

RESUMEN

El objetivo de este trabajo consistió en realizar un estudio de las estrategias de vinculación Universidad-Sociedad-Gobierno, para impulsar el emprendimiento femenino en México y España, con el fin de conocer que estrategias de vinculación universidad-empresa-gobierno se utilizan para impulsar el emprendimiento femenino en México y en España, así como reconocer las diferencias en las condiciones en las que emprenden las mujeres en ambos contextos. Se realizó una investigación documental y de campo con entrevistas no estructuradas a los responsables de los entes que tienen la responsabilidad de impulsar el emprendimiento en ambos países. Los hallazgos principales dejan ver que son muchas más las instituciones y programas de fomento al emprendimiento en España y, por ende, es más amplia la vinculación Universidad-Empresa-Gobierno, con la implementación incubadoras en un gran número de instituciones, como universidades, ayuntamientos y cámaras empresariales y de Fundaciones Sociedad Empresa que buscan fomentar los lazos entre el tejido industrial y el académico. Por ende también, son más claras las estrategias que existen para apoyar al emprendimiento femenino, con programas específicos que apoyan a las mujeres en todas las etapas de las empresas lideradas por mujeres.

PALABRAS CLAVE: *vinculación, emprendimiento, emprendimiento femenino, México, España.*

ABSTRACT

The objective of this work was to carry out a study of University-Society-Government linkage strategies to promote female entrepreneurship in Mexico and Spain, in order to know which university linkage strategies are used to promote female entrepreneurship in Mexico and Spain, as well as to recognize the differences in the conditions under which women in both contexts are engaged. A documentary and field research was conducted with unstructured interviews with those responsible for the entities that have the responsibility of promoting entrepreneurship in both countries. The main findings show that there are many more institutions and programs to promote entrepreneurship in Spain, and therefore the University-Business-Government linkage is broader, with the implementation of incubators in a large number of institutions, such as universities, town halls and business chambers and Foundations Society Company that seek to foster links between the industrial and academic fabric. Hence, the strategies that exist to support women's entrepreneurship, with specific programs that support women at all stages of women-led enterprises, are clearer.

KEY WORDS: *linking, entrepreneurship, women entrepreneurship, Mexico, Spain*

Doctora María Luisa Saavedra-García. Doctora en Administración, Profesora titular de tiempo completo en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México. Domicilio: División de Investigación, cubículo 13, Circuito Exterior sin número, Colonia Santo Domingo, Delegación Coyoacán, Código Postal 04510, Ciudad de México, México. Teléfono: 56228465 extensión 113. Correo electrónico: maluisasaavedra@yahoo.com.

Doctora María Del Carmen Pérez-López. Doctora en Economía de la Empresa, Profesora de tiempo completo del Departamento de Economía Financiera y Dirección de Operaciones de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla. Domicilio: Avenida de Ramón y Cajal, 1, Código Postal 41018, Sevilla, España. Teléfono: 95 455 76 24, Fax 95 455 75 70. Correo electrónico: clopez@us.es.



ESTRATEGIAS DE VINCULACIÓN UNIVERSIDAD-EMPRESA-GOBIERNO PARA EL IMPULSO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN MÉXICO Y ESPAÑA¹

UNIVERSITY-ENTERPRISE-GOVERNMENT LINKAGE STRATEGIES FOR THE PROMOTION OF FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN MEXICO AND SPAIN

Fecha de recepción: 30/05/2017 Fecha de aceptación: 01/07/2017

María Luisa Saavedra-García
Carmen Pérez-López

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es la clave para alcanzar crecimiento económico, así también, las mejoras en la productividad residen en la capacidad empresarial de una economía; encontrándose así que existe una relación positiva entre emprendimiento y crecimiento económico (Lupiañez, Priede & López-Cózar, 2014). Así pues, Minniti (2016), señala que se ha comprobado la relación sistemática entre el PIB per cápita de un país, su crecimiento económico y su nivel y tipo de actividad creadora de *start-ups*; se encontró que los países con Producto Interno Bruto (PIB) *per cápita* similar, presentan similitudes tanto en la cantidad como en el tipo de empresas de nueva creación, en tanto que entre los países con diferentes niveles de PIB *per cápita* existen diferencias significativas. Por su parte, en un estudio reciente, Almodóvar (2016) realizó un análisis de 74 economías por un período de seis años en el que obtuvo como resultado que existe relación entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico.

En México, una tercera parte de los hogares están dirigidos por una mujer, más de la mitad de los hogares donde el jefe es adulto mayor, son dirigidos por

1 Investigación apoyada por el programa PASPA-DGAPA-UNAM.

una mujer y estas se encuentran en situación de pobreza; esto implica que la carga familiar esta sobre la mujer en una edad donde declina su etapa productiva, repercutiendo a su vez en una situación de pobreza (Camarena, Saavedra & Ducloux, 2015). Definitivamente la mujer se encuentra ante una situación en la que tiene que ser la proveedora principal del sustento de toda su familia, ya sea en una etapa de su vida de juventud, madurez o adulta mayor, y dadas las pocas posibilidades que tienen de conseguir un empleo, ya sea por falta de experiencia, por falta de estudios o por el hecho de que no puede descuidar el hogar, se ve ante el imperativo de emprender.

Sin embargo, las desigualdades en la distribución, el acceso y control de los recursos productivos, tales como trabajo, tierra, capital, información, tecnología, recursos naturales y vivienda, limitan a las mujeres para emprender iniciativas económicas y generar ingresos propios que posibiliten la autonomía en sus decisiones (Blonder, 2003; Cassisi, 2012; Saavedra & Camarena, 2016). Las mujeres emprenden un negocio generalmente por necesidad, ya sea económica o por necesidad de autorrealizarse y avanzar en sus carreras profesionales, al encontrar un techo de cristal en las organizaciones que le impiden ascender a puestos de mayor jerarquía aun teniendo experiencia y habilidades para ello (Bullough, 2008; Correia, *et al.*, 2015; Saavedra & Camarena, 2015b).

Estudios recientes señalan que las mujeres no gozan de una participación igualitaria en el tejido empresarial y sus empresas tienden a ser más pequeñas y de lento crecimiento (Powers & Magnoni, 2010; Instituto de la Mujer, 2011), debido, entre otras razones, a que sus empresas trabajan en entornos sociales en los que persisten los estereotipos de género, que desempeñan un papel importante en los resultados empresariales, pues se sigue sustentando esta actividad en la masculinidad, acrecentando la discriminación hacia la mujer empresaria (Díaz & Jiménez, 2010; De la Paz, 2010).

Un aspecto importante a destacar es que las pequeñas empresas son las principales contribuyentes al crecimiento de los países en vías de desarrollo. La participación de las empresas lideradas por mujeres tiene una alta correlación con el crecimiento de PIB (Espino, 2005; Bullough, 2008; Díaz & Jiménez, 2011), esto debido a que si las empresas crecen, su contribución a sus hogares aumenta (dado que ellas se preocupan por la calidad de vida de su familia), al igual que su contribución a la actividad económica. A este respecto, estudios realizados por OECD, GEM, Doing Business y Catalyst (citados en Heller, 2010), señalan que si se logra incorporar a las mujeres a las actividades productivas de un país, entonces:

- El crecimiento económico en los países puede llegar a incrementarse.
- El número de personas que viven en la pobreza puede disminuir.
- La creatividad e innovación en los negocios puede llegar a aumentar.

Aunque las mujeres empresarias representan cada vez más la principal fuerza impulsora de muchas economías en el planeta, y las empresas propiedad de mujeres ya representan el 50% del total de las empresas, con frecuencia se trata de empresas que operan en la economía informal, que no siempre ofrecen la misma seguridad laboral, la protección social o el acceso a formación y al desarrollo profesional que la economía formal (SELA, 2010; Masa, Cano & Ortuondo, 2012; Micheli & Zamora, 2016).

En lo que se refiere a la vinculación Universidad-Empresa-Gobierno, en primer lugar, existe la necesidad de construir un puente entre el mundo de la investigación y el sector productivo, y esto sólo puede darse en el marco de una cooperación efectiva, donde ambos entes sean capaces de comunicarse en el mismo lenguaje; en segundo lugar, está el papel que debe asumir el gobierno como mediador y facilitador de esta vinculación, pues las empresas pequeñas no cuentan con la capacidad financiera suficiente para cubrir los gastos que implica el desarrollo de proyectos que impulsen el desarrollo de las PYMES (Saavedra, 2009).

Así pues, está comprobado que el emprendimiento femenino tiene un impacto importante en el desarrollo económico y la disminución de la pobreza; en países desarrollados, por ejemplo, se ha demostrado que impacta el Producto Interno Bruto (PIB) en alrededor del 5% al 7% (Heller, 2010). También se observa que mujeres que trabajan y emprenden tienden a invertir en mayor medida sus ganancias en educación, salud y bienestar a favor de sus familias, fomentan en sus hijos el deseo de aprender a prepararse y tienden a promover el deseo de superación, pero en pleno siglo XXI aún enfrentan fuertes retos para su completa inclusión (Rodríguez, Fuentes & Rodríguez, 2011; Saavedra & Camarena, 2015).

Por lo anterior, es necesario realizar una investigación que permita saber de qué manera las estrategias de vinculación universidad-empresa-gobierno han impulsado el emprendimiento femenino en México y en España, así como reconocer las diferencias en las condiciones en las que emprenden las mujeres en ambos contextos, con el fin de realizar un estudio que permita conocer qué estrategias que han tenido éxito en España pueden ser aplicadas en México. Por lo que el objetivo de esta investigación consiste en realizar un estudio de las estrategias de vinculación Universidad-Sociedad-Gobierno, para impulsar el emprendimiento femenino en México y España.

El presente proyecto pretende ser de utilidad para el avance de las investigaciones sobre emprendimiento femenino, especialmente en el marco de la vinculación universidad-empresa-gobierno, donde la variable *género* puede ser determinante. Además, los hallazgos pueden servir de base para el diseño de políticas públicas destinadas a potenciar impulsar el emprendimiento femenino.

METODOLOGÍA

Se realizará un trabajo documental, dado que se revisará información de las entidades involucradas en la vinculación universidad-empresa-gobierno para impulsar el emprendimiento femenino, con el fin de recabar datos acerca de las estrategias utilizadas por estos entes. También, se realizaron entrevistas no estructuradas con los responsables de las entidades y expertos en emprendimiento con el fin de reunir sus apreciaciones acerca de los retos del emprendimiento femenino, y el modo en que pueden superarse los mismos.

RESULTADOS

Con base en la revisión documental, el acercamiento para obtener información impresa y las entrevistas con expertos –en México: Inmujeres, INNOVAUNAM, INADEM y NAFIN; en España: Instituto de la Mujer; Andalucía Emprende, Oficina de Empleo del Ministerio de Trabajo, Fundación Universidad Empresa–; se presentan los siguientes resultados:

Emprendimiento en México y España

Emprendimiento en México

En México de acuerdo con la Encuesta Nacional de Productividad y Competitividad (ENAPROCE), realizada por INEGI (2015), se cuenta con un sector PYME que viene a ser el 99.8% del total de las empresas y en su conformación por tamaño predominan las micro empresas (97.63%) que generan el 75% del empleo total, seguidas por las empresas pequeñas (1.96%) que generan un 14% del empleo total y en menor cuantía la mediana empresa (0.41%), que genera el 11% del empleo total del sector PYME. En cuanto a la distribución sectorial predomina el comercio con un 57% del total de empresas, seguido por los servicios que alcanzan un 32% del total de empresas y en menor proporción la industria con 11%. Los datos anteriores, denotan la importancia de la PYME en México no solo por el aporte económico sino también por el aporte social, al ser un sector altamente generador de empleos.

En cuanto a la definición de la PYME en México, esta se encuentra referida por la Secretaría de Economía, como puede verse en la tabla 1.

El parámetro que generalmente se utiliza es el de número de trabajadores, dado que es muy difícil obtener los datos de ventas anuales, por considerarse

información confidencial y por contar con altos niveles de informalidad en las empresas de este sector.

Tabla 1. Definición de PYME en México.

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

*Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%

Fuente: Secretaría de Economía (2009).

La Actividad Emprendedora Temprana en México (TEA) es más elevada al promedio de América Latina y El Caribe, pero no así de los países como Ecuador (33.6%), Chile (23.9%), Colombia (22.7%) y Perú (22.2%), que presentan TEAs más elevadas (Bartesaghi, *et al.*, 2016; Herrington, 2017; Naranjo, Campos & López, 2016); en cuanto a la TEA por género en México se reporta el 19.2% de TEA femenina *versus* el 23.0% de TEA masculina; en lo que se refiere a los negocios estable-

Tabla 2. Nivel de la actividad emprendedora, México.

Actividad emprendedora	Emprendimiento naciente		Nuevos negocios		Actividad emprendedora temprana (TEA)		Negocios establecidos		Cierre de negocios	
	Lugar*	Puntos	Lugar*	Puntos	Lugar*	Puntos	Lugar*	Puntos	Lugar*	Puntos
América Latina y El Caribe (ALC)		12.9		7.5		19.9		8.5		5.7
México	8	16.2	24	5	10	21	30	6.9	15	6.4
América del Norte		9.0		4.8		13.3		8.1		4.3
Europa		4.8		3.1		7.8		6.6		2.6

* Posición con respecto a 60 países analizado

Fuente: Elaboración propia con base en GEM (2016).

cidos (Negocios que han estado en operación más de 42 meses) el puntaje de México es menor que América Latina y El Caribe (ALC), quedando muy por debajo de Brasil que alcanza 19%; explicándose en parte, por qué en México, la tasa de cierre de negocios resulta más elevada que el promedio de la región (ALC) así como de América del Norte y Europa. El emprendimiento naciente, es decir, aquellos que han realizado acciones para establecer una empresa, pero no han pagado sueldos y salarios por más de tres meses, presenta un puntaje que supera al de las otras regiones, mostrando con esto el ímpetu que tienen los ciudadanos mexicanos para intentar emprender; en cuanto a los nuevos negocios (empresas que han pagado sueldos y salarios por más de 3 meses y menos de 42 meses), la tasa que presenta es inferior al de la región ALC, pero superior a Europa y América del Norte.

Emprendimiento en España

La importancia de las Pequeñas y Medianas Empresas en España radica en que representan el 99.88% del total de las empresas y emplean a casi el 75% de la fuerza de trabajo, así pues, la creación de empresas es uno de los principales indicadores económicos de un país, pues trae como resultado la generación de empleos, una aportación importante de ingresos fiscales, impulsando así el desarrollo económico y social. Por lo anterior, reducir las barreras al emprendimiento es de vital importancia para mejorar la competitividad de un país (Banco Mundial, 2015).

España ha adoptado la definición de PYME de la Unión Europea (2014), en donde se describen los tipos de empresa y fija un método transparente con el objeto de calcular los límites financieros y el número de empleados. Se señala que para pertenecer a una categoría se debe cumplir el límite de número de empleados y no superar la cifra de volumen de negocio o la del balance general.

Tabla 3. Definición de PYME en la Unión Europea.

Categoría de empresa	Efectivos	Volumen de negocio	Balance general
Mediana	Hasta 250	Menor o igual a 50 mill €	Menor o igual a 43 mill €
Pequeña	Hasta 50	Menor o igual a 10 mill €	Menor o igual a 10 mill €
Micro	Hasta 10	Menor o igual a 2 mill €	Menor o igual a 2 mill €

Fuente: Unión Europea (2014).

Para determinar estos cálculos se debe considerar que:

1. Los datos del personal y los importes financieros serán los correspondientes al último ejercicio contable cerrado y se calcularán sobre una base anual. Se tendrán en cuenta a partir de la fecha en la que se cierran

las cuentas. El total de volumen de negocios se calculará sin el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) ni tributos indirectos.

2. Cuando una empresa, en la fecha de cierre de las cuentas, constate que se han excedido en un sentido o en otro, y sobre una base anual, los límites de efectivos o financieros, esta circunstancia solo le hará adquirir o perder la calidad de mediana o pequeña empresa, o de microempresa, si este exceso se produce en dos ejercicios consecutivos.
3. En empresas de nueva creación que no hayan cerrado aún sus cuentas, se utilizarán datos basados en estimaciones fiables realizadas durante el ejercicio financiero.

Los resultados de GEM, en 2015 indican que el índice TEA de España volvió a crecer por segundo año consecutivo hasta alcanzar el 5.7%, lo que significa que en España, entre cinco y seis de cada cien personas de la población adulta se encuentran involucradas en actividades emprendedoras en fase inicial. En lo que se refiere al motivo para emprender, el 73.5% de la TEA correspondió a emprendedores por oportunidad, mientras que el 24.9% correspondió a emprendedores por necesidad, esto resulta relevante dado que quienes emprenden por necesidad son más propensos a abandonar sus negocios que quienes emprenden por oportunidad; la edad media de las personas involucradas en actividad emprendedora total fue de 39.4 años; con referencia al nivel educativo 49% de la TEA eran emprendedores con algún tipo de formación superior o de postgrado (Peña, Guerrero & González, 2015).

Tabla 4. Nivel de la actividad emprendedora, España.

Actividad emprendedora	Emprendimiento naciente		Nuevos negocios		Actividad emprendedora temprana (TEA)		Negocios establecidos		Cierre de negocios	
	Lugar*	Puntos	Lugar*	Puntos	Lugar*	Puntos	Lugar*	Puntos	Lugar*	Puntos
América Latina y El Caribe		12.9		7.5		19.9		8.5		5.7
España	56	2.1	35	3.6	54	5.7	23	7.7	56	1.6
América del Norte		9.0		4.8		13.3		8.1		4.3
Europa		4.8		3.1		7.8		6.6		2.6

* Posición con respecto a 60 países analizado

Fuente: Elaboración propia con base en GEM (2016).

Los nuevos negocios creados en España se caracterizan por ser de pequeño tamaño, dedicados a actividades basadas en la prestación de servicios dirigidos principalmente a consumidores locales y por carecer de una aspiración sólida para crecer; así pues, ocho de cada diez nuevas empresas se concentran en el sector de servicios y consumo final, cinco de cada diez nuevos negocios pertenecen a auto-empleados (que no emplean a más personas), casi siete de cada diez no tienen ninguna orientación innovadora, y ocho de cada diez manifiestan no tener vocación internacional durante sus primeros 3-4 años de existencia; por su parte, cerca de cuatro de cada diez personas emprendedoras no vislumbra expectativa alguna de crecimiento, o decide no apostar ni arriesgarse para que se produzca un crecimiento en su negocio (Peña, Guerrero & González, 2015).

Emprendimiento Femenino en México y España

Emprendimiento Femenino en México

La intención de emprendimiento de las mujeres mexicanas es menor que el promedio de la región ALC, sin embargo la tasa de actividad emprendedora se acerca al promedio de la región; la percepción de capacidades es menor al promedio de

Tabla 5. Indicadores de emprendimiento en México.

Descripción	México	
	Mujer	Hombre
Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA)	18%	20%
Empresas establecidas	5%	7%
Cierre de empresas	5%	3.5%
Emprendedores con educación media superior y superior	8%	15%
TEA por oportunidad	74%	79%
Adultos que perciben oportunidades para emprender	58%	61%
Adultos que se sienten capaces de iniciar un negocio	62%	66%
Temor a fracasar en el emprendimiento	31%	31%
Emprendedores que proyectan tener 6 + o más trabajadores	22%	22%
Emprendedores con productos y servicios innovadores	21%	18%
Emprendedores con orientación internacional	9.0%	9.50%
Monto promedio de inversión para iniciar un emprendimiento (US\$)	1,272	1,909

Fuente: Elaboración propia con base en Kelley, *et al.* (2014); Daniels, Herrington and Kew (2016).

la región, pocas mujeres emprendedoras compiten en el sector servicios, no obstante superan el promedio de ALC, las que esperan generar empleos e innovar. De acuerdo con los indicadores de la tabla 5, la tasa de emprendimiento temprano, las empresas establecidas y el nivel de educación son superiores en los emprendedores a diferencia de las emprendedoras, como también sucede en la TEA por oportunidad, la percepción de oportunidades, la capacidad para iniciar un negocio, la orientación internacional y el monto de inversión para iniciar un negocio, que es superior en los hombres que en las mujeres, debido a aspectos culturales, sociales y económicos que tienden a relegar a la mujer a un plano inferior a los hombres (Camarena & Saavedra, 2016). La proporción de cierre de empresas es superior en las emprendedoras, a pesar de que por cuestión de aversión al riesgo, tienden a ser conservadoras en sus negocios, sin embargo la labor que realizan y las barreras que enfrentan no se encuentran visibilizadas por lo que no han sido tomadas en cuenta en la políticas públicas (Powers & Magnoni, 2010); se encuentra también en estas una proporción a innovar superior al de los emprendedores.

El emprendimiento femenino en España

La tasa de emprendimiento femenino en España, es cercana al promedio de la región (Europa); la mujer en este país, muestra menos percepción de oportuni-

Tabla 6. Indicadores de emprendimiento en España.

Descripción	España	
	Mujer	Hombre
Tasa de Emprendimiento temprano (TEA)	4.7%	5.8%
Negocios establecidos	6%	8%
Cierre de empresas	1.7%	1.8%
Emprendedores con educación media superior y superior	55%	60%
TEA por oportunidad	70.7%	69.8%
Adultos que perciben oportunidades para emprender	30%	38%
Adultos que se sienten capaces de iniciar un negocio	43%	53%
Temor a fracasar en el emprendimiento	51%	42%
Emprendedores que proyectan tener 6 +o más trabajadores	20%	30%
Emprendedores con productos y servicios innovadores	28%	26%
Emprendedores con orientación internacional	11%	17%
Monto promedio de inversión para iniciar un emprendimiento (US\$)	13,323	20,539

Fuente: Elaboración propia con base en Kelley, *et al.* (2014); Daniels, Herrington and Kew (2016).

dades para emprender, aunque su creencia en su capacidad para emprender es elevada en comparación con el promedio, el nivel de internacionalización es más bajo que el promedio.

De acuerdo con la tabla 6, la tasa de emprendimiento temprano, los negocios establecidos, el cierre de empresas y el nivel educativo son superiores en los emprendedores, así como la percepción de oportunidades y la capacidad. Mientras que la TEA por oportunidad, el temor al fracaso y la innovación son indicadores superiores en la emprendedora, siendo negativo el temar al fracaso dado que frena la intención de emprendimiento. En tanto que la proyección de crecimiento e internacionalización también es inferior en las emprendedoras, pues inician sus negocios con mucho menos capital que los hombres.

Coincidente con estos hallazgos, Ruiz, Corduras y Camelo (2012) encontraron que entre la población española existe una diferencia significativa entre hombres y mujeres en cuanto considerarse capacitados para emprender –autoconfianza emprendedora–, así también las mujeres presentan un temor al fracaso superior al de los hombres, esto se debe a que la mujer es más adversa al riesgo que el hombre.

Estrategias de vinculación Universidad-Empresa-Gobierno para impulsar el emprendimiento femenino en México y España

Estrategias de vinculación en México

Las universidades han sido siempre una pieza fundamental en el impulso de la actividad emprendedora extendiendo su función de generar conocimiento hacia la aplicación del mismo en beneficio de la sociedad, una pieza fundamental de estas acciones realizadas por la universidad consiste en la creación de incubadoras de negocios. De acuerdo con Lagunes, *et al.* (2014) una incubadora “[...]es una acción en la que el trabajo en conjunto entre iniciativas públicas, privadas y académicas fortalecen el emprendimiento, con la finalidad de acompañar de una manera enfocada los procesos de creación y puesta en marcha de las empresas a fin de generar un ambiente de privilegiado para su desarrollo” (p. 26).

México es uno de los países que más ha progresado en la promoción de *start-ups* entre 2012 y 2016. La creación del INADEM en 2013 reforzó el marco institucional para las *start-ups*, lo que significó la reintroducción de capital semilla cerrando de este modo la brecha de financiamiento, mejorando la inclusión financiera de las *start-ups*; asimismo se han reformado las regulaciones para facilitar el inicio de un negocio, se han modernizado los servicios a los

emprendedores estableciendo redes de mentoreo y espacios de trabajo colectivo; por último, se ha fomentado la cultura emprendedora, creando la imagen de que México es un país de emprendedores con impacto global (OCDE, 2016b).

Sin embargo, de acuerdo con la última encuesta nacional de vinculación ENAVI, realizada por SEP y CIDE, solo el 38.9% de las Instituciones de Educación Superior en México (IES), posee una incubadora de empresas; las que no lo tienen señalaron las siguientes dificultades (Santamaría, 2011):

- Monto de inversión para iniciar o mantener una incubadora (44.4%)
- Costo de servicios de incubación de empresas (29.8%)
- Trámites para formalizar la incubadora (28.3%)
- Poca disposición de profesores o investigadores por participar (16.6%)
- Poco interés de empresas o emprendedores (14%)
- No están interesadas (5.9%).

Los recortes presupuestales generados por las crisis económicas, inhiben la creación de incubadoras de empresas por parte de las IES mexicanas, aunado con los engorrosos trámites para formalizarlas. Por otra parte, la falta de vinculación de los procesos de investigación con un enfoque de aplicación de conocimiento hacia la industria por un lado, y la falta de interés de los emprendedores por el otro, también provoca que las IES, no pongan interés en el impulso al emprendimiento.

Los servicios de asesoría que ofrecen las incubadoras en México son (Santamaría, 2011):

- Procesos productivos (93,9%)
- Comercialización (93,9%)
- Asesoría legal para trámites fiscales y de constitución de la empresa (93,1%)
- Administración y contabilidad (92,4%)
- Proceso de financiamiento (92,4%)
- Ámbito legal (84%)
- Diseño industrial (80,9%)
- Servicio a clientes (77,9%)
- Selección de recursos humanos (75,6%)
- Control de calidad de productos y servicios (71,8%).

Como se puede notar, la mayoría de los servicios se quedan en el primer paso: la asesoría; hace falta el establecimiento de programas de mentoría, seguimiento y consolidación de las empresas nacientes y de las que ya se encuentran en operación.

Por cuanto a los servicios que la incubadora de empresas ofrece, destacan los siguientes, de más a menos extendidos entre las IES (Santamaría, 2011):

- Se gestiona financiamiento (87%)
- Los emprendedores pueden usar escritorios (84,7%)
- Los emprendedores pueden usar computadoras, impresoras y equipo informático (84%)
- Los emprendedores pueden usar alguna sala de juntas (80,9%)
- Los emprendedores pueden usar laboratorios o talleres de la IES (76,3%).
- Se gestionan trámites ante las autoridades competentes (73,3%)
- Los emprendedores pueden usar el teléfono (71,8%)
- Se proporcionan servicios de atención a clientes (recepción de llamadas, faxes...) (65,6%).

Con estos servicios, se busca que los emprendedores cuenten con la infraestructura suficiente para realizar su labor, sin embargo su alcance es muy limitado al tratarse de servicios generales.

El tipo de incubadoras según si son adoptadas por más o menos IES es el siguiente (Santamaría, 2011):

- Tecnología intermedia (71,8%)
- Negocios tradicionales (15,3%)
- Alta tecnología (0, 8%).

Como se puede apreciar, son muy pocas las incubadoras para el impulso de empresas de alta tecnología, denotando con esto la falta de vinculación que existe con las carreras que generan conocimientos de punta e innovaciones tecnológicas en las IES mexicana. Las incubadoras de base tecnológica juegan un papel fundamental en la transferencia de conocimientos, pues fungen como enlace entre la academia la empresa y el gobierno, es decir, la triple hélice (Casas & Luna, 1997; Etzkowitz, 2008; Saavedra, 2009) permitiendo la adaptación de los cambios tecnológicos a la industria.

En el año 2014, en México solo existían 23 incubadoras de alto impacto reconocidas por la Secretaría de Economía a través del INADEM, estas se encontraban distribuidas en 12 estados: Aguascalientes, Baja California, Chihuahua, Jalisco, Ciudad de México, Michoacán, Nuevo León, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Veracruz y Yucatán. Doce incubadoras fueron creadas por organismos empresariales, diez estaban alojadas en Instituciones de Educación Superior públicas y privadas, y una era promovida por el gobierno del estado de Nuevo León. Al año 2017, existen 87 incubadoras de alto impacto reconocidas por la Secretaria-

ría de Economía a través del INADEM, de estas sólo 25 se encuentran alojadas en Instituciones de Educación Superior públicas y privadas (INADEM, 2017).

Estrategias de impulso a emprendedoras en México

En México el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES), no cuenta con un programa específico de apoyo a la mujer emprendedora; sin embargo, canaliza a las mujeres que quieren emprender para ser atendidas por el programa de respaldo a mujeres microempresarias, que opera Nacional Financiera y también al programa de incubadoras del INADEM.

Por otra parte, el programa Mujeres Moviendo México es una red de Centros de Desarrollo Empresarial que ofrece acceso a recursos, información, asesoría y servicios empresariales a mujeres emprendedoras potenciando así el esfuerzo de mujeres emprendedoras y fortaleciendo su productividad y competitividad para el impulso de la economía del país. Es un proyecto piloto que nace de una alianza entre el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) y Crea Comunidades de Emprendedores Sociales, A.C., con el apoyo del Instituto Nacional de las Mujeres, los estados de Aguascalientes, Ciudad de México, Estado de México, Guanajuato y Querétaro (que funge como organismo intermedio), y el Grupo Financiero Banorte, entre otros aliados públicos y privados. Este programa consiste en una red de Centros de Desarrollo Empresarial que fungen como Puntos de la Red Mover a México, además ofrecen capacitación en habilidades empresariales, asistencia técnica, orientación y servicios a mujeres emprendedoras en las entidades participantes. Asimismo, articula una red nacional de mujeres emprendedoras y cuenta con una plataforma de diagnóstico y asistencia en línea para mujeres de toda la República.

Así también, se encuentra la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias, A.C., que tiene como misión “Buscar la unidad de la mujer empresaria apoyando su participación hacia mejores oportunidades que nos permitan generar empleos y riqueza, logrando equidad y justicia en un plano democrático”. Esta asociación ofrece el Programa Mujeres Emprendedoras, Jóvenes Empresarias.

En este mismo sentido, se tiene a la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresas, A.C. que tiene como misión “Conformar y representar a la comunidad de empresarias de México para que cuenten con un organismo que fortalezca su crecimiento personal, profesional y organizacional, mediante estrategias integrales de capacitación, vinculación, innovación y desarrollo productivo”. Se propone impulsar una cultura del trabajo empresarial que se caracterice por ser competitivo, sostenible y sustentable.

Estrategias de vinculación en España

En España están las incubadoras de empresas que son gestionadas por los ayuntamientos, por las Cámaras de Comercio con presencia en todo el territorio nacional y coordinadas por Instituto Nacional de la Creación y Desarrollo de Empresas (INCYDE), instituto dedicado al fomento y formación del espíritu empresarial y la mejora de la cualificación de los empresarios; por último, se encuentran las incubadoras impulsadas en las universidades públicas por medio de cátedras y vicerrectorados de emprendimiento, programas específicos y estructuras de apoyo como las Oficinas de Transferencia de Resultados de la Investigación, o los Centros de Orientación y Formación de Empleo realizan una importante labor en tres ejes fundamentales, investigación, formación y asesoramiento (Peña, Guerrero & González, 2015).

La Secretaría General de la Industria y de la Pequeña Empresa (SGIPYME) promueve un programa de emprendimiento universitario destinado bien a complementar, allí donde existan, las iniciativas de servicios y actividades vinculadas al emprendimiento adoptadas por las propias universidades, bien a ofrecerlas donde todavía no se han podido poner en marcha, de modo que en todas las universidades españolas se pueda contar con el apoyo de la Administración General del Estado, en este importante reto que es acercar a los jóvenes universitarios al mundo empresarial. La colaboración entre Ministerios ha sido especialmente intensa en el diseño de este programa, encomendándose su ejecución a la Escuela de Organización Industrial (EOI). Por lo que se ha concretado al ofrecer formación en emprendimiento entre los alumnos que cursan los últimos años del ciclo universitario mediante una asignatura optativa en los masters de posgrado, con el objetivo de dotar a los estudiantes de las herramientas necesarias para elaborar un plan de negocios.

Por otra parte, existe el servicio universitario de creación de empresas, con sede en las Universidades, cámaras empresariales y otros –se estima que existen 227 viveros de empresas en toda España–, y que habitualmente ofrecen los servicios:

- Difusión
- Talleres de creatividad
- Análisis de viabilidad del proyecto
- Análisis de la propiedad industrial e intelectual
- Formación
- Tutorización del plan de negocio
- Información sobre subvenciones y ayudas
- Información sobre trámites jurídicos y administrativos

- Publicaciones
- Premios a las mejores iniciativas
- Apoyo jurídico en la creación de la empresa
- Alojamiento en vivero
- Servicios comunes de alojamiento.

Para el desarrollo de estos servicios, se consideran cinco fases: a) Difusión del espíritu emprendedor; b) Asesoramiento; c) Creación de la empresa; d) Incubación; y, e) Graduación. Elevando así la posibilidad de que las empresas sobrevivan en los primeros años de su creación.

También se encuentran las fundaciones Universidad-Empresa, promovidas por las universidades de la región, el gobierno regional y las cámaras de comercio, existen 31 en todo el territorio español las cuales desarrollan las actividades siguientes:

- Difusión
- Talleres de creatividad
- Análisis de viabilidad del proyecto
- Análisis de la propiedad industrial e intelectual
- Formación
- Tutorización del plan de negocio
- Información sobre subvenciones y ayudas
- Información sobre trámites jurídicos y administrativos
- Publicaciones
- Premios a las mejores iniciativas.

Así también en España se cuenta con 73 aceleradoras de empresas, que tienen como objetivo impulsar el crecimiento de las empresas, para lo cual brindan asesoramiento, formación y *networking*, bajo un programa con un tiempo limitado.

Estrategias de impulso a emprendedoras en España

En España, de acuerdo con el Instituto Andaluz de la Mujer (2009) se ha apostado por la incorporación y permanencia de las mujeres en el tejido empresarial y se está trabajando para potenciar el fomento del espíritu empresarial, el desarrollo y la consolidación de sus proyectos empresariales; para lo cual se ha puesto en marcha el Programa “Servicio de Asesoramiento a Emprendedoras y Empresarias” (SERVAEM), que se encuentra cofinanciado por el Fondo Social Europeo. De esta manera se busca erradicar la discriminación entre los sexos

en el tejido empresarial; trabajando desde el asesoramiento para la creación de empresas con perspectiva de género y para la incorporación de la igualdad de manera transversal en los organismos públicos y en sus procesos de trabajo. Apoyándose para esto en la cooperación interinstitucional entre la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa y la Consejería para la Igualdad y Bienestar Social, en el marco del Programa de Emprendimiento.

Para llevar a cabo el acompañamiento a la creación de empresas por mujeres, se debe realizar un trabajo previo de prospección, diagnóstico y planificación, considerando las estrategias siguientes (Instituto Andaluz de la Mujer, 2009):

- Dar a conocer el SERVAEM, con una campaña de comunicación y sensibilización, cuidando el uso de un lenguaje inclusivo y no sexista.
- Analizar las características socioeconómicas e identificar los recursos del territorio, para facilitar la orientación y contextualización de los proyectos empresariales, esto se realiza considerando: Composición de la población, Configuración del tejido empresarial y las características de la población. Los recursos que deben identificarse son técnicos, económicos y complementarios.
- Definición de las personas destinatarias y la modalidad de atención; así se pueden identificar las necesidades y ofrecer los servicios que requieren, las posibles situaciones son: Busca empleo, Busca iniciar un emprendimiento, Tiene una idea o proyecto, Ha iniciado una empresa y Es empresaria con dificultades de gestión o busca mejorar su empresa.
- Identificar al personal técnico (perfil y requerimientos), capaz de acompañar la construcción de un proyecto personal-empresarial a partir de los recursos personales y autonomía de las usuarias.
- Elaborar las herramientas técnico-didácticas, desde el enfoque de género evitando visiones androcéntricas y patriarcales.

El proceso de acompañamiento tiene como objetivo fomentar el empoderamiento de las emprendedoras, facultándolas para el logro de sus objetivos y defensa de sus intereses, mediante el desarrollo de una personalidad segura de sí misma, que participa en los procesos de interacción social en el reparto de recursos económicos, con poder de decisión sobre la elección de donde trabajar y como vivir. Las fases del acompañamiento son (Instituto Andaluz de la Mujer, 2009):

- *Preincubación* (Fase I, II, III, IV), es esta etapa inicial se realiza el primer contacto (acogida), se determinan los recursos personales y grado de maduración de la idea (Análisis de previabilidad), se elabora el plan de negocio (Viabilidad) y se analizan los trámites necesarios para abrir la empresa (puesta en marcha)

- *Incubación* (Fase V), las empresas ya constituidas ahora deben consolidarse, para lo cual se debe elaborar el Plan de Mejora y fomentar la cooperación y la redes entre empresarias.

CONCLUSIONES

El impulso al emprendimiento es un tema prioritario en la agenda de cualquier país que busca alcanzar un desarrollo sostenible, esta además demostrado que cuando las mujeres emprenden se encuentran en clara desventaja con respecto a los hombres, por diversas razones entre los que se encuentran el menor acceso a fuentes de ingreso y estereotipos de género. Sin embargo, las acciones que se realizan con el fin de impulsar el emprendimiento, no has considerado esta situación que hace más vulnerables a las emprendedoras que a los emprendedores.

El emprendimiento es una actividad creciente en México, su evolución sostenida así lo demuestra, predominando el emprendimiento masculino, a pesar de ello presenta un porcentaje muy bajo de intención emprendedora respecto de los otros países de América Latina, lo que se podría explicar porque se considera en menor medida al emprendimiento como buena opción de carrera; aún con todo esto al TEA es más elevada que en los otros países de América Latina, e incluso América del Norte y Europa, pero también el cierre de negocios, lo que implica que los emprendedores no están recibiendo el apoyo suficiente para mantener su empresas. Por otra parte, las expectativas de creación de empleos no son muy alentadoras, tampoco se espera un alto nivel de innovación e internacionalización. Con respecto al emprendimiento femenino, es claro que las mujeres emprenden en desventaja respecto a los hombres en cuanto al nivel de educación y el monto de la inversión, lo que de por sí ya marca una diferencia para el acceso a otros recursos.

El emprendimiento en España, en los últimos años ha presentado un crecimiento sostenido, sin embargo presenta una baja tasa de intención emprendedora en referencia a los países de Europa, lo que implica que se valora cada vez menos el éxito de las personas emprendedoras, por lo que la TEA también resulta ser la más baja del conjunto de los países europeos; el potencial económico de los emprendimientos tampoco es alentador, pues la generación de empleos, la innovación y la internacionalización se encuentran por debajo del promedio de los países de la región Europea. En lo que se refiere al Emprendimiento Femenino las mujeres emprenden menos que los hombres. Lo hacen con claras desventajas, en cuanto a educación y monto de la inversión, lo que de por sí ya representa una inequidad que acarrea consecuencias para la competitividad de sus empresas.

Las estrategias de vinculación Universidad-Empresa-Gobierno para impulsar el emprendimiento en México, se realiza principalmente a través de incubadoras que generalmente son operadas por las universidades y certificadas por INADEM; sin embargo, estas aún son muy escasas y con servicios básicos la mayoría para emprendimientos tradicionales. En cuanto a las estrategias para impulsar el emprendimiento femenino en específico, estas son escasas y se quedan en la etapa de capacitación y asesoría principalmente.

Las estrategias de vinculación Universidad-Empresa-Gobierno para impulsar el emprendimiento en España se realiza a través de incubadoras de empresas que son operadas por ayuntamientos, cámaras de comercio y universidades las cuales cuentan con cátedras, vicerrectorados de emprendimiento y programas específicos para la transferencia de conocimiento a las empresas; por otra parte la SGIPYME promueve un programa de emprendimiento universitario; un papel importante en estas estrategias de vinculación lo realizan las fundaciones Universidad Empresa, que son promovidas por las universidades, gobiernos regionales y cámaras de comercio principalmente. En lo que se refiere al impulso del emprendimiento femenino se realiza principalmente con el programa SERVAEM, que otorga asesoramiento en todas las etapas del desarrollo empresarial, es decir, desde la idea de negocio hasta la consolidación de las empresas dirigidas por mujeres. Finalmente, nuestro agradecimiento porque esta es una Investigación apoyada por el programa PASPA-DGAPA-UNAM, sin ello no hubiera sido posible.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almodóvar, M. (2016). Actividad emprendedora y crecimiento económico. Tesis Doctoral, Universidad de Extremadura, España.
- Banco Mundial (2015). *Doing Business en España 2015*. Washington D.C., Grupo del Banco Mundial.
- Bartesaghi, A., De Souza, S., Lasio, M., Varela, R., Veiga, L., Kew, P. & Herrington, M. (2016). *GEM América Latina y el Caribe 2015-2016*. Global Entrepreneurship Research Association, 2016. www.gemconsortium.org
- Blonder, G. (2003). "Construyendo el protagonismo de las mujeres en la sociedad del conocimiento: Estrategias educativas y de formación de redes". *Jornada Avanzando en la calidad empresarial: Igualdad y Tecnología*, Bilbao, 21 de octubre.
- Bullough, A.M. (2008). *Institutional Factors Affecting Womens Participation in Business Leadership around the Globe*. Florida Atlantic University Thunderbird School of Global Management.

- Camarena, M., Saavedra, M. & Ducloux, D. (2015). Panorama del género en México: Situación actual. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 13 (2) 77-87.
- Camarena, M. & Saavedra, M. (2016). "Un estudio de las PYME lideradas por mujeres en Latinoamérica". *Revista Universitaria RUTA*, 18 (1) 1-27.
- Casas, R. & Luna, M. (1997). *Gobierno, academia y empresas en México: hacia una nueva configuración de relaciones*. México: Plaza y Valdes.
- Casissi, L. (2012). *Emprendimientos y derechos económicos de las mujeres Conferencia en la I Conferencia regional sobre derechos económicos de las mujeres: emprendimientos, políticas públicas y acceso a activos*. Tegucigalpa Honduras, 27 y 28 de Junio organizado por la División de Asuntos de Género de la CEPAL y ONU Mujeres.
- Correia, S., Caetano, A., Fernández, S., Amich, M., Spagnoli, P., Ruiz, J., Camelo, M., Franco, N., Guerra, M., Pizarro, O., Vázquez, M., Bernal, M., Asai, J., Flores, M., Montiel, M., Saavedra, M., Tapia, B., González, M., Velázquez, L., Santana, T., González, J., & Lee, J. (2015). *Emprendimiento femenino en Iberoamérica*. España: Red Emprendía.
- Daniels, C., Herrington, M. & Kew, P. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor 2015/2016: Special Report on Entrepreneurial Finance*. Global Entrepreneurship Research Association, www.gemconsortium.org.
- De la Paz, E. (2010). "Nuevas tendencias en el mundo empresarial: La participación de las mujeres". *La Ventana* (32) 52-79.
- Díaz, M. & Jiménez, J. (2010). "Recursos y resultados de las pequeñas empresas: nuevas perspectivas del efecto género". *Cuadernos de economía y Dirección de la empresa, España*, 42, 154-176.
- Espino, A. (2005). *Un marco de análisis para el fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de género. Serie Mujer y Desarrollo*, Santiago de Chile: Naciones Unidas-CEPAL, Núm. 77, 84.
- Etzkowitz, H. (2008). *The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation in Action*. UK: Routledge.
- GEM (2016). *Global Entrepreneurship Monitor 2015-2016*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA), www.gemconsortium.org
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: Realidades, obstáculos y desafíos*. Santiago de Chile: División de Asuntos de Género, CEPAL.
- Herrington, M. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor. Policy Briefs, 2017*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA), www.gemconsortium.org

- INEGI (2015). *Encuesta Nacional de Productividad y Competitividad de la PYME*. México: Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática.
- INADEM (2017). Incubadoras reconocidas por INADEM, Recuperado el 17 de noviembre de 2017, de: <http://reconocimiento.inadem.gob.mx/resultados/>
- Instituto de la Mujer (2011). *Los recursos y resultados empresariales: Una perspectiva de Género*. España: Universidad de Castilla la Mancha.
- Instituto Andaluz de la Mujer (2009). *Igualdad. Protocolo de actuación para el acompañamiento de emprendedoras y empresarias desde un enfoque de género*. España: Junta de Andalucía.
- Kelley, D., Brush, C., Greene, P., Herrington, M., Ali, A., & Kew, P. (2014). *Women's Entrepreneurship, Special Report*. Global Entrepreneurship Research Association, www.gemconsortium.org
- Lagunes, L., Solano, F., Herrera, M., San Martín, J., & González, L. (2014). "Innovación y Emprendimiento a la luz del contexto Latinoamericano". *Guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación*. Lima: CLADEA.
- Lupiañez, L; Priede, T., & López-Cózar, C. (2014). "El Emprendimiento como motor del crecimiento económico". *España: Boletín Económico de ICE*, N° 3048 del 1 al 28 de febrero de 2014.
- Masa, M., Cano, T., & Ortuondo, L. (2012). *El emprendimiento femenino en actividades de alto valor añadido en Biskaia. Identificación de los factores explicativos*. España: Adimen Investigación.
- Micheli, J. & Zamora, C. (2016). "El emprendimiento en México: Un análisis preliminar de su desempeño reciente". En: Contreras, O. & Torres, H. (Coords.) pp. 606-628, *V Congreso de Ciencias Sociales, La agenda emergente de las ciencias sociales: Conocimiento, crítica e intervención*. Consejo Mexicano de Ciencias Sociales, México: Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Guadalajara.
- Minniti, M. (2016). "El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones". *Revista EM*, 383 (9) 23-30.
- Naranjo, E., Campos, M., & López, L. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor: reporte nacional 2015-2016 México*. México: Tecnológico de Monterrey.
- OCDE (2016b). *Start-up Latin America 2016: Building an Innovative Future*, Paris: OECD Publishing.
- Peña, I., Guerrero, M., & González, J. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor: Informe GEM España*. Santander: Editorial de la Universidad de Cantabria, Asociación Red GEM España y Cise.

- Powers, J., & Magnoni, B. (2010). *Dueña de tu propia empresa: Identificación, análisis y superación de las limitaciones a las pequeñas empresas de las mujeres en América Latina y El Caribe*. Washington, D.C., Fondo Multilateral de Inversiones, BID.
- Rodríguez, P., Fuentes, M., & Rodríguez, L. (2011). "Estrategia de construcción de una ventaja competitiva en las empresas de mujeres". *Ideas Concyteg*, 6 (78) 1456-1470.
- Ruiz, J., Corduras, A., & Camelo, C. (2012). *Actividad emprendedora de las mujeres en España*. España: Fundación Universidad Empresa de la provincia de Cádiz.
- Saavedra, M. (2009). "Problemática y desafíos actuales de la Vinculación Universidad Empresa: El caso mexicano". *Actualidad Contable Faces*, 12 (19), 100-119.
- Saavedra, M., & Camarena, M. (2015a). "Diferencias en la competitividad de las empresas según el género del director". *Neumann Business Review*, (2) 70-86.
- Saavedra, M., & Camarena, M. (2015b). "Retos para el emprendimiento femenino en América Latina". *Criterio Libre*. 13, (22) 131-154.
- Santamaría, C. (2011). *La creación de empresas en el sistema universitario mexicano*. Tesis doctoral. Universitat Rovira I Virgili, Facultat de Ciències Econòmiques y Empresarials, Departament de Gestió de empreses. Reus, Universitat Rovira I Virgili.
- Secretaría de Economía (2009). "Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas". México: *Diario Oficial de la Federación*, 30 de junio de 2009.
- SELA (2010). *Desarrollando mujeres empresarias: La Necesidad de Replantear Políticas y Programas de Género en el Desarrollo de PYMES*. Caracas, Venezuela: Secretaría Permanente del SELA.
- Unión Europea (2014). Definición de PYME UE. Reglamento (UE) nº 651/2014 de la Comisión, anexo I.