientos que son favorables para ellas, y con respecto a la diferencia de género, se destaca que aún en pleno siglo XXI aún existen deferencias marcadas, donde el pensamiento machista aún prevalece, impidiendo que se tengan las mismas oportunidades, y teniendo como resultado la perdida de la aportación femenina en el mercado laboral y en la sociedad. Los resultados del presente estudio fueron parecidos a los estudios descritos porque tienen concordancia con las barreras que se le presentan a una mujer que desea realizar un emprendimiento.

Castiblanco y Martín (2018), Díaz y Silva (2017) y García, Jiménez y Escamilla (2018) quienes consideraron que tanto el rol familiar y la educación son relevantes para el emprendimiento femenino exportador, enfatizando que el rol familiar de la mujer es esencial, puesto que tiene el papel de columna vertebral dentro del hogar, encargándose de mantener la unión y armonía de la misma, así mismo, la educación es esta correlacionado con el éxito y el área de negocio de los emprendimiento, ya que se destaca que las mujeres que cuentan con una educación previa, obtienen como resultado una mayor posibilidad de éxito en sus emprendimientos, aunque en este criterio se puede mencionar que la posibilidad a una formación previa no es accesible para todas. Los resultados del presente estudio tuvieron semejanza a los estudios descritos porque se relacionan dentro de los factores que representan ser una barrera para el emprendimiento femenino exportador.

Tabla 4

*Clasificación de factores del emprendimiento femenino según criterios principales de los factores externos*

<b>N°</b>	<b>País</b>	<b>Factores externos</b>	<b>Criterio con más peso en la clasificación</b>	<b>Aporte</b>
01	Uruguay Colombia Ecuador	Aspectos sociales	Oportunidad	Alrededor del mundo, las personas son incitadas a iniciar un negocio, principalmente por una o dos razones principales: 1) porque no tienen otros medios de apoyo económico o empleo; o 2) porque están buscando una oportunidad de negocio. (Global Entrepreneurship Monitor, 2019, p. 22)
			Miedo al fracaso	
			Innovación	
			Global Entrepreneurship Monitor, 2019, p. 22)	
02	Colombia España México	Aspectos políticos	Políticas de apoyo	El emprendimiento femenino es contribuyente al impulso del crecimiento económico de cada país, es por ellos que se debe reforzar políticas de apoyo e igualdad. (Oláz y Ortiz, 2017, p. 52)
			Programas de apoyo	
			(Oláz y Ortiz, 2017, p. 52)	

*Nota: Elaborado por el autor de la investigación*

Los estudios fueron basados en los factores externos del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica. Los resultados tuvieron similitud a las investigaciones de Veiga (2016) y Forero (2019) quienes estudiaron que el criterio de la oportunidad en el emprendimiento femenino exportador es de suma importancia, ya que el emprendimiento por oportunidad se logra tener un control mayor y se pudo observar que en la actualidad la mujer tiende a tener más oportunidades para emprender a diferencia de los varones, así como también se destaca que estas oportunidades se dan con más frecuencia en ciudades grandes, ya que en provincias y territorios pequeños aún son escasas, donde la cultura machista y el patriarcado aún asientan con fuerza. Los resultados del presente estudio fueron similares a los estudios descritos que relacionan las oportunidades como un aspecto social relevante para las mujeres emprendedoras con fines a exportar. Por consiguiente, los resultados fueron similares a los resultados de García, Jiménez y Escamilla (2018) y Segarra, Chabusa, Legarda y Espinoza (2020) hicieron hincapié en que las mujeres a la hora de comenzar un emprendimiento exportador temen al fracaso del mismo, y esto conlleva a que como consecuencia haya una discontinuidad del negocio y como resultado de la quiebra o cierre del mismo, destacando que la mujer tiene un mayor miedo al fracaso a comparación de los hombres, así como también se mencionó que este criterio tiene una estrecha relación con las características personales de la mujer emprendedora. Con respecto al miedo a la innovación se identificó para la mujer emprendedora tiene poca motivación para arriesgarse a innovar e ingresar a un mercado extranjero con un producto que sea poco común. Los resultados del presente estudio fueron semejantes con lo que respecta al miedo al fracaso, ya que es un criterio relevante para que una mujer emprendedora decida exportar, por otro lado, con respecto a la innovación no se encuentra similitud con el presente estudio ya que la mujer emprendedora es considerada una fuente de innovación a comparación de los varones.

Los estudios fueron a base de los factores externos sobre los aspectos políticos en el emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica. Los resultados fueron diferentes a las investigaciones de Díaz y Silva (2017) y Paz y Espinosa (2019) indicaron que hoy en día aún existe la falta de políticas gubernamentales que estén

orientadas a fomentar el emprendimiento femenino para un fin local y/o exportador y que esto tendría un efecto negativo a la actividad empresarial de las mujeres emprendedoras. Los resultados del presente estudio fueron diferentes a los estudios descritos ya que la falta de apoyo de políticas gubernamentales no tiene ningún efecto significativo al momento que una mujer decide emprender, ya que las féminas deciden realizar el emprendimiento con o sin políticas de apoyo. Así mismo, los resultados del estudio fueron similares al de Moreno, Gorges y Farias (2019) donde mencionaron que los países que integran la Alianza de Pacífico: Chile, Colombia, México y Perú cuentan con programas destacados de apoyo a las mujeres emprendedoras y que deciden exportar, teniendo para lo que respecta en Chile un total de 14 programas de apoyo; Colombia cuenta con un total de 23 programas de apoyo a las féminas, México cuenta con 11 programas y por último Perú cuenta con solo 3 programas creados para el apoyo a las mujeres emprendedoras, teniendo todos estos programas distintos factores como financiación, educación, redes, modelos a seguir para la internacionalización, motivación, auto eficiencia entre otros. Los resultados del presente estudio fueron semejantes a los estudios descritos ya que, gracias a estos programas, las mujeres emprendedoras ya no temen a emprender en un mercado extranjero, ya que pueden obtener conocimientos y conocer un poco más de las accesibilidades que sus países les brindan.

Tabla 5

*Clasificación de factores del emprendimiento femenino según criterios principales de los factores para la internacionalización*

N°	País	Factores para la exportación	Criterio con más peso en la clasificación	Aporte
01	Perú Nicaragua España Colombia	Aspectos financieros	Acceso a un préstamo Apoyo de entidades bancarias Apoyo del estado (Jenner, 2019)	Aunque los bajos salarios hacen que sea extremadamente difícil conseguir que los bancos aprueben sus préstamos. Como resultado, la imposibilidad de obtener financiación de fuentes tradicionales significa que es más probable que las mujeres pidan prestado dinero de familiares y amigos para financiar su propio negocio (Jenner, 2019)
02	México Perú Ecuador España	Aspectos del negocio	Característica del negocio Satisfacción de las necesidades del consumidor (Carranza, Cercado y Solano, 2018, p. 26) Adaptación al mercado Internacionalización (Bardales, 2019, p. 22)	Las mujeres emprendedoras abarcan manufactura, empresas sociales, moda y estilo de vida, alimentos y bebidas, arte y entretenimiento, agricultura y biotecnología, atención médica, educación y capacitación, consumo y comercio, entre otros. (The Economic Times, 2020)  La internacionalización es una opción muy atractiva para las emprendedoras, ya que representa una oportunidad de crecimiento. (Bardales, 2019, p. 22)

*Nota: Elaborado por el autor de la investigación*

Los estudios fueron a base a los aspectos financieros siendo los más importantes en la clasificación de los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica. Los resultados tuvieron semejanza a las investigaciones de Muñoz y Velásquez (2014), Montero y Camacho (2018) y Olaz y Ortiz (2017) indicaron que acceder a una capital para poder incursionar en el mercado extranjero es un gran obstáculo ya que las emprendedoras no cuentan con activos y/o propiedades que sirvan de aval al momento de solicitar un crédito, y las entidades financieras tampoco brindan un apoyo, ya que usualmente solicitan respaldos mayores al momento de aprobar un crédito de un monto elevado, solicitando codeudores, extractos bancarios y certificaciones laborales donde se pueda indicar el ingreso mensual y el tiempo que lleva en el mercado y así poder realizar un estudio para poder verificar los ingresos con los gastos, para así determinar si se logra contar con la capacidad de pago. Así mismo, el estado tampoco brinda apoyo en el aspecto financiero a las mujeres emprendedoras que deciden exportar, y eso se convierte en un freno para las féminas. Los resultados del presente estudio fueron similares a los estudios descritos ya que la financiación es un aspecto relevante al momento de exportar o incursionar en el mercado extranjero pero el poco apoyo por parte de las entidades financieras y del estado no favorece a las emprendedoras. Por consiguiente, los resultados del estudio fueron diferentes a los resultados de Amador y Briones (2017) quién encontró que las mujeres empresarias no requieren de ningún tipo de financiamiento para poder iniciar la internacionalización, ya que optan por utilizar fuentes de ahorro o emplear recursos de la familia, resaltando que la mujer emprendedora decide emprender en el mercado extranjero por sus propios ingresos. Los resultados del presente estudio fueron diferentes a los estudios descritos porque la financiación para poder ingresar a un mercado exterior es una inversión grande que se requiere obligatoriamente la intervención de una entidad financiera.

Los estudios fueron los aspectos del negocio en la clasificación de los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica. Los resultados fueron semejantes a las investigaciones de Briseño, Briseño y López (2016) y Olaz y Ortiz (2017) quienes explicaron que las características del negocio con respecto a las

empresas creadas por féminas que deciden incursionar en el mercado extranjero comprende mayormente a industrias de servicios o sectores minoristas, por otro lado, también se indicó que las emprendedoras mujeres suelen sumar mayor importancia a satisfacer las necesidades de sus clientes a comparación de los varones, ya que la mujer presta más atención a los detalles siendo más precavida y minuciosa con respecto a la experiencia que el cliente obtiene a la hora de adquirir el producto y/o servicio que ofrezca. Los resultados del presente estudio fueron similares a los estudios descritos ya que las características de negocio y poder satisfacer las necesidades del consumidor guardan relación con el aspecto del negocio que se debe tomar en cuanto al momento que se decide emprender con miras al mercado exterior. Por consiguiente, los resultados fueron similares a la investigación de Bardales (2019) quién encontró que la internacionalización es un criterio que está compuesto por diferentes factores, siendo el nivel de educación uno de ellos, donde se puede concluir que, a mayor nivel educativo, la probabilidad de internacionalización es mayor; así como también la actitud que una mujer pueda tener al momento de decidirse a internacionalizar su emprendimiento. Así mismo, para la mujer emprendedora logre mantenerse en el mercado internacional, la única forma es mejorando sus procesos con respecto a los productos y/o servicios, viéndose como una manera de mejorar los niveles de especialización y adaptación a las necesidades del cliente. Los resultados del presente estudio fueron similares a los estudios descritos ya que guarda relación en los aspectos del negocio, ya que se debe tener en cuenta en conocimiento del mercado donde se quiere ir. Sin embargo, los resultados del estudio fueron diferentes al resultado de Carranza, Jiménez y Escamilla (2018), encontraron que el crecimiento de emprendimientos por mujeres es notable, ya que se resalta que la innovación es un factor muy favorable para ellas, pero que a pesar de eso los varones lideran el ámbito de la internacionalización en sus emprendimientos, puesto que ellas tiene como prioridad a la familia y que esto es un criterio que como consecuencia no decida iniciar la internacionalización de su emprendimiento, o no ser constante en ellos. Los resultados del presente estudio fueron distintos a los descritos ya que la familia no

es una barrera para que una mujer decida exportar el producto y/o servicio que decidió emprender.

Tabla 6

*Clasificación de factores del emprendimiento femenino exportador apriorístico*

N°	Continente	Criterios	Indicador	Criterio con más peso en la clasificación	Aporte
01	Iberoamérica	Factores internos	Aspectos psicológicos	Motivación	Las motivaciones suelen ser de diversa índole, buscando así materializar inquietudes empresariales que darán como resultado llevar al mercado un bien o servicio. (Paz y Espinosa, 2016, p. 120)
				Actitudes	Tiende a medir todas aquellas intenciones empresariales, relacionándose con las oportunidades, auto eficiencia, miedo al fracaso y espíritu empresarial a través de otros miembros de la red. (Amador y Briones, 2017, p. 4)
				Habilidades	La posibilidad de que un emprendimiento exportador logre sea exitosa aumenta cuando se dispone de distintas habilidades. (Amador y Briones. 2017, p. 25)
			Aspiraciones	Reflejan la naturaleza de la actividad empresarial en sí, enfocándose en los distintos tipos de ambiciones de la actividad empresarial. (Amador y Briones, 2017, p. 4)	
			Aspectos de barrera	Edad	Se argumentó que un emprendimiento tiene una mayor posibilidad de supervivencia en el mercado si sus creadores son de mediana edad. (Segarra, Chabusa, Legarda y Espinoza, 2020, p. 346)
				Diferencia de género	El sexismo, es uno de los principales obstáculos de las emprendedoras. (Pérez y Silva, 2017, p. 51)
				Educación	Según diversos estudios, se puede concluir que el nivel educacional guarda relación con el éxito de los negocios emprendedores que deciden formar e internacionalizarse. (Pérez y Silva, 2017, p. 50)
				Rol familiar	La mujer emprendedora pasa por la necesidad de impulsar un balance entre las responsabilidades que son asumidas por su emprendimiento y los requerimientos de la propia familia. (Forero, 2019, p. 6)

N°	Continente	Criterios	Indicador	Criterio con más peso en la clasificación	Aporte	
01	Iberoamérica	Factores externos	Oportunidad	La oportunidad es considerada un factor positivo dentro del emprendimiento femenino, también son llamados de atracción. (Briseño, Briseño y López, 2016, p. 28)		
			Aspectos sociales	Miedo al fracaso	La emprendedora debe asumir riesgos, siendo una de ellas el fracaso, ya que es una parte esencial para lograr el éxito. (Castiblanco y Martín, 2018, p. 12)	
				Innovación	Cabe destacar que las actividades innovadoras son la especialidad y garantizan una parte del éxito al crecimiento de los emprendimientos femeninos. (García, Jiménez y Escamilla, 2018, p. 66)	
			Aspectos políticos	Políticas de apoyo	El emprendimiento femenino es contribuyente al impulso del crecimiento económico de cada país, es por ellos que se debe reforzar políticas de apoyo e igualdad. (Oláz y Ortiz, 2017, p. 52)	
				Programas de apoyo	Aún se presentan dificultades por parte del apoyo del estado, por lo que es necesario implementar más propuestas transformadoras. (Díaz y Silva, 2017, p. 54)	

N°	Continente	Criterios	Indicador	Criterio con más peso en la clasificación	Aporte
01	Iberoamérica	Factores para la exportación	Aspectos financieros	Acceso a un préstamo	las mujeres emprendedoras se enfrentan a poco acceso de fuentes de financiación y menor capital para sus negocios. (González y Camacho, 2018, p. 46)
				Apoyo de entidades bancarias	El emprendimiento femenino se relaciona con las dificultades para poder acceder a fuentes de financiación por parte de entidades bancarias. (Olaz y Ortiz, 2017, p. 58)
				Apoyo del estado	
			Aspectos del negocio	Característica del negocio	Según estudios las mujeres suelen emprender mayormente en el sector de comercio al por menor y en las industrias que respecta a servicios. (Briseño, Briseño y López, 2016, p. 31)
				Satisfacción de las necesidades del consumidor	Fijando un nicho de mercado reducido, permite conocer más a los clientes y da como resultado que la empresa se mantenga. (Segarra, Chabusa, Legarda y Espinoza, 2020, p. 343)
				Adaptación al mercado	El vínculo entre los mercados internacionales y las empresas, se logra mediante un proceso con constante crecimiento y proyección internacional. (Bardales, 2019, p. 5)
				Internacionalización	La internacionalización es una opción muy atractiva para las emprendedoras, ya que representa una oportunidad de crecimiento. (Bardales, 2019, p. 22)

*Nota: Elaborado por el autor de la investigación*

Los resultados del presente estudio fueron en base a la clasificación de los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica dividido en factores internos, factores externos y factores para la exportación, los cuales son detalladas en la tabla anterior, donde se dividió en continente Iberoamérica, puesto que es el enfoque utilizado de la revisión literaria de mi investigación. Así mismo la clasificación de los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica, con respecto a los factores internos están los aspectos psicológicos y aspectos de barrera. Así como también la clasificación por factores externos como los aspectos sociales y aspectos políticos y por último tenemos a la clasificación por factores para la exportación teniendo a los aspectos financieros y aspectos del negocio. Es por ello que los criterios de la investigación que se analizaron a través de una revisión buscaron clasificar los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica.

Los resultados de la revisión con respecto a la clasificación de los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica, en el factor interno se tomó como base a criterios como la motivación, actitudes, habilidades y aspiraciones. Por lo que a continuación voy a de tallar la semejanza y diferencia encontrada en los resultados de los autores que se describieron en el trabajo de investigación.

Los resultados del estudio en base al criterio relacionado con los aspectos psicológicos fueron semejantes a los resultados de Ruiz, Peña y Prieto (2020) y Briseño, Briseño y López (2016) tomaron criterios de peso con respecto a los factores psicológicos de los factores del emprendimiento femenino en Iberoamérica, presentando dos dimensiones que están asociadas a cada una de ellas siendo: la motivación y las aspiraciones. Estos dos criterios logran tener una relación positiva al momento que una mujer decide emprender, resaltando que una fémina necesita de un ingreso extra, además que a todo esto se le suma las aspiraciones de las mismas, ya que gracias a las misiones y visiones que ellas tienen, logra también ser un impulso para que una mujer toma la decisión de emprender un negocio y con el tiempo llevarlo al nivel de la exportación. Los resultados del presente estudio Los resultados del presente estudio fueron

semejantes a los estudios descritos que conectan a la motivación y las aspiraciones como uno de los primeros pasos para comenzar un emprendimiento femenino exportador. Así mismo, los resultados del presente estudio fueron similares a los estudios de García, Jiménez y Escamilla (2018) y Paz y Espinosa (2019) quienes contribuyeron a la literatura actual indicando que las habilidades que una mujer pueda tener logra influenciar de manera positiva a su emprendimiento, resaltando que las féminas son capaces de adaptarse a cualquier situación que se le presente o acoplarse a cualquier ambiente marcando la diferencia con los varones, que son más reacios a los cambios y no destacan mucho por las habilidades que puedan tener, siendo esto un gran beneficio para las mujeres en sus emprendimientos y más aún al momento de internacionalizarse. Los resultados del presente estudio tuvieron similitud ya que es un aspecto que se relaciona mucho con el tema psicológico y aporta positivamente al emprendimiento de una mujer. Sin embargo, los resultados del presente estudio fueron distintos a los resultados del estudio de Amador y Briones-Peñalver (2017) puesto que, buscaron contribuir a la literatura actual indicando que las actitudes que puede tener una mujer frente a un emprendimiento no se le encuentra relevancia alguna, mucho menos a lograr exportar el producto o servicio que ofrezca, más destacaron que la motivación es un criterio importante y que la mujer destaca más el éxito que pueda tener a futuro así como el reconocimiento y prestigio social que obtendría en su comunidad. Los resultados del presente estudio fueron diferentes a los estudios descritos porque las actitudes que la mujer pueda tener frente a su emprendimiento son de suma importancia para el éxito de este.

Los resultados del estudio fueron en base al criterio que guarda relación con los aspectos de barrera, siendo semejantes los estudios de Montero y Camacho (2018) , Segarra, Chabusa, Legarda y Espinoza (2020) quienes encontraron que la edad y la diferencia de género son importantes al momento de que una mujer decide emprender y/o iniciar su emprendimiento internacional, resaltando que la edad promedio para que una fémina inicie un emprendimiento es de los 32 a 40 años, ya que es en ese rango de edad que una mujer ya cuenta con experiencia y ha ganado conocimientos que se convierten en una ventaja para el emprendimiento que ellas

tengan. Por otro lado, se menciona la aún marcada diferencia de género en el mundo emprendedor, con el pensamiento machista aun existente en la sociedad y que esto se convierte en una traba para la mujer, como la perdida de aportación dentro del mundo laboral. Los resultados. Los resultados del presente estudio fueron semejantes a los estudios descritos debido a que tienen concordancia con las barreras que se le presentan a una mujer emprendedora dentro del mundo empresarial.

Así mismo, los resultados del del estudio fueron similares a los resultados de los estudios de Castiblanco y Martín (2018), Díaz y Silva (2017) y García, Jiménez y Escamilla (2018) quienes indicaron que la educación que pueda tener una mujer emprendedora y el rol familiar son relevantes al momento de internacionalizarse, principalmente porque la mujer es la columna vertebral de su familia, dándose a entender que es esencial que la mujer tenga una presencia marcada dentro de la familia, dejándola sin tiempo para estar a cargo de un negocio con miras a exportar. Por otro lado, la educación se relaciona con el éxito de un emprendimiento, puesto que se entiende que, si una fémina cuenta con educación superior, eso garantiza que logre tener éxito, aunque también se resalta que una formación previa no es accesible para todos. Los resultados del presente estudio tuvieron semejanza a los estudios descritos porque se relacionan dentro de los factores que representan ser una barrera para el emprendimiento femenino y que tiene como objetivo exportar.

Los resultados de la revisión clasificación de los factores del emprendimiento exportador femenino en Iberoamérica, el factor externo fue tomado en base criterios como los aspectos sociales y aspectos políticos. Por lo que a continuación detallaré la semejanza y diferencia de los resultados de los autores que describieron en el trabajo de investigación.

Los resultados del estudio en base a los aspectos sociales fueron semejantes a los estudios de Veiga (2016) y Forero (2019) quienes estudiaron y confirmaron que la oportunidad dentro del emprendimiento femenino exportador es relevante, puesto que actualmente la mujer emprendedora cuenta con mayor oportunidad para poder emprender y volverse internacional, aunque esto se logra solo en ciudades grandes,

mas no en provincias, debido a que aun en esos lugares están marcadas la cultura machista. Los resultados del presente estudio fueron similares a los estudios descritos que relacionan las oportunidades como un aspecto social relevante para las mujeres emprendedoras con fines a exportar, resaltando que es un criterio importante y que brinda un impulso al emprendimiento.

Sumado a esto, los resultados del estudio tuvieron semejanza a los estudios de García, Jiménez y Escamilla (2018) y Segarra, Chabusa, Legarda y Espinoza (2020) quienes analizaron que la mujer emprendedora tiene muy marcado el miedo al fracaso y que esto está estrechamente relacionado con las características personales de las mismas. Por otra parte, el miedo a la innovación conecta con la motivación que pueda tener una mujer para poder arriesgarse a innovar e ingresar a un mercado exterior con algún producto o servicio poco común e innovador, que, viéndolo desde una perspectiva positiva, daría como resultado el éxito del emprendimiento exportador. Los resultados del presente estudio fueron semejantes con lo que respecta al miedo al fracaso, ya que es un criterio relevante para que una mujer emprendedora decida exportar, sin embargo, con lo que respecta a la innovación no se encuentra similitud con el presente estudio ya que la mujer emprendedora es considerada una fuente de innovación a comparación de los varones, donde se puede destacar que las féminas cuentan con un nivel de imaginación más amplio.

Los resultados del estudio en base a los aspectos políticos fueron diferentes a los estudios de Díaz y Silva (2017) y Paz y Espinosa (2019) quienes analizaron e indicaron que actualmente, el apoyo de los gobiernos con políticas gubernamentales de apoyo a las mujeres emprendedores aun es inexistentes o pocas fomentadas y que esto da un resultado negativo para toda aquella mujer que desee emprender y realizar exportaciones con lo que respecta su emprendimiento. Los resultados del presente estudio fueron diferentes a los estudios descritos ya que la falta de apoyo de políticas gubernamentales no tiene ningún efecto significativo al momento que una mujer decide emprender, ya que las féminas deciden realizar el emprendimiento con o sin políticas de apoyo. Por otro lado, los

resultados del restudio fueron similares al de Moreno, Gorges y Farias (2019) estudiaron e investigaron que los países integrantes de la Alianza del Pacífico, que son Chile, Colombia, México y Perú si cuentan con programas de apoyo para todas las mujeres emprendedoras al nivel local e internacional, teniendo desde financiación hasta modelos para poder incursionar en el mercado exterior, teniendo 14, 23,11 y 3 programas respectivamente, donde se puede observar que el Perú es el país con menos apoyo gubernamental. Todos estos programas brindan un apoyo e incentivo positivo para las mujeres que deciden emprender e incursionar en el mercado extranjero ya que se sienten respaldadas por sus países. Los resultados del presente estudio fueron semejantes a los estudios descritos ya que, gracias a estos programas, las mujeres emprendedoras ya no temen a emprender en un mercado extranjero, ya que pueden obtener conocimientos y conocer un poco más de las accesibilidades que sus países les brindan.

Los resultados de la revisión clasificación de los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica, del factor para la exportación se tomó en base a los aspectos de financiación y aspectos del negocio. Por ello, a continuación, voy a detallar la similitud y diferencia de los resultados de los autores que describieron en el trabajo de investigación.

Los resultados del estudio en base a los aspectos de financiación fueron semejantes a los estudios de Muñoz y Velásquez (2014), Montero y Camacho (2018) y Olaz y Ortiz (2017) que lograron hacer un análisis con respecto al acceso a una capital para lograr ingresar a un mercado externo con un emprendimiento de una mujer, destacando que es difícil lograrlo, ya que la mayoría de mujeres emprendedoras no cuentan con activos y/o propiedades que puedan avalar un préstamo de gran dimensión que sea útil para poder convertir un emprendimiento local en internacional. Adicional a esto, el apoyo del estado tampoco es positivo, ya que es casi nulo con respecto a una financiación o apoyo. Los resultados del presente estudio fueron similares a los estudios descritos ya que la financiación es un aspecto relevante al momento de exportar o incursionar en el mercado extranjero pero el poco apoyo por parte de las entidades financieras y del estado no favorece a las

emprendedoras. Por otro lado, los resultados del estudio fueron diferentes a los resultados de Amador y Briones (2017) debido a que analizaron y concluyeron que las mujeres no requieren de algún tipo de financiación para lograr la internacionalización, ya que la gran mayoría recurre a la familia y ahorro obtenido para poder contar con dinero para lograr un emprendimiento exportador. Los resultados del presente estudio fueron diferentes a los estudios descritos debido a que la financiación para poder ingresar a un mercado exterior es una inversión grande que se requiere obligatoriamente la intervención de una entidad financiera.

Los resultados del estudio en base a los aspectos del negocio fueron semejantes a las investigaciones de Briseño, Briseño y López (2016) y Olaz y Ortiz (2017) estudiaron respecto a que las mujeres prestan mayor importancia y atención a las necesidades que sus mercado objetivo o clientes tienen, a comparación de los varones, esto dándoles una ventaja a poder captar más público, destacando lo minuciosas que pueden ser a los detalles y contar como suma importancia la experiencia que puede tener un posible cliente o un cliente ya fijo con respecto a su negocio. Los resultados del presente estudio fueron similares a los estudios descritos ya que las características de negocio y poder satisfacer las necesidades del consumidor guardan relación con el aspecto del negocio que se debe tomar en cuanto al momento que se decide incursionar en la exportación. Así mismo, los resultados fueron similares a la investigación de Bardales (2019) sustentó que la internacionalización se compone por distintos criterios, como el nivel de educación, siendo este relevante al momento de exportar, ya que se indica que si la mujer cuenta con un grado de nivel educacional superior, se podría garantizar que el éxito de su emprendimiento en el exterior será logrado, ya que las mujeres se sustentan a base de conocimiento previos, así como también, se mencionó que una clave para mantenerse con éxito dentro del mercado extranjero, las féminas deben estar al pendiente de la mejora de los procesos en general, y esto daría como resultado la mejora de los niveles de especialización y adaptación a las necesidades que pueda tener los posibles clientes y clientes ya establecidos. Los resultados del presente estudio fueron similares a los estudios descritos ya que guarda relación en los aspectos del negocio, ya que se debe tener en cuenta el conocimiento del

mercado donde se quiere ir para así saber y tener claro que se desea lograr. Por otro lado, los resultados del estudio fueron diferentes al resultado de Carranza, Jiménez y Escamilla (2018) analizaron que el emprendimiento por mujeres está creciendo gradualmente, pero que los hombres son líderes con respecto a la exportación, ya que las mujeres tienen como desventaja el rol familiar que tienen, y que siempre pondrán como prioridad a la familia que sus negocios. Los resultados del presente estudio fueron distintos a los descritos ya que la familia no es una traba para que una mujer decida exportar el producto y/o servicio que decidió emprender o mantener su emprendimiento al nivel local.

## V. CONCLUSIONES

- Se concluye que actualmente en Iberoamérica aún no hay una amplia información acerca de la clasificación de los factores para el emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica, y que existen dificultades y falta de apoyo para las mujeres emprendedoras en sí, y dando como resultado que se les dificulte al momento de que deciden exportar. Sin embargo, distintos países Iberoamericanos se están dando cuenta que de la falta de apoyo existente que había en ese sector, es por eso que están creando políticas y programas de apoyo, aunque esta iniciativa tomará tiempo, se debe rescatar la intención.
- Como resultado del estudio, se concluye que a lo que respecta los factores internos, se destacan que los aspectos psicológicos que influyen a una emprendedora, son esenciales desde que la mujer toma la decisión de emprender hasta arriesgarse a ingresar a un mercado extranjera mediante la exportación, aunque también los aspectos de barreras aún están muy marcadas, resaltando el aún existente pensamiento machista, que se vuelve un freno para las mujeres, aunque esa situación está cambiando en Iberoamérica.
- Como resultado del estudio se concluye que, en los factores externos, que se basa en los aspectos sociales y políticos, se analizaron que respecto al primero, aún las oportunidades que se brindan a las mujeres no son equitativas a la de los varones, por otro lado el miedo al fracaso tiene un papel relevante al momento de que la emprendedora tome la decisión de exportar, ya que es ese miedo que se frene y pueda llegar a no querer ingresar a un mercado extranjero, aun teniendo de su lado el aspecto de la innovación que es más favorable para las mujeres. Con respecto a los aspectos políticos, el apoyo que el estado de cada país Iberoamericano está brindando a las emprendedoras que deciden iniciar un emprendimiento y exportar, aun es nulo, aunque cabe destacar que poco a poco están prestando atención a ese sector en específico, pero es un tema que tomará tiempo pero que si se puede lograr.

- Como resultado del estudio se concluye que, en lo que abarca los factores para la exportación, los aspectos financieros y aspectos del negocio son influyentes para que un emprendimiento femenino pueda internacionalizarse, aunque la falta de apoyo financiero puede jugar en contra, se pudo determinar que eso no detiene a las féminas para lograr sus objetivos, por otro lado, es importante conocer el mercado que se desea ingresar, además se pudo conocer que las mujeres Iberoamericanas son más capaces de exportar que los varones.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda que para poder obtener un mejor y mayor amplitud del tema de los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica la futura investigación tendrá que ser exhaustiva con respecto a aportaciones anteriores, donde se abarquen con más profundidad el tema de la exportación y/o importación.
- Se recomendó que para futuras investigaciones se debe estudiar profundamente los factores internos, cuáles son los más relevantes que permiten y dan un soporte al emprendimiento femenino exportador.
- Se recomendó que para futuras investigaciones se debe estudiar de manera exhaustiva cuales son los factores externos determinantes para el desarrollo del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica.
- Se recomendó que para futuras investigaciones se debe analizar el impacto que da el conocimiento de aspectos como la financiación y del negocio para un emprendimiento exportador en países Iberoamericanos.

## REFERENCIAS

- America Economia.com (04 de febrero de 2020). 80% de emprendedoras STEM internacionalizará su compañía en los próximos 5 años, según BID LAB. [https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/80-de-emprendedoras-stem-internacionalizara-su-compania-en-los-proximos-5-anos-segun#:~:text=Las%20emprendedoras%20en%20ciencia%2C%20tecnolog%C3%ADa,y%20el%20Caribe%20\(ALC\).&text=Fintech%2C%20Edtech%2C%20Healthtech%20y%20Biotech,emprendedoras%20participantes%20en%20la%20encuesta](https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/80-de-emprendedoras-stem-internacionalizara-su-compania-en-los-proximos-5-anos-segun#:~:text=Las%20emprendedoras%20en%20ciencia%2C%20tecnolog%C3%ADa,y%20el%20Caribe%20(ALC).&text=Fintech%2C%20Edtech%2C%20Healthtech%20y%20Biotech,emprendedoras%20participantes%20en%20la%20encuesta).
- Bardales Obando, E. A. (2019). Factores que influyen en la internacionalización en pymes de emprendimiento en etapa temprana del Perú en el año 2015.
- Barrantes, R., & Matos, P. Barreras al emprendimiento femenino y efecto de la composición de género laboral: innovación, tecnologías y productividad en mypes para el caso peruano.
- Basurto, C. A. M., Gavilanes, J. A. Q., & Velastegui, O. S. V. (2016). Influencia del género en el desarrollo del emprendimiento. *Revista Publicando*, 3(8), 295-316.
- Briseño, O., Briseño, A., & Lira Arjona, A. L. (2016). El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México (Female entrepreneurship: a multi-case study of critical factors in Northeastern Mexico). *Innovaciones de Negocios*, 13(25), 23-46.
- Capitán, A. O., & García, P. O. (2017). Aproximación a la caracterización del emprendimiento femenino: una investigación cualitativa en clave competencial. *Barataria: revista castellano-manchega de ciencias sociales*, (22), 51-66.
- Carranza, Y. G., Cercado, M. J., & Solano, S. E. (2018). Emprendimientos Femeninos en Ecuador. *Revista Publicando*, 5(14 (2)), 57-66.

- Castiblanco Camelo, S. V., & Martín Hidalgo, S. M. (2018). Barreras del emprendimiento femenino en Bogotá.
- de Castro Krakauer, P. V., de Moraes, G. H. S. M., Coda, R., & de França Berne, D. (2018). Brazilian women's entrepreneurial profile and intention. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*.
- Endeavour. (1 de mayo de 2019). What are the Challenges to Latin America's High-Impact Female Entrepreneurs?. <https://latamlist.com/what-are-the-challenges-to-latin-americas-high-impact-female-entrepreneurs/>
- Feijó-Cuenca, N. P., Feijó-Cuenca, T. E., & Quiroz-Peñarrieta, I. I. (2020). Factores que inciden en la trayectoria laboral de la mujer emprendedora: Artículo de investigación. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*. ISSN 2737-6354., 3(6), 83-92.
- Frohmann, A. (2018). Género y emprendimiento exportador: iniciativas de cooperación regional.
- García Arango, G. A. (2017). La regulación jurídica del emprendimiento en Latinoamérica y España.
- Guerrero Bejarano, M. A. (2016). La investigación cualitativa.
- Guzmán, J. N. C., & Ávila, G. V. (2019). Factores de éxito de las mujeres emprendedoras en Latinoamérica y el Caribe. *Los sistemas de calidad en las operaciones fomentando la competitividad de las empresas*, 231.
- Halaseh, H. (29 de setiembre de 2020). Inclusivity Matters: Speeding Up Gender Diversity (And Breaking Glass Ceilings) For Female Board Members In The GCC. *Entrepreneur Middle East*. <https://www.entrepreneur.com/article/356801>
- Hernández, F. O. Competitividad, género y emprendimiento femenino en el municipio de Ecatepec de Morelos en el estado de México. *políticas públicas para la competitividad*, 243.

- Jenner, F. (27 de junio de 2019). Female entrepreneurship in Latin America flourishes in the face of adversity. Latin America Reports. <https://latinamericareports.com/female-entrepreneurship-flourish-despite-adversity/2496/>
- Kuschel, K., & Labra, J. P. (2018). Developing entrepreneurial identity among start-ups' female founders in high-tech: Policy implications from the Chilean case. In *A Research Agenda for Women and Entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.
- Lamprea Aguilar, J. A., Tocora Daza, E. A., & Reyes Cardneas, I. J. (2018). *Emprendimiento femenino: oportunidad para reducir la desigualdad en América Latina*.
- Marlow, S., & Martinez Dy, A. (2018). Annual review article: Is it time to rethink the gender agenda in entrepreneurship research?. *International Small Business Journal*, 36(1), 3-22.
- Martillo Moreno, A. P. (2019). *Desigualdad de género y emprendimiento en Ecuador período 2010-2017* (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias Económicas).
- Medel, M. I. M., Farias, M. G., & Farias, Z. I. Capítulo ii Políticas públicas de emprendimiento social como mecanismo de inclusión de las mujeres en América Latina.
- Medina Bonilla, C. A. (2017). *El crecimiento del emprendimiento femenino en la ciudad de Quito, desde el año 2014: caso Impacto, el proyecto de dos mujeres emprendedoras* (Bachelor's thesis, PUCE).
- Monteith, W., & Camfield, L. (2019). Business as family, family as business: Female entrepreneurship in Kampala, Uganda. *Geoforum*, 101, 111-121.
- Montero González, B., & Camacho Ballesta, J. A. (2018). Caracterización del emprendimiento femenino en España: Una visión de conjunto. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (129), 39-65.

- Mostafiz, I., & Goh, S. K. (2018). International women entrepreneurs and international opportunity recognition skills for start-up ventures. *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 11(3), 201-220.
- Nazareno, J., Zhou, M., & You, T. (2019). Global dynamics of immigrant entrepreneurship: Changing trends, ethnonational variations, and reconceptualizations. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(5), 780-800.
- Ortiz García, P. (2018). La construcción del discurso político del emprendimiento en España: realidad e ideología. *Papers: revista de sociologia*, 103(2), 0229-253.
- Paz Calderón, Y., & Espinosa Espíndola, M. T. (2019). Emprendimiento femenino en México: factores relevantes para su creación y permanencia. *Tendencias*, 20(2), 116-137.
- Paz Calderón, Y., & Espinosa Espíndola, M. T. (2019). Emprendimiento femenino en México: factores relevantes para su creación y permanencia. *Tendencias*, 20(2), 116-137.
- Pergelova, A., Manolova, T., Simeonova-Ganeva, R., & Yordanova, D. (2019). Democratizing entrepreneurship? Digital technologies and the internationalization of female-led SMEs. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 14-39.
- Pinazo Dallenbach, P. (2016). *Emprendimiento en El Salvador: La Inseguridad Ciudadana como barrera* (Doctoral dissertation).
- Puente, R., González Espitia, C. G., & Cervilla, M. A. (2019). Necessity entrepreneurship in Latin America: it's not that simple. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(9-10), 953-983.
- Ruiz, J. P. A., & Briones-Peñalver, A. J. (2017). Factores determinantes que influyen para el emprendimiento de microempresas en el municipio de León,

- Nicaragua. REICE: Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas, 5(9), 01-30.
- Salgado Lévano, A. C. (2007). Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos. *Liberabit*, 13(13), 71-78.
- Sanchez, M. D. C. R., Guerrero, J. V. P., & Cubillos, B. L. P. (2020). Caracterización y motivaciones para el emprendimiento femenino en MIPYMES de Villavicencio-Colombia. *Tendencias*, 21(2), 146-166.
- The Economic Times. (21 de setiembre de 2020). Visa extends global partnership with IFundWomen to entrepreneurs in India. <https://economictimes.indiatimes.com/small-biz/entrepreneurship/visa-extends-global-partnership-with-ifundwomen-to-entrepreneurs-in-india/articleshow/78230932.cms>
- The Economic Times. (17 de julio de 2020). TiE Women, SRiX announce partnership to provide support to over 70 women entrepreneurs. <https://economictimes.indiatimes.com/small-biz/startups/newsbuzz/tie-women-srix-announce-partnership-to-provide-support-to-over-70-women-entrepreneurs/articleshow/77022560.cms>
- Veiga, L. (2016). Las barreras a la actividad emprendedora en Uruguay. *Revista de Negocios*, 30.
- Villares-Varela, M. (2018). Negotiating class, femininity and career: Latin American migrant women entrepreneurs in Spain. *International Migration*, 56(4), 109-124.
- Ward, A., Hernández-Sánchez, B., & Sánchez-García, J. C. (2019). Entrepreneurial Intentions in Students from a Trans-National Perspective. *Administrative Sciences*, 9(2), 37.
- Weeks, J. R., & Seiler, D. (2001). *Women's Entrepreneurship in Latin America*. New York, Main Stop publication.

## **ANEXOS**

Anexo 1: Cuadro de Programas establecidos como políticas públicas en países de la Alianza del Pacífico relacionadas con emprendimiento femenino

PAÍS	INSTITUCIÓN-PROGRAMA	OBJETIVO	FACTOR QUE APUNTA
Chile	Centro de Desarrollo de Negocios SERCOTEC	Impulsar emprendimientos y empresas, tanto femeninos como masculinos, a través de centros físicos distribuidos a lo largo del país que ofrecen asesoría técnica, capacitación y acompañamiento en el plan de negocios, esto con el fin de que el negocio crezca, aumente sus ventas y genere más empleos.	Inteligencia emocional, educación, motivaciones y redes.
Chile	Escuela de Fortalecimiento Empresarial Femenino SERCOTEC	Potenciar a la mujer y mejorar su actitud frente al riesgo y educar en temas de emprendimiento.	Autoeficacia, creatividad, percepción de riesgo, educación, motivaciones, redes, modelos a seguir y estereotipos.
Chile	Capital Semilla Emprende y Capital Abeja Emprende SERCOTEC	Poner en marcha nuevos negocios con oportunidad de participación en el mercado, el primero es dirigido a público general, mientras que el segundo es un programa solo para mujeres.	Educación, redes y financiamiento
Chile	Crece Abeja SERCOTEC	Potenciar el crecimiento de las micro y pequeñas empresas o su acceso a nuevas oportunidades de negocio a través de subsidios.	Financiamiento
Chile	Portal Capacitación SERCOTEC	Capacitar a través de cursos relacionados con emprender como planificación, contabilidad, crowdfunding, entre otros.	Educación.
Chile	The S Factory CORFO	Pre-acelerar para emprendimientos femeninos tanto nacionales como internacionales. El programa entrega mentorías, capacitaciones y financiamiento para emprendimientos tecnológicos de alto impacto que posean prototipos funcionales.	Inteligencia emocional, educación, redes, modelos a seguir y financiamiento
Chile	Capital Humano para la Innovación CORFO	Financiar todas las actividades necesarias para desarrollar proyectos de mujeres empresarias en donde se resuelva un desafío de índole productivo dentro de la empresa	Redes y financiamiento.

PAÍS	INSTITUCIÓN-PROGRAMA	OBJETIVO	FACTOR QUE APUNTA
Chile	Centro de Desarrollo de Negocios SERCOTEC	Impulsar emprendimientos y empresas, tanto femeninos como masculinos, a través de centros físicos distribuidos a lo largo del país que ofrecen asesoría técnica, capacitación y acompañamiento en el plan de negocios, esto con el fin de que el negocio crezca, aumente sus ventas y genere más empleos.	Inteligencia emocional, educación, motivaciones y redes.
Chile	Escuela de Fortalecimiento Empresarial Femenino SERCOTEC	Potenciar a la mujer y mejorar su actitud frente al riesgo y educar en temas de emprendimiento.	Autoeficacia, creatividad, percepción de riesgo, educación, motivaciones, redes, modelos a seguir y estereotipos.
Chile	Capital Semilla Emprende y Capital Abeja Emprende SERCOTEC	Poner en marcha nuevos negocios con oportunidad de participación en el mercado, el primero es dirigido a público general, mientras que el segundo es un programa solo para mujeres.	Educación, redes y financiamiento
Chile	Crece Abeja SERCOTEC	Potenciar el crecimiento de las micro y pequeñas empresas o su acceso a nuevas oportunidades de negocio a través de subsidios.	Financiamiento
Chile	Portal Capacitación SERCOTEC	Capacitar a través de cursos relacionados con emprender como planificación, contabilidad, crowdfunding, entre otros.	Educación.
Chile	The S Factory CORFO	Pre-acelerar para emprendimientos femeninos tanto nacionales como internacionales. El programa entrega mentorías, capacitaciones y financiamiento para emprendimientos tecnológicos de alto impacto que posean prototipos funcionales.	Inteligencia emocional, educación, redes, modelos a seguir y financiamiento

PAÍS	INSTITUCIÓN-PROGRAMA	OBJETIVO	FACTOR QUE APUNTA
Chile	Capital Humano para la Innovación CORFO	Financiar todas las actividades necesarias para desarrollar proyectos de mujeres empresarias en donde se resuelva un desafío de índole productivo dentro de la empresa	Redes y financiamiento.
Chile	Voucher de Innovación para Empresas de Mujeres-CORFO	Crear vínculos con universidades que apoyen a las empresarias a incorporar nuevas tecnologías que promuevan el desarrollo y la innovación.	Motivaciones, redes y financiamiento.
Chile	Programa de Formación de Capital Humano exclusivo para mujeres en la temática Programación de Software-CORFO	Desarrollar y fortalecer habilidades en tecnologías de información que permitan un mejor desempeño laboral.	Creatividad, educación, motivaciones y estereotipos.
Chile	Mujer Exporta DIRECON	Contribuir que empresas lideradas por mujeres, se incorporen a la actividad exportadora.	Percepción de riesgo, educación y motivaciones.
Chile	Programa + Capaz Emprendedora SENCE	Capacitar en algún oficio, nivelación de estudios y un aporte financiero al emprendimiento, por otro lado, también entrega beneficios en subsidio al cuidado infantil, transporte y alimentación, dirigido a mujeres entre 18 y 64 años que pertenezcan al 60% más vulnerable de acuerdo al Registro Social de Hogares.	Creatividad, familia, percepción de riesgo, educación y motivaciones.
Chile	Capital Semilla Mujeres SERNAMEG	Financiar de forma no reembolsable a mujeres mayores de 18 años que residan en la Región de Magallanes y la Antártica Chilena. Los requisitos para postular son tener un negocio con menos de un año de antigüedad, ventas anuales inferiores a 2.400 UF y no haber sido beneficiada por otros subsidios económicos.	Financiamiento.
Chile	Mujer empresaria turística SERNATUR	Financiar a través de un fondo concursable para emprendimientos femeninos con enfoque turístico, ya sea alimentación, artesanía, transporte, comercio, entre otros, a nivel nacional. El requisito principal del concurso, se necesita que la empresa tenga ventas inferiores a 40.000 UF.	Financiamiento

PAÍS	INSTITUCIÓN-PROGRAMA	OBJETIVO	FACTOR QUE APUNTA
Chile	Crece Mujer Emprendedora BANCO ESTADOBANCO ESTADO MICROEMPRESAS	Conectar el emprendimiento con las herramientas públicas que pueden ser útiles en base al estado en que se encuentra el negocio. Capacitar virtualmente, a través de diversos contenidos relacionados con educación financiera, gestión del negocio, educación tributaria entre otros. Acercar los productos financieros hacia las mujeres a través de difusión dirigida, campañas y terreno.	Educación, redes, modelos a seguir y financiamiento.
Colombia	Intercambios Col-Col-Agencia Presidencial de Cooperación (APC)	Fortalecer de Juntas de Acción Comunal. Cuenta con un enfoque temático sobre iniciativas productivas tales como estrategia de desarrollo integral sostenible y sustentable.	Redes
Colombia	Programa de formación y capacitación continua-Agencia Presidencial de Cooperación (APC)	Intercambiar experiencias y el aprendizaje teórico y práctico con un fuerte énfasis en su aplicabilidad práctica, gestionado por gerentes de empresas rurales (campesinos, jóvenes y mujeres rurales).	Autoeficacia, educación y redes
Colombia	Modelos piloto de referencia para el desarrollo del turismo comunitario en áreas protegidas y zonas de influencia del SIRAP Caribe-Agencia Presidencial de Cooperación (APC)	Fortalecer el turismo comunitario en zonas de influencia de áreas protegidas del SIRAP Caribe. Oportunidades y desafíos frente al desarrollo rural sostenible y el posconflicto.	Redes y educación.
Colombia	EQUIPARES Departamento Nacional de Planeación (DNP)	Cerrar las brechas de género en el interior de las empresas.	Motivaciones y estereotipos
Colombia	Concurso de Mujeres emprendedoras Gobernación de Antioquia	Fortalecer y acompañar a las mujeres emprendedoras en temas como competencias emprendedoras, modelo de negocio, validación, contabilidad, mercadeo, pitch y competencias digitales, que les permita consolidar su modelo de negocio.	Percepción de Riesgo, educación y estereotipos.

PAÍS	INSTITUCIÓN-PROGRAMA	OBJETIVO	FACTOR QUE APUNTA
Colombia	Red de Mujeres Empresarias Gobernación de Antioquia	Realizar un diagnóstico empresarial a mujeres que llevan más de tres años en el mercado con sus emprendimientos. Entonces, se define en qué temas necesitan fortalecimiento y se establecen capacitaciones para resolver los problemas de sus negocios.	Realizar un diagnóstico empresarial a mujeres que llevan más de tres años en el mercado con sus emprendimientos. Entonces, se define en qué temas necesitan fortalecimiento y se establecen capacitaciones para resolver los problemas de sus negocios.
Colombia	Jornadas de Bancarización Gobernación de Antioquia	Realizar Jornadas de Bancarización para ayudar a las mujeres de las regiones a ingresar al sistema financiero.	Educación y financiamiento
Colombia	Jornadas para ingresar a la Ruta de emprendimiento Gobernación de Antioquia	Capacitar en alianza a una Caja de Compensación a las mujeres a través de un diplomado que les ayude a centrar, consolidar y fortalecer sus ideas de negocio.	Educación
Colombia	Asesorías y asistencia técnica Alcaldía de Bogotá (Secretaría Distrital de la Mujer)	Asesorar con el objetivo de fortalecer las capacidades de la mujer y un fortalecimiento organizacional a las iniciativas productivas que tienen.	Autoeficacia y estereotipos.
Colombia	Mujeres TIC Alcaldía de Bogotá (Secretaría Distrital de la Mujer)	Ofrecer cursos encaminados a conocer todo lo relacionado con la Política Pública de Mujer y Equidad de Género y el desarrollo de habilidades en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, En alianza con el Ministerio de Tecnologías de Información y las Comunicaciones de Colombia.	Educación.
Colombia	Bancóldex Capital Bancóldex	Promover el desarrollo de la industria de Fondos de Capital en Colombia.	Educación y financiamiento.
Colombia	Modelo de intervención Bancóldex Bancóldex	Brindar fortalecimiento de capacidades gerenciales, asistencia técnica por medio de consultorías y acompañamiento en la implementación para sus empresas.	Autoeficacia y modelos a seguir.

PAÍS	INSTITUCIÓN-PROGRAMA	OBJETIVO	FACTOR QUE APUNTA
Colombia	Cursos virtuales de profundización y acompañamiento 2017-Bancóldex	Ofrecer cursos virtuales teórico-prácticos que se desarrollan bajo metodología de E-learning, con acompañamiento y seguimiento académico por parte de Bancóldex, y un acompañamiento temático por parte de la Universidad EAN quién apoya la gestión del conocimiento y soporte técnico.	Educación.
Colombia	Centros de Emprendimiento e Innovación-Valle INN-Gobernación del Valle	Prestar servicios a emprendedores y empresarios, principalmente mujeres, adultos y jóvenes, con el fin de apoyar el emprendimiento y la innovación del Valle del Cauca mediante diagnósticos, asesorías, planes de negocios, orientaciones para consecución de recursos y capacitaciones.	Educación
Colombia	Fondo Valle INN:- Gobernación del Valle	Apoyar a emprendimientos con componente innovador, con créditos de hasta \$100 millones (moneda local) de capital semilla para generar mayores oportunidades a las mujeres, adultos y jóvenes.	Financiamiento.
Colombia	Ella aprende, Ella emprende-Ruta N	Cooperar con Facebook y Colnodo, brindando capacitación a mujeres emprendedoras mayores de 18 años, con el fin de fortalecer las habilidades tecnológicas para lograr un uso apropiado de Facebook como herramienta de marketing.	Educación y redes
Colombia	DibujAguja-Ruta N	Generar oportunidades de empleo a mujeres madres cabeza de hogar desplazadas por la violencia en la ciudad con deseo de emprender, las cuales se encargan de hacer realidad los dibujos de los niños vulnerables.	Percepción de riesgo
Colombia	Programa de fortalecimiento productivo y empresarial para pueblos indígenas de Colombia- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Contribuir al fortalecimiento productivo de pueblos indígenas en Colombia, para promover la actividad artesanal y agroindustrial como una alternativa de emprendimiento para dar apertura a nuevos mercados en Colombia.	Educación y autoeficacia.

PAÍS	INSTITUCIÓN-PROGRAMA	OBJETIVO	FACTOR QUE APUNTA
Colombia	Redes de Ángeles inversionistas Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Acercar a una persona natural, empresario o profesional exitoso, sin relación cercana con el emprendedor, invierte su propio capital en una oportunidad de negocio o empresa que se encuentra en edad temprana y que posee un gran potencial de crecimiento e innovación.	Percepción de riesgo y financiamiento.
Colombia	Emprendetón Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Capacitar a través de un taller creativo realizado por Impulsa Colombia y el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, con el apoyo de la Cámara de comercio de Barranquilla y el SENA, en el cual los emprendedores mediante una ruta aprenderán sobre todas las etapas del emprendimiento para que puedan convertirse en negocios innovadores.	Educación
Colombia	ALDEA-Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Apoyar empresarios y emprendedores hombres y mujeres, para que puedan relacionarse con expertos y asesores que los ayuden a crecer, encontrar financiación y cursos virtuales gratuitos.	Educación y redes.
Colombia	App.co-Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones	Ser mediadores y gestores de emprendimiento digital en Colombia, potenciando la generación de capacidades y conocimiento TIC, capacitando a los emprendedores para convertir sus ideas en negocios.	Educación y redes.
Colombia	Mujer rural Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural	Brindar insumos necesarios para mejorar las condiciones de vida de las mujeres rurales, principalmente de bajos recursos, con el fin de lograr una reducción de la pobreza rural creando escenarios de inclusión para la mujer	Autoeficacia, educación y financiamiento.
México	Unidad de Igualdad de Género-Gobierno Federal	Contribuir hacia un cambio cultural institucional para que quienes pertenecen a la institución y los usuarios se basen en el respeto de los derechos humanos de las mujeres, para alcanzar igualdad entre hombres y mujeres.	Autoeficacia y estereotipos.

PAÍS	INSTITUCIÓN-PROGRAMA	OBJETIVO	FACTOR QUE APUNTA
México	Mujeres Moviendo a México-Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM)	Capacitar en habilidades empresariales, asistencia técnica, talleres y servicios a mujeres emprendedoras.	Educación y redes.
México	Red de apoyo al emprendedor Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM)	Brindar al emprendedor la oportunidad de acceder a apoyos del sector público y privado, en su mayoría son esquemas preferenciales que brindan beneficios como descuentos y ofertas.	Redes
México	Programa Mujer PYME-Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM)	Buscar el desarrollo y consolidación de micro, pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres ofreciendo acompañamiento especializado para el fortalecimiento del negocio dependiendo del nivel en el que se encuentre y tasas de interés preferencial.	Financiamiento
México	Crédito Joven Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM)	Brindar financiamiento a jóvenes entre 18 y 35 años interesados en iniciar o hacer crecer su negocio, programa conjunto entre el Gobierno Federal, el INADEM y NAFIN.	Financiamiento.
México	Apoyo a Mujeres Empresarias Nacional Financiera (NAFIN)	Otorgar crédito destinado a empresas y negocios liderados por mujeres, de cualquier giro en comercio, industria o servicios para desarrollar su modelo de negocio.	Financiamiento
México	Componente de apoyo para la productividad de la mujer emprendedora (PROMETE)- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación SAGARPA	Incentivar a las mujeres emprendedoras que habitan en núcleos agrarios para la implementación de proyectos productivos que ayuden a incrementar su productividad.	Estereotipos y educación.
México	Encuentro de mujeres emprendedoras de turismo-Secretaría de Turismo	Fortalecer las capacidades y mejorar los negocios de las mujeres empresarias consolidadas dentro del sector turístico mediante la impartición de talleres multidisciplinarios como la transformación digital, ventas y finanzas; sesiones de mentoría uno-a-uno con cada una de las participantes y un simulador de rueda de negocios	Estereotipos, educación y redes

PAÍS	INSTITUCIÓN-PROGRAMA	OBJETIVO	FACTOR QUE APUNTA
México	Programa de desarrollo comunitario para mujeres-Secretaría de Turismo	Fortalecer las capacidades de las mujeres desde una perspectiva personal para reconstruir el tejido social mediante el empoderamiento femenino.	Autoeficacia, educación y redes.
México	Manos fuertes: - Secretaría de Turismo	Facilitar una plataforma en línea en el que las mujeres artesanas pueden promover sus productos con los turistas y empresarios del sector. La plataforma se encuentra aún en etapa de prueba, es funcional, pero se están desarrollando los permisos pertinentes.	Redes.
México	Programa de Mujeres Emprendedoras Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR)	Ofrecer cursos y talleres que buscan incrementar el equilibrio en las oportunidades de las mujeres.	Educación, motivación y redes
Perú	Emprende Mujer Municipalidad de Miraflores	Brindar talleres dirigidos a mujeres con el fin de brindar apoyo en temas de liderazgo, empoderamiento y oratoria. Se ofrece asesoría en la generación de ideas de negocio.	Autoeficacia, creatividad, educación, motivaciones y redes.
Perú	Centro de Desarrollo Empresarial Ministerio de la Producción	Brindar asesoría y asistencia técnica enfocadas en el inicio del negocio tanto para emprendedores hombres como mujeres. Los servicios brindados son: constitución empresarial, asesorías personalizadas en formalización, tributación, crecimiento y gestión empresarial y capacitaciones grupales en gestión empresarial y formalización.	Educación y autoeficacia
Perú	Perú Responsable Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo	Fomenta la RSE e implementar proyectos entre el Estado y el sector privado, enfocado en jóvenes, madres solteras, mujeres víctimas de violencia y personas con habilidades diferentes.	Educación y estereotipos



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

### **Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, SHOCOSH RAMIREZ KAROL NOHELI estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "CLASIFICACIÓN DE LOS FACTORES DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EXPORTADOR EN IBEROAMÉRICA", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
SHOCOSH RAMIREZ KAROL NOHELI <b>DNI:</b> 72550174 <b>ORCID</b> 0000-0001-7572-5194	Firmado digitalmente por: KSHOCOSHR11 el 30-12- 2020 17:04:59

Código documento Trilce: INV - 0195301