
Factores de éxito y fracaso al emprendimiento productivo de derivación de lácteos de mujeres en el Municipio de Batallas

Vanessa Lidia Ovando Pérez

*Licenciada en Ingeniería Comercial
Centro de Investigación de la Carrera de
Ingeniería Comercial
Universidad Católica Boliviana “San
Pablo”
Unidad Académica Regional de La Paz*

Vanessa Lidia Ovando Pérez & Shirley Carolina Valencia Camacho (2021). “Factores de éxito y fracaso al emprendimiento productivo de derivación de lácteos de mujeres en el Municipio de Batallas”. *Perspectivas*, Año 24, N° 48 noviembre 2021. pp. 119 - 174. Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, Unidad Académica Regional Cochabamba. Clasificación JEL: O3, O32, O39

Shirley Carolina Valencia Camacho

*Magíster en Administración de Empresas
Mención Economía Digital
Universidad Complutense de Madrid
Docente Universidad Católica Boliviana “San Pablo”
Unidad Académica Regional de La Paz
e-mail: cvalencia@ucb.edu.bo*

Resumen

Las mujeres al decidir formar su propio negocio se encuentran en la necesidad de sobrevivir al mercado, enfrentándose a diversos factores que afectan su dinámica emprendedora, siendo estos factores cruciales a la hora de definir el éxito o fracaso de su negocio. Los factores de éxito son entendidos como factores que impulsan o favorecen a los emprendimientos. Los factores de fracaso son definidos como barreras o aspectos desfavorables que impiden a los emprendimientos crecer y desarrollarse.

A través de los métodos exploratorio y descriptivo transversal simple, la investigación permitió determinar que factores son considerados de éxito y fracaso en el desarrollo de emprendimientos productivos del sector lechero a cargo de mujeres del Municipio de Batallas de la ciudad de La Paz, a través del análisis de seis indicadores, cultura, nivel educativo y capacitación, aspectos financieros, predisposición y acceso a tecnologías modernas, conformación de redes sociales y actitud ante el riesgo.

CLASIFICACIÓN JEL: O3, O32, O39.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, emprendimiento femenino, factores éxito, factores de fracaso, área rural.

Abstract

When women decide to form their own business, they find themselves in the need to survive the market, facing various factors that affect their entrepreneurial dynamics, these factors being crucial when defining the success or failure of their business. Success factors are understood as factors that promote or favor entrepreneurship. Failure factors are defined as barriers or unfavorable aspects that prevent businesses from growing and developing.

Through simple cross-sectional exploratory and descriptive methods, the research will determine which factors are selected for success and failure in the development of productive enterprises in the dairy sector in charge of women from the Municipality of Batallas in the city of La Paz, through the analysis of six indicators, culture, educational level and training, financial aspects, predisposition and access to modern technologies, formation of social networks and attitude towards risk.

JEL CLASSIFICATION: O3, O32, O39.

KEYWORDS: Entrepreneurship, female entrepreneurship, success factors, failure factors, rural area.

Introducción

El emprendedor luego de crear su negocio, se encuentra en la necesidad de sobrevivir en el mercado, en donde se enfrenta a una competencia diaria con diferentes agentes sociales, siendo necesario que conozca cuáles son los factores que influyen en el éxito como en el fracaso de su negocio.

Los factores de éxito son entendidos como factores que impulsan o favorecen al emprendimiento. Por otro lado, los factores de fracaso son definidos como barreras o aspectos desfavorables que impiden a los emprendimientos crecer y desarrollarse.

El emprendimiento suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto” (Fautapo & Ftp, s.f., p. 3). “La población boliviana posee actitudes y percepciones favorables hacia el emprendimiento, y destaca las apreciaciones sobre las capacidades y habilidades para emprender. Es decir, el boliviano se siente capaz de emprender, sin embargo, la aversión al riesgo es alto, por el temor al fracaso” (p. 6).

No obstante, De Pablo Valenciano, Capobianco Urdiales, & Uribe Toril (2017) define, que en los 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS) que están en vigencia desde el 2016 hasta el 2030, tiene en su centro la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer, siendo considerada a la mujer rural como pieza de éxito en los 17 objetivos, por lo que, la mujer es una fuente importante de estudio, considerando que en Bolivia existe una gran cantidad de emprendedoras, que deciden crear su negocio en base a sus necesidades y oportunidades. Asimismo, Querejazu et al. (2012) afirma que la mayor parte son emprendedoras por necesidad, reflejado en el estancamiento de la economía boliviana, tanto en producción como innovación.

Cada vez es más abundante la literatura que explora los factores que promueven la empresarialidad por parte de las mujeres y los desafíos y limitaciones de género que se enfrentan al momento de iniciar y desarrollar sus emprendimientos comerciales. (Powers & Magnoni.2010. p. 5). Sin embargo, en áreas rurales no se cuenta con datos precisos acerca de este tema, ni mucho menos del estado de los emprendimientos de mujeres.

Se afirma que “Bolivia es uno de los países de la región que tiene un alto porcentaje de participación femenina en el emprendimiento” (Osorio M., 2018). También Querejazu et al. (2012) señala cuatro niveles de la probabilidad que tienen los emprendimientos en modificar su estructura de mercado, donde la mayoría de las mujeres se sitúan en la parte baja, que es poca o nula expansión de mercado.

Por tanto, el análisis de los factores de éxito y fracaso que puedan fomentar o retrasar el desarrollo de los emprendimientos serán expuestos en la presente investigación, a través del estudio de los emprendimientos del sector productivo de derivación de lácteos a cargo de mujeres residentes en las comunidades del municipio de Batallas, de edad comprendida entre 20 a 69 años. Los factores sujetos a análisis son la cultura, nivel educativo y capacitación, aspectos financieros, conformación de redes sociales, actitud ante el riesgo y el acceso y predisposición a tecnologías modernas.

Batallas está localizado camino a la carretera a Copacabana, en la tercera sección de la provincia Los Andes del departamento de La Paz, la cual cuenta con 9 cantones y 41 comunidades. La principal actividad económica es el sector agropecuario y textil, debido a los recursos que les permite a los pobladores obtener productos como carne, leche, lana y queso, donde los excedentes de la producción son comercializados en diferentes ferias locales y en los mercados de las ciudades de La Paz y El Alto.

Marco conceptual

1. Emprendimiento

El emprendimiento es un término usado en todo el mundo porque ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, el cual va ganando importancia ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos. Por un lado, el emprendimiento significa “hacer algo”, es decir, hacer un esfuerzo para alcanzar su meta u objetivo, por lo que este fenómeno da hincapié a nuevas investigaciones.

Según Word Origins (como se citó en Calero Pazmiño, 2011) “La palabra

emprendedor se origina en el siglo XIII del verbo francés *entreprendre*, que se deriva de la palabra *empresa* y se define como la acción de iniciar un negocio” (p. 9). Por otro lado, Ballesteros (como se citó en Arias & Pérez, 2014) define al emprendimiento como una habilidad personal que define el comportamiento de un sujeto

También Lezana & Tonelli (como se citó en Duarte & Ruiz Tibana, 2009) piensa que los emprendedores “pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocios, montan y coordinan nuevas combinaciones de recursos (factores de producción), para extraer los mejores beneficios de sus innovaciones en un medio incierto” (p.329).

Por lo tanto, Bazoberry (2017) afirma que los emprendedores son personas que lograron un cambio en la economía, porque con sus proyectos contribuyen con la productividad y mejora de la calidad de vida del país, a través de la creación de nuevos empleos.

1.1. Importancia del emprendimiento

Hoy en día emprender es una motivación para que muchas personas logren independizarse, tanto en lo económico, como personalmente; considerando los altos niveles de desempleo y la calidad de trabajos, este tipo de enfoque es considerado una oportunidad de poner en práctica el emprendimiento, con el fin que las personas sean sus propios jefes y no dependan de otros. (Arias & Pérez, 2014). Además dicho autor afirma que el emprendimiento “es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite llevar a cabo proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, y les permita mejorar su calidad de vida y las de su entorno familiar” (p. 179).

Según Flores (s.f.) “La capacidad emprendedora como capacidad de innovación no sólo es una opción de este tiempo, se ha vuelto una necesidad ineludible de profundizar en nuestros países latinoamericanos” (p. 55). Como también Solange (2018) señala que para que existan emprendimientos de calidad, se debe tener un ecosistema integrado, es decir recoger aspectos de los individuos involucrados, mercado y agentes externos.

1.2. Emprendimiento productivo

El emprendimiento productivo es realizar un emprendimiento desde la materia prima, en este caso de investigación, el análisis inicia en el acopio de la leche, su transformación y comercialización en el mercado. Según Fautapo & Ftp (s.f.) el emprendimiento productivo es “Una iniciativa de un individuo que asume un riesgo económico o que invierte recursos con el objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado” (p. 3). Además, el emprendimiento nace de una idea que tiene el fin de realizarla.

2. Emprendimiento femenino

Las mujeres para empezar un negocio tienen diferentes factores que influyen, para que ellas emprendan, Kargwell (como se citó en Castiblanco Moreno, 2013) señala “Las motivaciones para empezar su negocio es generar ingresos y aprovechar su tiempo libre. Por otra parte, los hombres señalaron que, si bien buscan aumentar sus ingresos, su prioridad es ganar independencia financiera” (p. 61). Así mismo, Jia et al. (como se citó en Castiblanco Moreno, 2013) señalan que los factores que influyen en el emprendimiento son:

La libertad para trabajar, el deseo de mayores ingresos, el deseo de alcanzar un mayor estatus social, mayores niveles educativos, tamaño de la familia, relaciones familiares, muerte del esposo o cabeza de familia, la motivación de familiares y/o amigos, acceso al crédito, acceso a entrenamiento en emprendimiento, ayuda gubernamental, pertenencia a asociaciones de emprendedores, acceso a información del negocio e infraestructura favorable al emprendimiento. (p. 62).

Según Querejazu, Zavaleta, & Mendizabal (2015) en su Reporte Nacional de Bolivia 2014 señala “Los emprendimientos son motivados en mayor proporción por la oportunidad y en menor medida por la necesidad, diferenciándose así de los emprendimientos en las urbes” (p.17). Sin embargo, Querejazu et al. (2012) en el reporte de mujeres y emprendimientos 2011 afirma “la motivación para emprender según la condición migratoria, tanto las no migrantes como las migrantes rurales emprenden predominantemente por necesidad, a diferencia de las migrantes urbanas que emprenden por oportunidad” (p.16).

2.1. Participación de mujeres en el mercado laboral boliviano.

En la última década, la participación de mujeres se incrementó. De acuerdo a la Encuesta de hogares del Instituto Nacional de Estadística 2012 la participación de mujeres de área urbana es más representativa que el área rural. Fautapo & Ftp (s.f.) afirman que “Bolivia es un país de emprendedores, en el que las mujeres son tan emprendedoras como los hombres, pero también con mucho trabajo por delante para convertir este potencial en el verdadero motor del desarrollo social y económico del país” (p. 5).

El tipo de negocio que manejan es un punto clave para la economía, porque contribuye a la creación de empleos, por lo que Bazoberry (2017) señala que las mujeres suelen crear negocios más pequeños que los hombres. Además, dicha autora señala que las mujeres tienen un menor nivel educativo a comparación de los hombres.

3. Factores que afectan al emprendimiento femenino

Según Minniti (como se citó en Querejazu et al. 2012) las mujeres son más sensibles al contexto y ambiente local, debido a que las opciones laborales son diferentes con respecto a los hombres; entonces una persona que se encuentra en estado inactivo tiene dos opciones emprender o trabajar, por lo que dicha autora afirma que iniciar un negocio es más complejo para las mujeres.

Por lo cual, la presente investigación se va a analizar seis factores pertenecientes a una revisión literaria de (Powers & Magnoni, 2010; Comunidad Mujer, 2009 y Banco Mundial, 2010, entre otras), donde el modelo es propuesto en Querejazu et al. (2012), la cual se explica en la figura 1.1.



Fuente: La figura fue proporcionada por el GEM 2012 (como se citó en Querejazu et al. 2012)

Figura 1.1. Factores determinantes de la dinámica emprendedora de la mujer

La figura 1.1 señala que existen seis factores que influyen en la dinámica emprendedora, mismos que pueden ser factores de éxito, factores de fracaso o ambos.

3.1. Responsabilidades con el hogar y los hijos

En América Latina se tiene la costumbre de que el hombre es el sostén de la familia, siendo la mujer la responsable del hogar y el cuidado de la familia. El BID et al. (Como se citó en Querejazu et al. 2012) señala que “la necesidad de conciliar estos dos roles pueden influenciar en las decisiones de las mujeres para iniciar o no un emprendimiento” (p.36).

Sin embargo, (Hernández Prados & Lara Guillén , 2015) afirma que el análisis al trabajo de la mujer y la existencia de las tareas domésticas, son obstáculos para su progreso profesional. También dicha autora plantea la importancia de

tener una responsabilidad compartida fomentando la cooperación y la responsabilidad como modelo familiar.

Sin embargo, Hernández Prados & Lara Guillén (2015) afirma que “culturalmente, la maternidad se ha visto como causa de vulnerabilidad laboral en las mujeres” (p. 30). Como también, dicho autor plantea en una investigación realizada en España que, con la llegada de los hijos, las mujeres aumentan la dedicación al trabajo doméstico y por ende los hombres dedican su tiempo a otras actividades, distintas a las domésticas. También Querejazu et al. (2012) afirma “la necesidad de conciliar el trabajo y la familia representa sin duda una restricción para la mujer en el momento de tomar decisiones, restricción que puede a su vez determinar la calidad del emprendimiento que vaya a establecer” (p. 107)

También Duncan (como se citó en Hernández Prados & Lara Guillén 2015) define tres modelos de familia, los cuales son:

- Modelo tradicional o de segregación: Donde la mujer tiene un rol de esposa y madre a la vez, es decir la mujer permanece el mayor tiempo en el hogar.
- Modelo de compromiso o intermedia: Donde existe un conflicto de rol de la pareja, dado que ambos trabajan por necesidad, siendo la mujer la que se sacrifica por la carrera y/o superación del marido.
- Modelo igualitario o simétrico: Donde el hombre y la mujer tienen actividades tanto profesionales como domésticas.

Por otro lado, Jaén, Fernández-Serrano, & Liñán (2013) piensa que “la diversidad cultural puede ayudar a explicar una amplia gama de diferencias en las variables económicas, sociales, institucionales o científicas” (p. 37). También dicho autor menciona la importancia de la cultura nacional, por lo que Hofstede y Liñán (como se citó en Jaén, Fernández-Serrano, & Liñán, 2013) define a la cultura como un término multidimensional que afecta al esquema cognitivo del individuo, programando comportamientos acorde a su contexto cultural.

Según Lado Sestayo, Vivel Búa, & Seijas Giménez (2017) “la cultura del país afecta notablemente al emprendimiento femenino, por lo que aquellas

economías donde el emprendimiento sea considerado una buena carrera y donde se difundan en los medios de comunicación, los casos de éxito, cabría esperar una reducción de las diferencias entre el emprendimiento masculino y femenino” (p. 9).

El informe del Municipio de Batallas - CCEDSE (2001), indica que “debido al origen cultural del municipio, existe una arraigada presencia de mitos, creencias y prácticas propias de la cultura aymara como la wilancha, c´hallas, q´oachada, etc. Que están presentes en actividad de los productores” (p. 37).

Otro factor importante es la ubicación del emprendimiento, Serrano (como se citó en Hernández Prados & Lara Guillén 2015) afirma que, el peso fundamental de la actividad productora recae en las mujeres cuando la población es pequeña o está en el área rural. Sumado a este factor, se introduce la infraestructura física, “referida a la calidad y a la facilidad de acceso a los recursos físicos, tales como transporte, comunicación y otros servicios”. Querejazu et al. (2015). P. 86

“La ubicación del emprendimiento en los hogares de las mujeres, si bien puede abaratar costos de producción no permite distinguir los gastos del hogar de los gastos del negocio con efectos obvios sobre el destino de las ganancias” Querejazu et al. (2012). p. 107. También dicha autora señala que, si las mujeres destinan su ingreso para el hogar, el negocio tiene bajas posibilidades de expansión.

3.2. Nivel educativo y capacitación

El Ministerio de Educación (2010) en la Ley Avelino Siñani decreta “Toda persona tiene derecho a recibir educación en todos los niveles de manera universal, productiva, gratuita, integral e intercultural, sin discriminación” (p. 1). Según Duarte & Ruiz Tibana (2009) el sistema educativo es el medio más eficaz para crear una cultura emprendedora, siendo un proceso formativo desde la escuela, donde la educación se debe consolidar como un derecho para que la población se encamine al desarrollo humano y así goce de las oportunidades del mercado.

Según Querejazu et al. (2015) la educación emprendedora se divide en dos, el primero es la educación básica (primaria y secundaria) enfocado al

emprendimiento por medio del estímulo de la creatividad, de la autosuficiencia y de la creación de empresas, entre otros y el segundo es la educación superior para la creación y crecimiento de las empresas.

Entonces la educación es un factor primordial, porque de ello depende cómo afecta al desarrollo del negocio, siendo una limitante para las mujeres el acceso a educación debido a los problemas estructurales, provocando que el crecimiento del emprendimiento sea lento. BID et al. (como se citó en Querejazu et al. 2012).

Según Rovayo (s.f.) afirma “La función social de la educación no es brindar conocimientos, sino generar capacidades a los beneficiarios de la misma, para proveer sustento mediante un empleo, oficio u ocupación” (p.98). El autor nos indica, que para emprender se tiene que basar en un direccionamiento estratégico y una visión de sostenibilidad en el largo plazo, en el cual este emprendedor cree valor para los involucrados de la empresa.

Según CCEDSE (2001), en el Municipio de Batallas existen 54 unidades educativas, de las cuales 3 son privadas y las demás son fiscales, que están distribuidas en toda la sección Municipal y tienen un nivel de enseñanza variado, es decir existen colegios con el nivel inicial a 5to básico, 10 de sexto de primaria a 4to de secundaria, etc.

Por otro lado, en el Reporte Nacional del 2014 de Querejazu et al. (2015) afirma “Del total de la población se observa que existe una mayor actividad emprendedora entre las personas con un nivel de licenciatura” (p. 72). También dicho autor considera que “la población con educación universitaria a nivel licenciatura puede ser un indicador favorable para el emprendimiento de calidad en escenarios de crecimiento económico elevado” (p. 94).

Por lo que, De Torres (como se citó en Duarte & Ruiz Tibana, 2009) afirma “Si la educación es el medio por el cual logro modificar actitudes y comportamientos casi diría que hay una relación entre educación y entrepreneurship, vale la pena, entonces, pensar en educar a los emprendedores” (p. 327).

Por tanto, Osorio Tinoco & Pereira Laverde (2011) piensa que la capacitación empresarial podría progresar más rápidamente, pero se limita a utilizar la

mirada convencional de las escuelas de negocios, por lo que se debe cambiar de mirada a una distinta que debe tener cuatro variables fundamentales, el emprendedor, la acción emprendedora, el entorno y la formación. También Castro León & Franco Franco (2011) afirma “es importante no dejar de lado las capacitaciones formales que pueden llegar a tener un emprendedor y que facilitarían su comprensión en los temas que involucran el desarrollo de sus competencias empresariales” (p. 10).

Por otro lado, las mujeres tienen negocios sencillos por la falta de capacitación, Diana Urioste (como se citó en Bazoberry, 2017) afirma “estar en el sector del comercio, es más fácil para las mujeres solteras y con hijos, ya que pueden llevar a los hijos al trabajo y dedicarles tiempo” (p.9). Según Powers y Magnoni (como se citó en Bazoberry, 2017) las mujeres no reciben la capacitación adecuada para crear un valor agregado en su negocio, es decir, no están preparadas para iniciar un negocio, esto va ligado al emprendimiento que es resultado de una necesidad y no necesariamente de una oportunidad.

3.3. Aspectos financieros

El financiamiento a emprendedores según Querejazu et al.(2015) “es la disponibilidad de recursos financieros para empresas nuevas y en crecimiento, incluyendo capital propio, financiamiento por acciones o por deuda, fondos del sector privado, subsidios y subvenciones del sector privado, subsidios y subvenciones del sector público, financiación proporcionada por inversiones informales y capital de riesgo” (p. 85)

En países de América Latina, el tema de financiamiento es complejo, dado que se pasa por una serie de procesos, para acceder a productos y servicios financieros en el sector formal, donde dicho factor es una limitante para las mujeres a la hora de financiarse, pero a la vez Powers et al. (como se citó en Querejazu et al. 2012) señala que en “países de América Latina las mujeres micro emprendedoras han logrado un mayor acceso al financiamiento de corto plazo, a través de instituciones de micro finanzas (IMF), llegando a cubrir principalmente sus necesidades de capital de trabajo” (p. 37).

Sin embargo, Alvarez, Noguera, & Urbano (2010) afirma que las

emprendedoras tienen “mayores dificultades para acceder a la financiación, apuntando que alguna de las posibles causas podría ser el reducido tamaño de sus empresas que no les permite presentar garantías suficientes, y el menor conocimiento que muchas emprendedoras tienen del sector financiero” (p.44). También Encinas Melendrez (2018) señala que el financiamiento es un factor importante que marca la diferencia entre el éxito y fracaso del emprendimiento.

Según Querejazu et al. (2015) plantea que, la mayoría las personas no acceden a un crédito porque tiene muchas exigencias, papeleos o tramites, también consideran tener el capital necesario, pero considerando el área rural tiene el mismo comportamiento.

Por otro lado, Querejazu et al. (2012) señala que “el monto del capital inicial juega un rol importante en la calidad del emprendimiento, por lo que una baja disponibilidad de capital inicial puede ser una barrera para el emprendimiento” (p.106).

En todo el mundo “las mujeres reciben menos financiamiento que los hombres para sus negocios” (Bazoberry , 2017, p. 9).

3.4. Conformación de redes sociales

La utilidad de este factor radica principalmente al tipo de información que puede proveer por lo que afirma Querejazu et al. (2012) “el principal capital social de las mujeres que desean iniciar un negocio se genera, principalmente, a través de relaciones interpersonales y familiares, lo cual limita al crecimiento debido a que no alcanzan un valor agregado” (p.37). También dicha autora menciona que una mayor asociatividad puede ayudar al empoderamiento de la mujer y aumentar la productividad del emprendimiento.

Según BID y Banco Mundial (como se citó en Querejazu et al. (2012) las asociaciones o sindicatos de mujeres crecieron en los últimos años, dado que buscan la cooperación entre ellas y mejora en las políticas públicas.

Por otro lado, Querejazu et al. (2015) afirma “la asociatividad, elemento clave

del capital social, permite alcanzar objetivos y superar limitaciones o dificultades que posiblemente serían insuperables por los emprendedores de manera individual” (p.82). También dicho autor menciona que los beneficios de pertenecer a un gremio o sindicato es el acceso a crédito y capacitación, como también generar un grupo de presión para la protección de su asociación.

Se señala la importancia de conformación y generación de redes, porque favorece el apoyo mutuo y la colaboración en actividades laborales, provocando mayor seguridad entre mujeres, cabe resaltar que el rol del gobierno es fundamental para contruir un entorno emprendedor fértil para nuevos negocios y el potenciamiento de los emprendedores. (Querejazu et al, 2015).

También Encinas Melendrez (2018) afirma en su investigación “los resultados hacen suponer que para el emprendedor el papel del gobierno y del entorno son factores claves que deben ser tomados muy en cuenta al momento de emprender un negocio” (p. 12).

3.5. Actitud ante el riesgo

En cuanto a la percepción del riesgo, Castiblanco Moreno (2013) señala que las mujeres son más sensibles a comparación de los hombres, debido a que dicho autor plantea “para las mujeres es más importante el acceso a un mercado potencial estable que ganancias más elevadas con mayor riesgo lo que las lleva a preferir negocios con menos probabilidades de fracaso que aquellos preferidos por los hombres” (p. 61).

Según Bazoberry (2017) “las mujeres suelen crear negocios más pequeños que los hombres y por lo tanto con menos empleados, en estos casos se valora el autoempleo y el empleo familiar” (p. 10). Entonces los emprendimientos por necesidad son los que no aspiran por crecer más, solo aspiran sostenerse en el mercado.

Según Querejazu et al. (2012) la aversión al riesgo es “la menor disposición de la mujer de afectar o amenazar el sustento de su familia” (p. 36). Lo cual provoca que la mujer tenga miedo de expandir su emprendimiento, como

también estancarse en su negocio y no diversificar su cartera de productos. También mencionados autores mencionan que el factor del riesgo es como una limitante para el desarrollo de sus actividades

3.6. Acceso y predisposición hacia tecnologías modernas

El uso de la tecnología, permiten a los emprendedores mejorar su negocio, por lo que Querejazu et al. (2015) afirma “con el rápido avance tecnológico en el mundo, una tecnología con antigüedad mayor a cinco años es considerada en los estándares internacionales como obsoleta” (p. 75). También dicho autor señala que, en el área rural tienen bajos porcentajes de utilización de internet para la venta y comercialización de sus productos.

Navarro (2018) menciona la importancia de los emprendedores tecnológicos y el surgimiento de esta nueva figura, partiendo con la creación de una empresa y la oportunidad de utilizar las herramientas tecnológicas. La tecnología resulta ser una limitante si no es aprovechada de la mejor manera, es decir no tener un manejo adecuado de la tecnología.

Sin embargo, Navarro (2018) afirma “el emprendedor tecnológico no solo se queda con una buena idea en la cabeza, sino que la materializa en hechos concretos, en un negocio rentable”.

Los beneficios de ser un emprendedor tecnológico son: Acceso a la información, en lo económico, marketing digital, clientes globales, automatización de los procesos y nuevas herramientas administrativas.

Castiblanco Moreno (2013) señala que “algunos negocios no son accesibles, porque requieren de capacitación, lo que es evidente en los negocios relacionados con tecnología” (p. 61). La gran parte de mujeres se enfocan en la formación del área de humanidades, dando a entender que no poseen la educación en ciencias, provocando no tener habilidades técnicas.

Según Querejazu et al. (2012) las mujeres emprendedoras en Bolivia no incorporan procesos o tecnología en su negocio, por lo que no gozan los beneficios de las mismas, afectando negativamente la expansión y desarrollo de su emprendimiento. Sin embargo, Wortman & Doherty (como se citó en

Barragán & Ayaviri, 2017) señalan que “el emprendimiento rural se ha convertido en uno de los factores claves para el desarrollo local y la agroindustria” (p.76).

Petit (como se citó en Barragán & Ayaviri, 2017) afirma “la innovación y el emprendimiento constituyen mecanismos que dinamizan recursos, capacidades y competencias para la generación de conocimiento que plasma en estrategias para explotar nuevas oportunidades que economicamente generen valor” (p.76). También García (como se citó en Barragán & Ayaviri, 2017) señala que un elemento para determinar el crecimiento económico es la innovación, ya que por medio de ella se logra crear ventajas competitivas, siendo considerada un motor clave de crecimiento. Entonces, se definirá la innovación como “creación o modificación de un producto y su introducción en un mercado” (Tortosa Conchillo, Uribe Toril, & De Pablo Valenciano, 2018, p.13).

Por un lado, Bazoberry (2017) afirma “La innovación y el emprendimiento van de la mano” (p. 9). También dicha autora resalta a la innovación como un proceso de cambio a través de nuevas ideas, con el fin de alcanzar una mayor productividad.

La calidad es un aspecto fundamental para la perdurabilidad y el desarrollo de las organizaciones considerándola como el factor dinamizador de los procesos internos, de diferenciación con el entorno, de adaptación al medio y de satisfacción de las necesidades de la sociedad y los diferentes grupos de interés. Al evidenciar su importancia, se harán explícitas las razones por las cuales existe un permanente interés en las compañías por avanzar hacia la calidad, en particular, porque se trata de una condición inherente a la existencia organizativa.

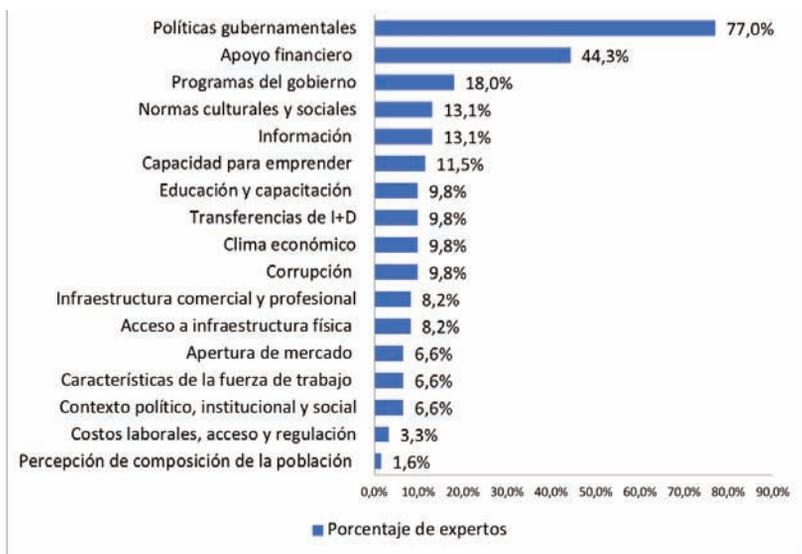
4. Factores de éxito y fracaso al emprendimiento

Hay que tener en cuenta que, los factores de éxito son entendidos como factores que impulsan o favorecen al emprendimiento. Por otro lado, los factores de fracaso son definidos como barreras o aspectos desfavorables que impiden a los emprendimientos crecer y desarrollarse.

Según Thomas Edison (como se citó en Maxwell, 2000) “El fracaso, en realidad, es una cuestión de concepto. Las personas no trabajan duro porque, en su concepto, se imaginan que van a alcanzar el éxito sin mayor esfuerzo. Muchos creen que una mañana van a despertar siendo ricos. En realidad, esto es verdad sola a medias, porque en algún momento, van a despertar” (p. 16).

No obstante, Arias & Pérez (2014) definir al emprendimiento no es sencillo, porque conlleva a una serie de características que cada persona tiene de diferente manera, algunos casos exitosos y otros no, siendo en la actualidad posea innovación, cambio, o toma de riesgos. También Encinas Melendrez (2018) afirma “El tener una idea de negocio no significa un éxito seguro, hay factores que pueden corroborarlo, pero hay otros que pueden empujar al fracaso” (p. 15).

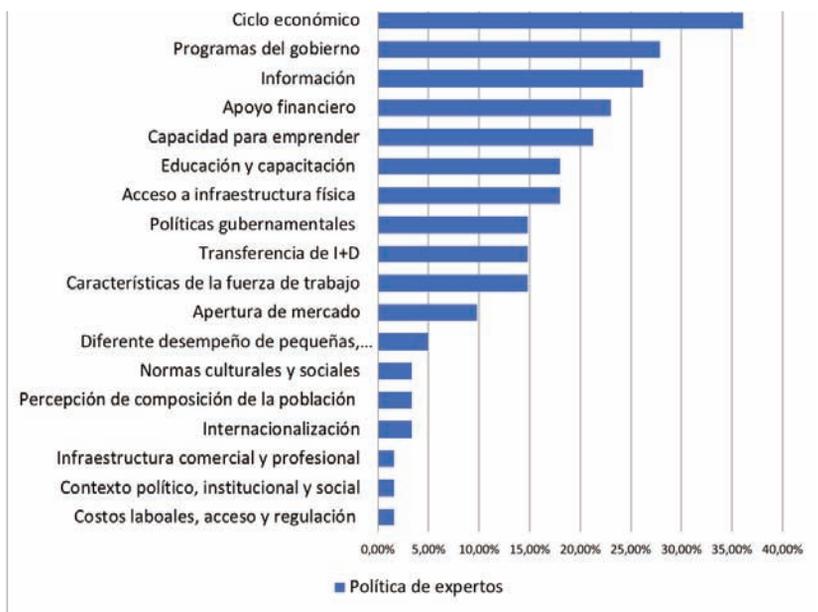
Sin embargo, Querejazu et al. (2015) en una encuesta nacional de expertos en Bolivia señala en la figura 1.2 que los factores que limitan el emprendimiento son las políticas gubernamentales, seguido por el apoyo financiero



Fuente: GEM 2014 (como se citó en Querejazu et al. 2015)

Figura 1.2. Principales factores que limitan al emprendimiento en Bolivia

En contraste, dicho autor señala en la figura 1.3, los principales factores que potencian el emprendimiento en Bolivia, siendo el clima económico, seguido programas económicos y información.



Fuente: GEM 2014 (como se citó en Querejazu et al. 2015)

Figura 1.3. Principales factores que potencian al emprendimiento en Bolivia

Trabajo de campo y resultados

5. Método

Los métodos aplicados en la investigación fueron:

- Exploratorio, permitió contar con información y comprensión de los factores que influyen en el éxito y/o fracaso del emprendimiento femenino. Este método permite, que el proceso de investigación sea flexible y que el análisis de los datos primarios sea cualitativo. (Malhotra, 2008).

- Descriptivo transversal simple, permitió describir la situación actual y examinar la relación y la influencia de los factores en la actividad emprendedora de las mujeres del municipio de Batallas, del sector de lechero. Este método permite, determinar muestras representativas y la realización de análisis cuantitativo de los datos. (Malhotra, 2008).

Por tanto, la investigación es de carácter mixta. Johnson y Onwuegbuzie (como se cita en Pereira Pérez, 2011) define a las investigaciones mixtas como “el tipo de estudio donde el investigador mezcla, combina técnica de investigación, métodos, enfoques, conceptos o lenguaje cuantitativo o cualitativo en un solo estudio” (p. 18). También dicho autor señala que, este tipo de investigación ofrecen un mayor sentido a los datos numéricos, por lo que la presente investigación es mixta dado a los instrumentos de recolección de información que utiliza.

6. Identificación de variables

Para determinar cuáles son los factores de éxito y fracaso que puedan fomentar o retrasar el desarrollo de los emprendimientos productivos de mujeres en el municipio de Batallas, se analizó ciertas variables, detalladas en la siguiente tabla 1.1.

Tabla 1.1. *Operacionalización de variables*

Variable	Dimensiones	Indicadores
“Éxito y Fracaso en emprendimientos productivos” Factores que influyen de manera positiva o negativa en el emprendimiento productivos en mujeres del municipio de Batallas.	Cultura	Roles de género
		Responsabilidad económica
	Ubicación del emprendimiento	Ubicación del emprendimiento
		Destino de las ganancias del emprendimiento
		Costumbres y tradiciones
	Nivel educativo y	Capacitación
		Nivel de educación
	Aspectos financieros	Capital inicial y expectativas
		Acceso a servicios financieros
	Conformación de redes	Pertenencia a redes sociales
		Fuente de apoyo externa
		Redes familiares
	Actitud ante el riesgo	Aversión a expandir su emprendimiento
		Conocimiento del mercado
	Acceso y predisposición a tecnologías modernas	Acceso a la tecnología
Manejo de la tecnología		
Nivel de Innovación		
		Calidad del producto

Fuente: Elaboración propia (2019)

7. Fuentes de recolección de información

La presente investigación, utilizó los siguientes instrumentos:

7.1. Observación

El modelo de ficha de observación cuenta con 9 preguntas, cuyo fin es analizar la situación y calidad de vida de las emprendedoras. La aplicación de este instrumento fue en la plaza principal del Municipio de Batallas, en donde se lleva a cabo la comercialización.

7.2. Encuesta

Se realizó una encuesta con 40 ítems, que permite conocer y entender cómo influye los seis factores (propuestos en el modelo de la investigación), en la actividad emprendedora de las mujeres. La validación de este instrumento fue a través de encuesta piloto aplicada a 20 personas de la población de estudio. Al mismo tiempo, permitió determinar la probabilidad de éxito (p) y fracaso (q).

Para la determinación de la muestra se aplicó el muestreo para determinar la proporción, siendo la pregunta de investigación de carácter cualitativo.

El tamaño de población aplicado fue de 1357 mujeres productoras del sector lechero de edad comprendida entre 20 a 80 años, cantidad aplicada a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(z^2 * (p * q) * N)}{(z^2 * (p * q) + N * e^2)}$$

Donde:

n=Tamaño de la muestra

p=Probabilidad de ser elegido (0.5)

q=Probabilidad de no ser elegido (0.5)

N=Tamaño de la población ()

Z=nivel de confianza (95%=1.96)

e=Valor del error permitido (10%=0.10)

La muestra se estratificó proporcionalmente por conveniencia de densidad poblacional de 4 cantones del Municipio de Batallas, abarcando el 72% de la población total:

Tabla 1.2. Población estratificada por cantones

Cantón	población	%	n estratificada
Peñas	2158	13.3%	12
Batallas	7438	45.6%	41
Villa Asunción de Tuquia	3740	23.3%	21
Huayna Potosí de Palcoco	2825	17.8%	16
Total	16161	100%	90

Fuente: Elaboración Propia (2019)

7.3. Entrevista

Se realizaron dos entrevistas, una de ellas dirigida al encargado de la granja experimental, de la Unidad Académica Campesina del Municipio de Batallas, perteneciente a la Universidad Católica Boliviana, la cual consta de 14 preguntas, la segunda entrevista fue realizada a una productora lechera, la cual consta de 17 preguntas.

8. Análisis, procesamiento y presentación de resultados

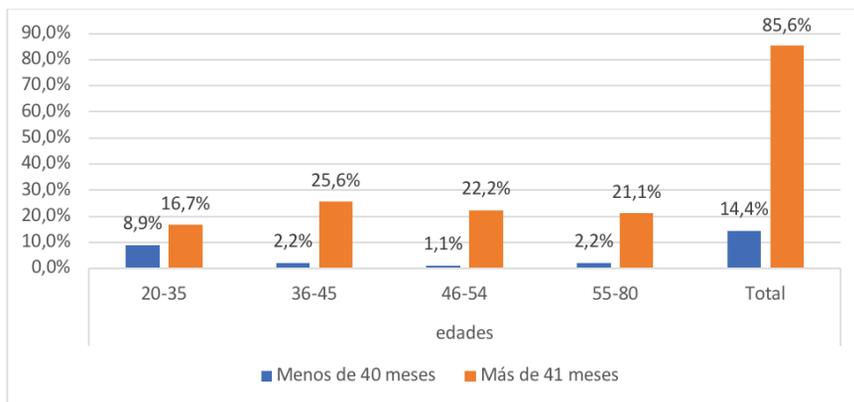
El procesamiento de la información realizada tiene el fin de analizar cómo influyen las seis variables de estudio en el emprendimiento femenino, como también determinar si los factores influyen de manera positiva o negativa al emprendimiento.

8.1. Características demográficas

Se aplicó 90 encuestas que fueron distribuidas proporcionalmente a la densidad poblacional, resultando: 45.6% son mujeres pertenecientes a la comunidad de Batallas seguido por un 23.3% perteneciente a Tuquia, un 17.8% son de Huayna Potosí y por último 13.3% son de Peñas.

La población de estudio fue mujeres de edad comprendida entre 20 a 80 años, donde la mayor proporción es del 27.8% que cuenta con una edad de 36 a 45 años y el 25.6% cuenta con edad de 20 a 35 años.

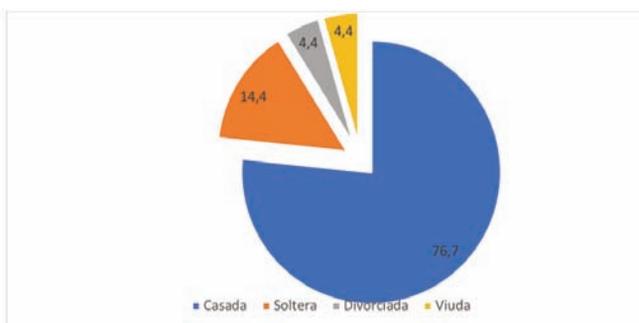
La figura 1.4 muestra que en cada rango de edad, predomina los negocios establecidos por más de 41 meses, siendo el acumulado el 85.6%, lo cual permite considerarlos como negocios establecidos.



Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 1.4. Tiempo que Inicio su negocio respecto con la edad

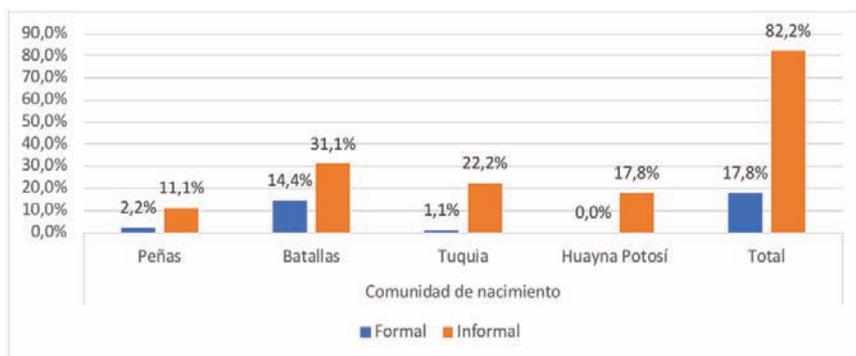
La figura 1.5 señala el estado civil de la población de estudio, considerando importante esta variable dado que refleja la posición familiar de las mismas. El 76.7% son mujeres casadas en comparación con el 14.4% que son solteras.



Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 1.5. Estado civil de las mujeres emprendedoras del municipio de Batallas

Por otro lado, existe una definición importante acerca de la categoría del negocio, es decir, si el emprendimiento es considerado formal (el negocio cuenta con todos los documentos legales, tales como: Nit, Fundempresa, etc) o informal.



Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 1.6. Categoría de negocio respecto a la comunidad de nacimiento

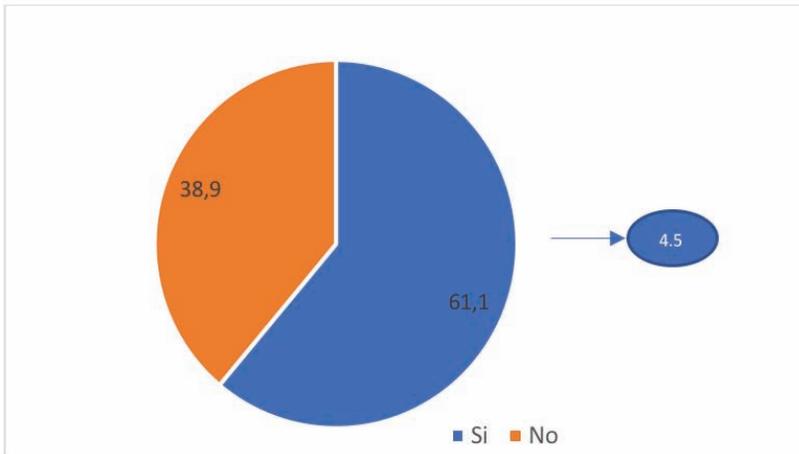
La figura 1.6 señala que un 82.2% son considerados negocios informales a diferencia del 17.8% cuyos negocios son formales. Sin embargo, al realizar el análisis individual por cantón, se puede apreciar que en Batallas (considerada un área periurbana), cuenta con un 14.4% de negocios formales, en contraste con los otros cantones donde existe poca o nulo establecimiento de negocios formales.

La informalidad en los negocios se debe principalmente a que las emprendedoras no consideran necesarios los requisitos legales y tampoco existe un control regulatorio hacia estos negocios.

8.2. Cultura

8.2.1. Roles de género

Permite definir la participación de la mujer dentro de su familia. Como se muestra en la figura 1.7, el 61.1% de las mujeres emprendedoras cuentan con personas que depende de ella, siendo madre de familia en estado de vulnerabilidad laboral, provocando que se enfoque además en tareas domésticas, limitando su progreso profesional, como el desarrollo de su emprendimiento. Cabe resaltar que el promedio de personas que dependen que de las mujeres emprendedoras es de 4.5 personas.



Fuente: Elaboración propia

Figura 1.7. Roles de género de las mujeres emprendedoras del municipio de Batallas

La responsabilidad económica de la familia depende de tanto de la mujer emprendedora como del esposo, sin embargo, la responsabilidad de la familia en términos de cuidado es de la mujer y la responsabilidad del trabajo y administración es del esposo, como se puede apreciar en la tabla 1.3.

Además, se puede apreciar que el 28.9% de las mujeres emprendedoras son las responsables de generar los ingresos a través de sus negocios. El tipo de

modelo familiar, que llevan es el denominado compromiso o intermedia, donde la mujer se sacrifica y cumple con dos roles de madre y trabajadora.

Tabla 1.3. Responsabilidad familiar y económica de las mujeres emprendedoras del municipio de Batallas

		¿Quién es el responsable de generar ingresos en su familia?				Total
		Usted	Marido	Ambos	Otro	
¿Quién es el responsable de la familia?	Esposo	3.3%	24.4%	30.0%	0.0%	57.8%
	Yo	24.4%	1.1%	6.7%	0.0%	32.2%
	Suegros	0.0%	1.1%	2.2%	0.0%	3.3%
	Otro	1.1%	0.0%	2.2%	3.3%	6.7%
Total		28.9%	26.7%	41.1%	3.3%	100.0%

Nota. La tabla cuenta con 90 datos válidos y 0 datos perdidos. Fuente: Elaboración propia

8.2.2. Ubicación del emprendimiento

La ubicación del emprendimiento es entendida por el espacio en el que se desarrolla el emprendimiento, es decir, la amplitud del lugar, el cuidado y mantenimiento diario donde se encuentra el ganado (vacas), siendo que los emprendimientos están a cargo de productoras de derivación de lácteos.

Tabla 1.4. Ubicación del emprendimiento respecto a las comunidades de Batallas

		¿Dónde está ubicado su negocio?			Total
		Casa	Empresa	Asociaciones	
Comunidad de nacimiento	Peñas	13.3%	0.0%	0.0%	13.3%
	Batallas	33.3%	2.2%	10.0%	45.6%
	Tuquía	23.3%	0.0%	0.0%	23.3%
	Huayna Potosí	16.7%	1.1%	0.0%	17.8%
Total		86.7%	3.3%	10.0%	100.0%

Nota. La tabla cuenta con 90 datos válidos y 0 datos perdidos. Fuente: Elaboración propia

La tabla 1.4 señala que el 86.7% de los negocios se encuentra el hogar de la emprendedora, seguido por un 10% que lo tienen en el lugar donde se desenvuelven las asociaciones y solo el 3.3% están fuera del hogar, lo tienen como una empresa.

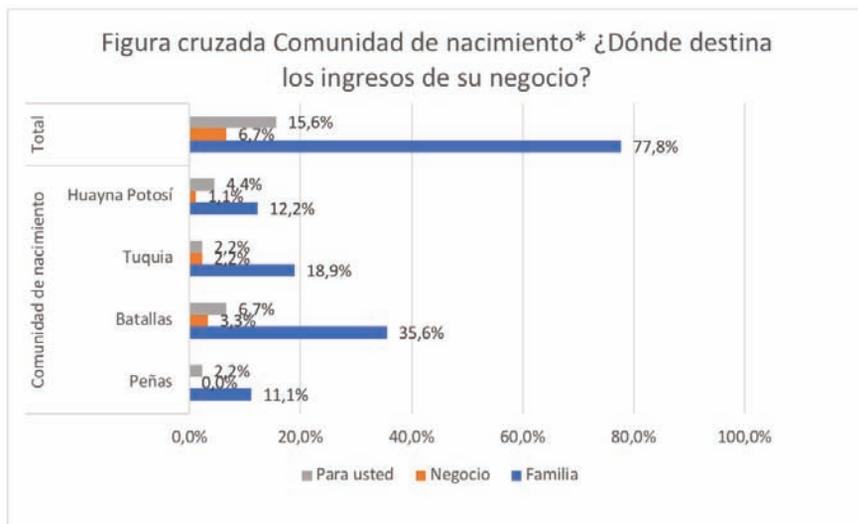
Sin embargo, cabe resaltar que la existencia del negocio en el lugar de las asociaciones, son en los emprendimientos del Cantón de Batallas, debido a que es área periurbana en contraste con las demás que son áreas rurales, por lo que cuentan con espacios para generar empresas desvinculadas, de manera física, al hogar.

Los emprendimientos que se encuentran físicamente en el hogar, abarata los costos de funcionamiento y tiempo, pero no permite diferenciar los gastos del hogar y del negocio, siendo una limitante en la administración económica tanto del hogar como del emprendimiento.

8.2.3. Destino de las ganancias del emprendimiento

El 77.8% de las emprendedoras destina las ganancias de su negocio para gastos del hogar, seguido por un 15.6% que lo destina para gastos particulares, es decir, para ella misma y tan solo un 6.7% lo destina en su negocio, ya que no visualizan su emprendimiento como una empresa a largo plazo, que necesita de inversión para su desarrollo, más bien, el emprendimiento les genera ingresos para poder subsistir.

El cantón de Batallas es aquel que destina la mayor cantidad de los ingresos del emprendimiento a la inversión (3.3%), sin embargo este valor es mucho menor, en comparación al destino de cubrir los gastos que genera el hogar (35.6%).



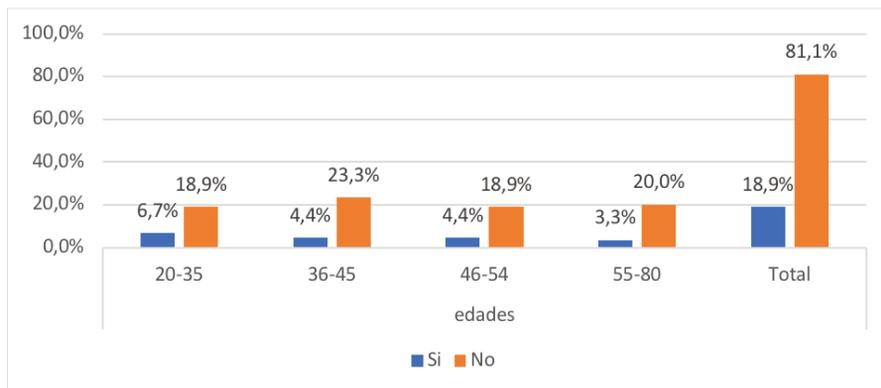
Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 1.8. Destino de las ganancias de los emprendimientos en el municipio de Batallas

8.2.4. Costumbres y tradiciones

La cultura está muy arraigada y llena de mitos, creencias y prácticas propias de la cultura aymara. En el municipio de Batallas los predominantes son como la Wilancha, c´hallas, q´oachada, etc.

Contar con una cultura explica una gama de diferencias entre varias variables, pero afecta en el emprendimiento dependiendo de la percepción de cada individuo, en el caso de Quispe que es una productora lechera, comenta que es importante la tradición de seguir con el negocio de sus abuelos, siendo este el principal motivo, por el que inicio su negocio; sin embargo indica que hay otros temas que no son relevantes, como tradiciones del lugar “la challa”.



Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 9. Costumbres y tradiciones del municipio de Batallas respecto a la edad de las emprendedoras

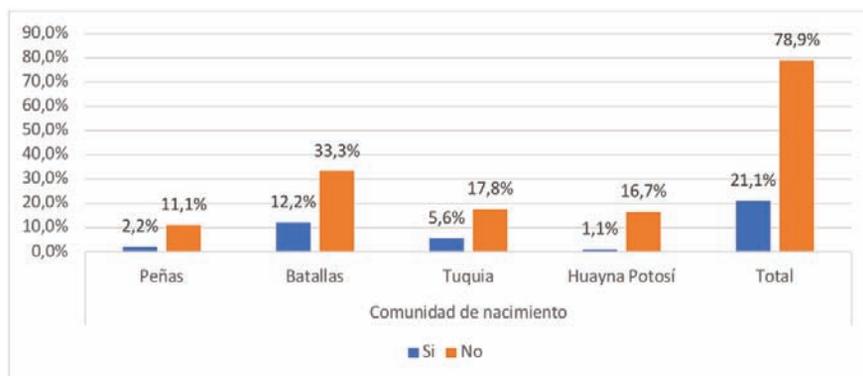
La figura 1.9 muestra que el 81.1% considera que no es importante tener una costumbre o tradición.

A medida que pasan los años las emprendedoras van perdiendo ciertas costumbres o tradiciones.

8.3. Nivel educativo y capacitación

8.3.1. Capacitación

Este indicador, se refiere a la capacitación o formación que recibió la población de estudio, en los últimos 5 años.



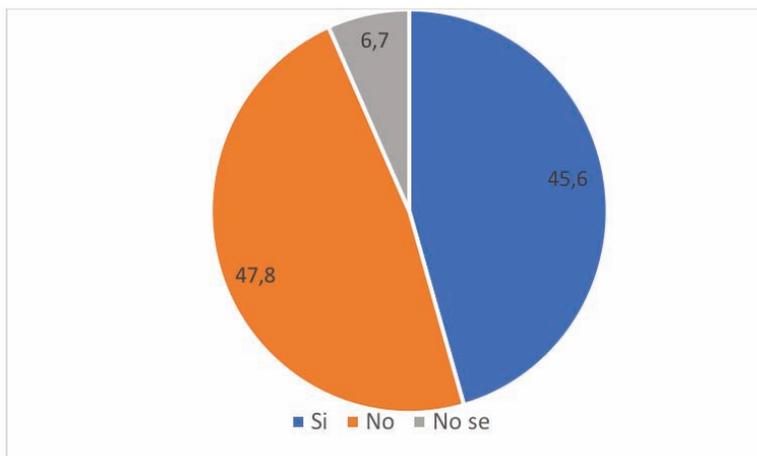
Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 1.10. Capacitación a emprendimientos respecto a las comunidades de Batallas

La figura 1.10 señala de manera general que, el 78.9% de las mujeres emprendedoras no recibieron capacitación en los últimos 5 años respecto a su negocio.

Se puede considerar que existe una mayor capacitación en el cantón de Batallas por ser área periurbana, seguido por Tuquia, sin embargo, en los 4 cantones predomina el acceso limitado a la capacitación y/o formación, siendo un factor importante para crear valor agregado al negocio, motivo principal que hace, que los negocios sean sencillos.

Por otro lado, un factor importante es el conocimiento que las emprendedoras puedan tener, sobre alguna capacitación, pues como muestra la figura 1.11 existe una proporción similar entre las emprendedoras que no conocen acerca de la oferta de capacitaciones (47.8%) y aquellas que si conocen (45.6%), concluyendo que los canales de difusión no son los adecuados en el caso, de que alguna institución pública o privada realice capacitaciones o cursos de formación para el desarrollo de los emprendimientos.



Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 1.11. Capacitación de empresas a emprendedores de Batallas

8.3.2. Nivel educativo

La tabla 1.5 muestra el nivel de formación con respecto a la edad de las emprendedoras del municipio de Batallas. El 45.6% de las emprendedoras no tiene ningún nivel de formación, seguido por el 30% que cuentan con formación hasta el nivel primario.

El análisis por edad es muy disperso, pues las emprendedoras de edad entre 20 a 35 años son las que cuentan con formación universitaria (4.4%), por otro lado, excepto las emprendedoras de edad entre 55 a 80 años no cuentan con formación secundaria, solo cuentan hasta nivel primario.

Tabla 1.5. Nivel de formación respecto a la edad de emprendedoras del municipio de Batallas

		¿Cuál es su nivel de formación?				Total
		Ninguno	Primario	Secundario	Universitario	
edades	20-35	4.4%	5.6%	11.1%	4.4%	25.6%
	36-45	12.2%	10.0%	5.6%	0.0%	27.8%
	46-54	7.8%	12.2%	2.2%	1.1%	23.3%
	55-80	21.1%	2.2%	0.0%	0.0%	23.3%
	Total	45.6%	30.0%	18.9%	5.6%	100.0%

Nota. La tabla cuenta con 90 datos válidos y 0 datos perdidos. Fuente: Elaboración propia (2019)

Los resultados analizados son alarmantes, debido a que existen leyes en Bolivia que apoyan a la educación gratuita. Actualmente en el municipio de Batallas existen 54 unidades educativas y 1 universidad de pregrado y postgrado, contando entre su oferta académica, con las carreras de emprendimiento y agroindustria.

Quispe que es productora lechera y universitaria, afirma (a través de entrevista) que la educación es importante, ya que permite contar con conocimientos que les ayuda a mejorar los negocios, por ejemplo, particularmente le sirvió para manejar y cuidar adecuadamente su ganado; Sin embargo, también afirma que la mayor parte de las productoras no tienen interés con seguir una carrera, debido al poco tiempo con el que cuentan.

8.4. Aspectos financieros

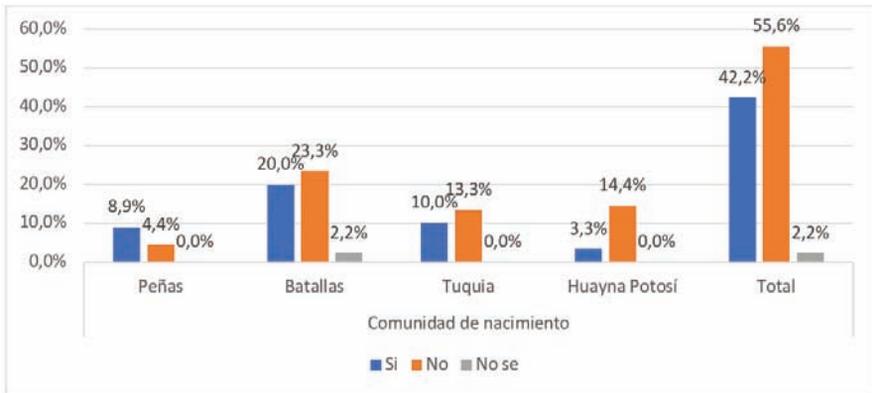
8.4.1. Capital inicial y expectativas

El monto del capital inicial juega un rol importante en la calidad del emprendimiento, una baja disponibilidad de capital inicial puede ser una barrera del surgimiento de emprendimientos.

La figura 1.12 muestra si las emprendedoras contaron o no con capital inicial para poder emprender de acuerdo a la comunidad de nacimiento. Como se

puede observar el 55.6% no contaron con el capital inicial, teniendo que recurrir a préstamos de familiares ya que no podían acceder a los créditos del sistema financiero, por las exigencias o porque este tipo de negocios no son considerados emprendimientos que requieran de un alto valor monetario.

Sin embargo el 42.2% si contaron con capital inicial, siendo las emprendedoras de los cantones de Batallas, seguido por Tuquía, que contaron con el recurso.



Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 1.12. Capital inicial de las emprendedoras respecto a la comunidad

El tipo de garantía que las instituciones financieras exigen para poder acceder a créditos, da como resultado que en ocasiones, las emprendedoras no sean sujetas de crédito.

Tabla 1.6. *Garantía y documentos de las emprendedoras del municipio de Batallas*

		¿Cuáles son los documentos con que cuenta?					Total
		Cédula de Identidad	Factura de servicios básicos	Documentos inmuebles	Otro	Ninguno	
¿Qué tipo de garantía o patrimonio tiene, para ofrecer a instituciones financieras, con el fin de obtener crédito?	Personal	37.1%	11.2%	2.2%	0.0%	0.0%	38.2%
	Prendaria (Animales)	50.6%	30.3%	7.9%	0.0%	1.1%	51.7%
	Hipotecaria	13.5%	6.7%	3.4%	0.0%	0.0%	13.5%
	Documentos en custodia	10.1%	6.7%	4.5%	3.4%	0.0%	10.1%
	Ninguno	14.6%	1.1%	2.2%	0.0%	0.0%	14.6%
	Total	97.8%	38.2%	14.6%	3.4%	1.1%	100.0%

Nota. La tabla cuenta con 254 datos válidos y 74 datos perdidos. Fuente: Elaboración propia (2019)

La tabla 1.6 señala que un 51.7% de las emprendedoras tiene garantía prendaria (animales), seguida por la garantía personal (38.2%). Respecto a los documentos necesarios para acceder a un crédito, el 97.8% tienen solo carnet de identidad y un 38.2% tiene factura de servicios básicos.

El financiamiento se convierte en una barrera para las mujeres dado que tienen que pasar por una serie de procesos, para acceder a productos y servicios financieros, lo cual resulta ser complejo dado que no cuentan con los documentos necesarios que exigen las Instituciones financieras. Otra dificultad es el reducido tamaño de sus empresas que no les permite presentar garantías suficientes.

8.4.2. Acceso a servicios financieros

El Municipio de Batallas cuenta con la presencia de 5 Instituciones Financieras ubicadas alrededor de la plaza principal del Municipio, entre ellas se encuentran el Banco Unión (entidad estatal), IFD Crecer, Banco Fie, Diaconía y Prodem, ofertando créditos para negocios, sin embargo el acceso a los créditos no son factibles por los requisitos exigidos.

Como se muestra en la tabla 1.7, el 55.6% de las emprendedoras conoce las Instituciones Financieras existentes en Batallas y el 70% no accedió a un crédito, en contraste al 17.8% que conoce dichas instituciones y adquirió un crédito. El 32.2% no tiene conocimiento de las entidades financieras y no tiene crédito.

Tabla 1.7. Conocimiento de las instituciones financieras y acceso al crédito

	¿Adquirió usted un crédito?		Total	
	Si	No		
¿Usted conoce las instituciones financieras que tiene el municipio de Batallas?	Si	17.8%	37.8%	55.6%
	No	12.2%	32.2%	44.4%
	Total	30.0%	70.0%	100.0%

Nota. La tabla cuenta con 90 datos válidos y 0 datos perdidos. Fuente: Elaboración propia

No obstante, una de las razones, por las que las emprendedoras no acceden a un crédito, es por las exigencias documentales, trámites y por no contar con el capital necesario, lo que hace difícil a las emprendedoras poder desarrollar su negocio. Tal como manifiesta Quispe “adquirí un crédito para comprar ganado, pero debido a la falta de cumplimiento de ciertos requisitos, solo me prestaron Bs.10000, siendo este monto, el límite de acceso”.

La figura 1.13 muestra las razones por las que no acceden a créditos las emprendedoras, el 54.9% considera que el principal motivo es que las entidades financieras exigen demasiado requisitos, el 23.9% indican que no es necesario.

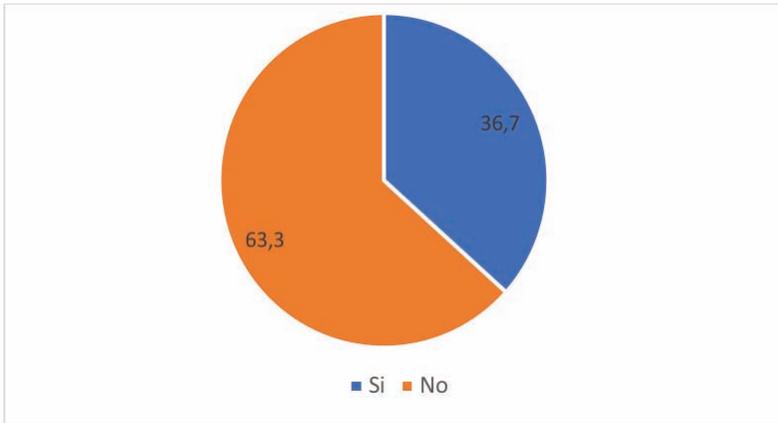
El tamaño de los emprendimientos puede ser catalogado como microemprendimiento, siendo esta categorización una barrera para acceder a créditos, ya que no les permite presentar garantías suficientes para acceder a una Institución Financiera.



Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 1.13. Razones por la que no accedieron a un crédito las emprendedoras

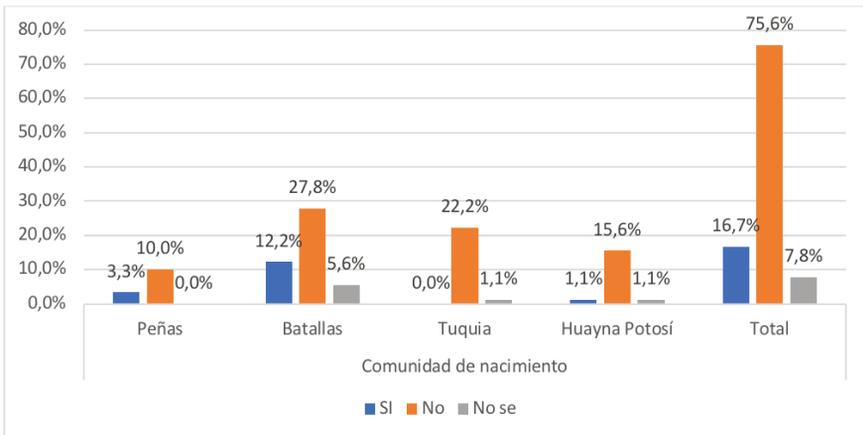
Por tanto el 63.3% considera que las Instituciones Financieras no son accesibles para los emprendedores. Según Quispe, se le dificultó el acceso al crédito porque no tenía papeles a su nombre y necesitaba la firma de su padre (por ser el responsable de la familia), situación que dificulta, además, por los roles de género, dado que el hombre es el quien decide y la confianza en las mujeres es baja.



Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 1.14. Accesibilidad de las Instituciones Financieras

Por otro lado, la importancia de que exista una Institución Financiera en las comunidades, se detalla en la siguiente figura 1.15.



Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 1.15. Instituciones financieras en comunidades del municipio de Batallas

La figura 1.15 detalla que un 75.6% no cuenta con una Institución Financiera cerca de su localidad, solo en los cantones de Batallas (12.2%) y en Peñas (3.3%) cuentan con instituciones de este tipo, sin embargo, siendo Batallas área periurbana la proporción de Instituciones Financieras existentes es baja.

Las entidades financieras se encuentran localizadas alrededor de la plaza principal, dificultando la accesibilidad de mujeres emprendedoras de otras localidades, por ejemplo una emprendedora indica que en Huayrocondo (que es parte de la comunidad de Batallas) no se encuentran entidades financieras, por lo que se tiene que trasladar a Batallas para recibir información de créditos, dejando las actividades tanto del hogar como del emprendimiento.

8.5. Conformación de redes sociales

8.5.1. Pertenencia a redes sociales

La figura 1.16 señala que un 38.9% no cuenta con ningún grupo de pertenencia, en cambio el 31.1% pertenecen a una asociación o sindicato, siendo favorable para las emprendedoras, dado que ayuda al empoderamiento de la mujer, incrementando la productividad del emprendimiento como la generación de un grupo de presión para la protección de las mismas, cabe considerar que Cutili que es encargada de la granja experimental de la Unidad Académica Campesina del Municipio de Batallas de la U.C.B. afirma que “en la granja existen la asociación de AMALIC y APROAMISS, las cuales trabajan de manera conjunta para tomar decisiones y coordinar el tema de acopio de leche”.

Fuente: Elaboración propia (2019)

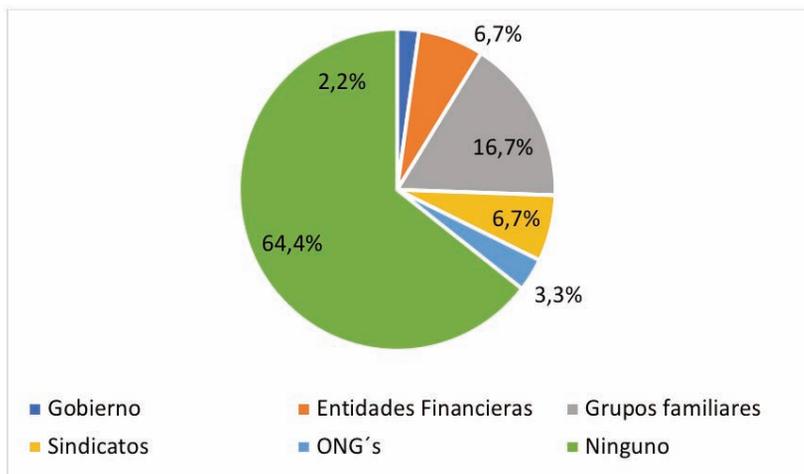


Figura 1.16. Pertenencia del negocio en mujeres emprendedoras de Batallas

8.5.2. Fuente de apoyo externa

Este indicador, permite definir el apoyo de los actores del ecosistema emprendedor. El apoyo externo con que cuenta la emprendedora se muestra en la figura 1.17.

El 64.4% de las mujeres emprendedoras indican que no cuenta con ningún apoyo, el 16.7% cuentan con el apoyo de grupos familiares y el 2.2% cuentan con el apoyo del gobierno. Cabe resaltar el casi nulo rol del gobierno en el apoyo de estos emprendimientos, lo que ocasiona que no exista una construcción de un entorno emprendedor fértil para nuevos negocios y el potenciamiento de los emprendedores actuales.



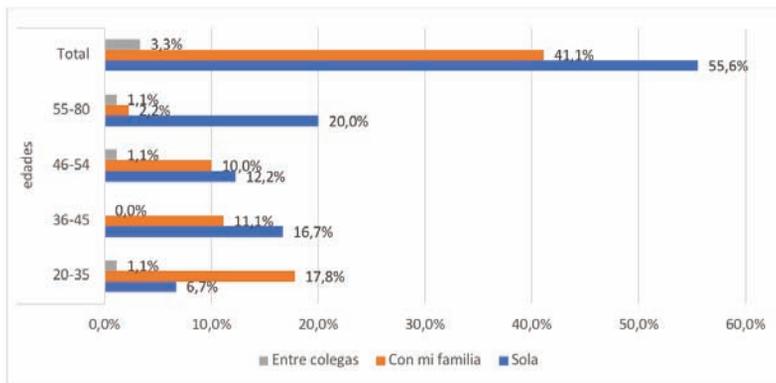
Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 1.17. Apoyo externo a los emprendimientos del municipio de Batallas

8.5.3. Redes familiares

El hecho de iniciar el emprendimiento de manera sola, significa que la mujer tiene el control de las decisiones y administración sobre el negocio. Los emprendimientos que se inicia junto a la familia muchas veces se estanca debido a la falta de coordinación en las decisiones, además del poder que ejerce el hombre al momento de decidir acerca del destino de las ganancias.

En el caso del Municipio de Batallas, como se detalla en la figura 1.18, el 55.6% de mujeres emprendedoras decidió iniciar su negocio sola, seguido del 41.1% que empezó su emprendimiento con la familia. A medida que los años incrementan, los emprendimientos realizados junto a la familia van disminuyendo, el 17.8% de mujeres entre 20 a 35 años inician con la familia, el 11.1% de mujeres entre 36-45 años, el 10% de mujeres entre 46-54 años y el 2.2% de mujeres entre 55-80 años. En cuanto a inicio del negocio con colegas en todos los estratos de edad son muy bajos y en algunos casos nulo.



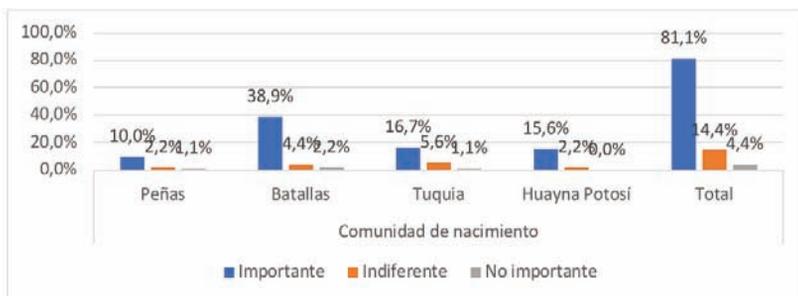
Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 1.18. Apoyo familiar a las emprendedoras del municipio de Batallas

8.6. Actitud ante el riesgo

8.6.1. Aversión a expandir su emprendimiento

La figura 1.19 señala la importancia de vender el producto en otros lugares, donde un 81.1% de las emprendedoras considera importante expandirse, seguido por un 14.4% que son indiferentes. Respecto a la comunidad, Batallas es la que considera que vender sus productos en otros lugares es más importante (38.9%) respecto a las demás.

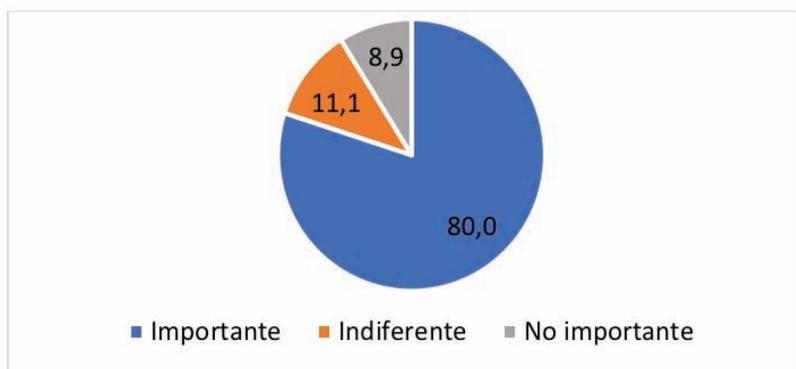


Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 1.19. Nivel de importancia de expandir su emprendimiento

Una actitud general que deben tener los emprendedores es la mejora continua e innovación tanto en sus productos como en los procesos, como la forma más efectiva de incrementar su mercado.

Las emprendedoras de Batallas, como muestra la figura 1.20, el 80% considera importante mejorar y diferenciar su producto lácteo, seguido por un 11.1% que les es, indiferentemente. Según Quispe es importante mejorar el producto o desarrollar nuevos productos para nuevos segmentos de mercado, por ejemplo, ella tiene planeado instalar una micro planta de helados de leche y yogurt, que sean totalmente naturales, de esta manera poder expandir su mercado.



Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 1.20. Nivel de importancia de mejora de producto

8.6.2. Conocimiento del mercado

La mayor parte de las mujeres emprendedoras 78.9% conoce como se maneja el mercado de leches y quesos, de las cuales el 58.9% considera que su producto es mejor que el producto de la competencia y el 20% considera lo contrario-

El 70% del total de productoras considera que su producto es mejor que el de la competencia y el 30% indican que no, de esta proporción, cabe mencionar que el 10%, además indican que no conocen el manejo de leches y quesos.

Tabla 1.8. Nivel de conocimiento del mercado de lácteos en el municipio de Batallas

		¿Considero que mi producto es mejor que el de la competencia?		Total
		Si	No	
¿Usted conoce cómo se maneja el mercado de leches y quesos?	Si	58.9%	20.0%	78.9%
	No	11.1%	10.0%	21.1%
Total		70.0%	30.0%	100.0%

Nota. La tabla cuenta con 90 datos válidos y 0 datos perdidos. Fuente: Elaboración propia (2019)

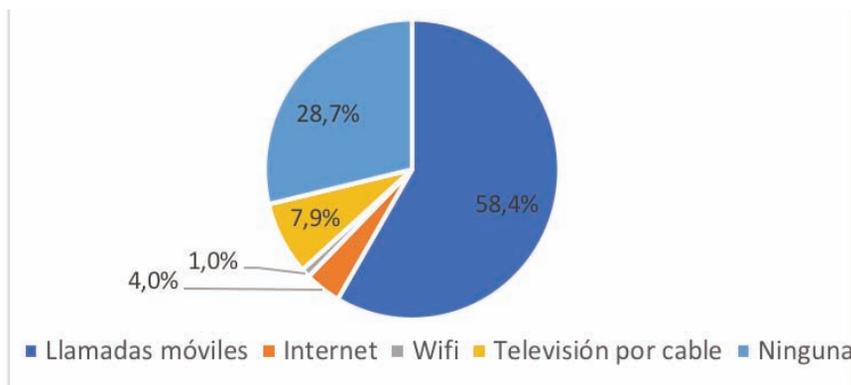
Según entrevista, se manifiesta que, existe mucha competencia entre productoras lecheras y consideran que sus productos no son diferentes al resto, dado que se tiene un método de preparación único, es decir, el proceso es estándar, por lo que se cree que la actitud al momento de la comercialización es la manera por la cual compiten, generando lealtad del mercado.

8.7. Acceso y predisposición a tecnologías modernas

8.7.1. Acceso a la tecnología

Este indicador permite determinar el tipo de recursos con los que cuentan los emprendedores. La figura 1.21 señala que el 58.4% cuentan con llamadas móviles, el 28.7% no cuentan con ningún tipo de tecnología.

No obstante, la falta de acceso o conocimiento de uso de la tecnología resulta ser una limitante para las emprendedoras, provocando no poder potencializar sus emprendimientos a través de la difusión y coordinación con otros actores.



Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 1.21. Tipo de tecnología con la cuentan las emprendedoras de Batallas

8.7.2. Manejo de la tecnología

Este indicador describe el tipo de tecnología que usan las emprendedoras en la elaboración de su producto.

Tabla 1.9. Tipo de tecnología que se usa en los emprendimientos lácteos respecto al tiempo del emprendimiento

		¿Qué tipo de tecnología usa, para su producto?			Total
		Maquinaria purificadora de leche	Calderas	No usan tecnología	
¿Cuándo inició su negocio?	Menos de 40 meses	0.0%	5.6%	8.9%	14.4%
	Más de 41 meses	1.1%	31.1%	53.3%	85.6%
Total		1.1%	36.7%	62.2%	100.0%

Nota. La tabla cuenta con 90 datos válidos y 0 datos perdidos. Fuente: Elaboración propia

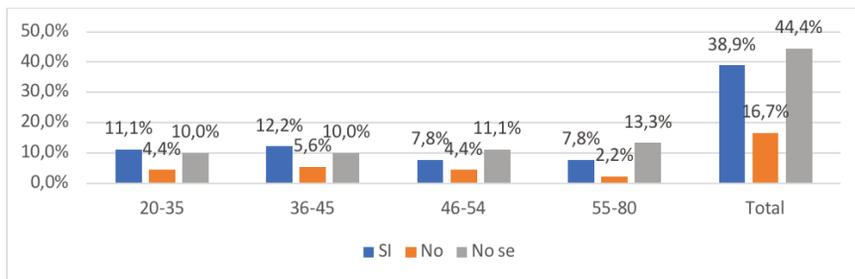
La tabla 1. 9 señala que el 62.2% de las emprendedoras no usa un tipo de tecnología, ya que la elaboración del producto es de manera básica y

tradicional, en donde el uso de una hornilla y utensilios de cocina (ollas, cucharones, etc) son los requeridos. De esta proporción el 53.3% cuentan con 3.5 años de antigüedad, lo cual supone, que estos emprendimientos son de producción artesanal y que están alejados del avance tecnológico.

Solo el 1.1% , utiliza maquinaria purificadora de leche, lo que permite, que los productos cuenten con estándares de sanidad.

8.7.3. Redes sociales

En la figura 1.22, se describe la percepción que las emprendedoras tienen de la potencialización de sus emprendimientos a través de las redes sociales.



Fuente: Elaboración propia (2019)

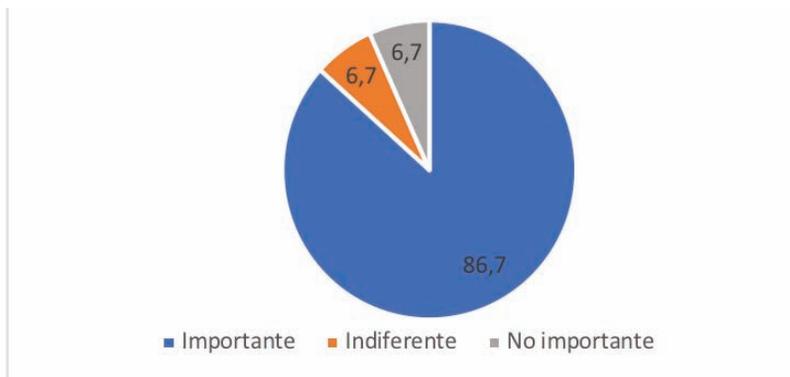
Figura 1.22. Percepción del emprendimiento por redes sociales

Del total de mujeres emprendedoras, el 44.4% no sabe si las redes sociales potencializarán su mercado, seguido por un 38.9% que considera que si es útil.

Con relación a la edad de las emprendedoras, el 23,3% de edad comprendida entre 20 a 45 años, consideran que las redes sociales son un medio para potencializar sus emprendimientos, no solo en la difusión y comunicación de la oferta, sino también, para generar contactos y redes de apoyo.

A mayor edad (46 a 80 años), se puede evidenciar que, las mujeres no saben si las redes sociales pueden potenciar sus emprendimientos, ya que no conocen su manejo y alcance, afectando de alguna manera, la expansión y desarrollo del emprendimiento.

8.7.4. Nivel de innovación

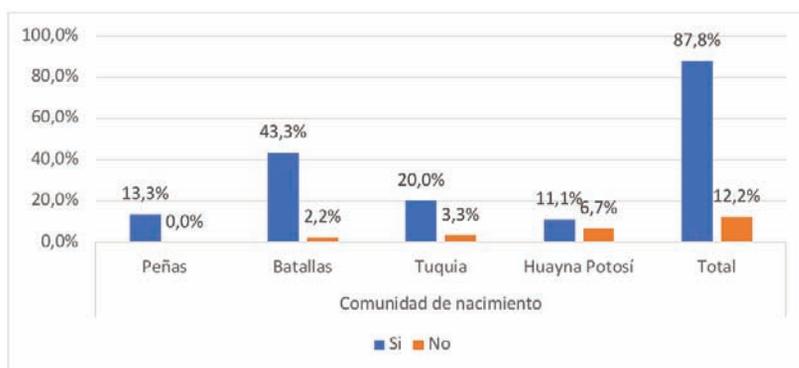


Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 1.23. Nivel de importancia de la creatividad en los emprendimientos

La figura 1.23 señala que un 86.7% considera importante la creatividad e innovación para lograr crear ventajas competitivas, motor clave de crecimiento y de mejora de la productividad.

8.7.5. Calidad del producto



Fuente: Elaboración propia (2019)

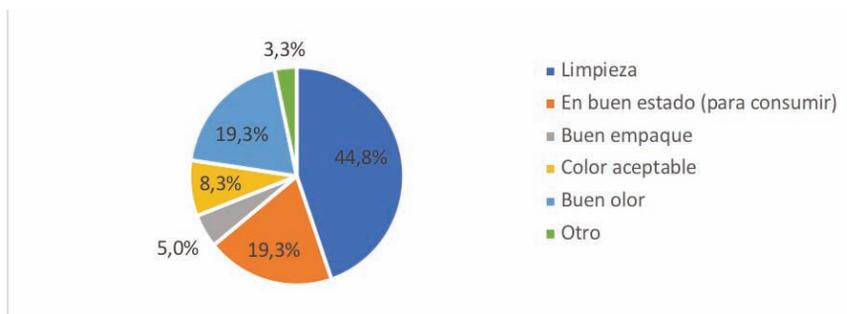
Figura 1.24. Percepción de calidad respecto a las comunidades de Batallas

La figura 1.24 señala que, el 87.8% considera que es importante la calidad en los productos. En la comunidad de Batallas es donde existe una mayor proporción que, considera la calidad como oportunidad para que el emprendimiento pueda diferenciarse del resto.

Según Quispe la calidad del producto es controlada por el SENASAG, donde dicha institución norma que el producto sea elaborado en un lugar alejado del ganado, esto para impedir la contaminación del mismo.

Por otro lado, Cutili afirma que los productos derivados de lácteos deben seguir estrictamente los criterios de: prueba organoléptica, control con la pistola de alcohol y control con el refractómetro, para el aseguramiento de la calidad.

En cuanto a la percepción que tiene las emprendedoras de las características que cuenta su producto, la figura 1.25 señala que, el 44.8% considera su producto limpio (característica valorada por el mercado, ya que da la sensación, de cuidado e higiene en la elaboración del producto), el 19.3% considera que su producto cuenta con buen olor, además de buen estado para su consumo.

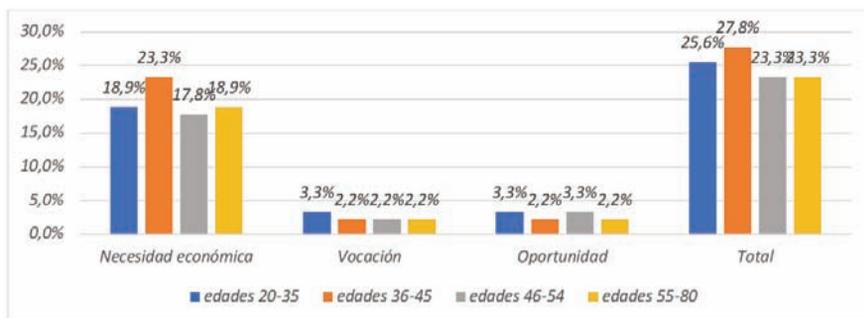


Fuente: Elaboración propia

Figura 1.25. Características de productos de lácteos

8.8. Emprendimiento femenino en el Municipio de Batallas

El tipo de emprendimiento femenino en relación a la edad, en el municipio de Batallas, se muestra en la siguiente figura:



Fuente: Elaboración propia

Figura 1.26. Motivación para iniciar su negocio respecto a la edad

El 78.9% de las mujeres emprenden por necesidad económica, gran parte de ellas cuentan con una edad de 36 a 45 años. Este dato concuerda con el reporte nacional del 2014, afirmando que solo un 11.1% de las mujeres emprende por oportunidad y el restante emprende por necesidad.

9. Resultados del procesamiento y presentación de resultados

Para poder tener un mejor panorama del análisis de resultados, se realizó la siguiente tabla 1.10 que muestra cuáles son los factores de éxito y los factores de fracaso para el desarrollo de los emprendimientos productivos de leche de mujeres del Municipio de Batallas.

Los factores de éxito son entendidos como factores que impulsan o favorecen al emprendimiento y los factores de fracaso son definidos como barreras o aspectos desfavorables que impiden a los emprendimientos crecer y desarrollarse.

Tabla 1.10. Resultado factores de éxito y fracaso al emprendimiento productivo de mujeres en el municipio de Batallas

Dimensiones	Indicadores	Tipo de factor	Evaluación del factor
Cultura	Roles de genero	Fracaso	80% fracaso
	Responsabilidad económica	Fracaso	
	Ubicación del emprendimiento	Fracaso	
	Destino de las ganancias del emprendimiento	Fracaso	
	Costumbres y tradiciones	Neutro	
Nivel educativo y capacitación	Capacitación	Fracaso	100% fracaso
	Nivel de educación	Fracaso	
Aspectos financieros	Capital inicial y expectativas	Fracaso	100% fracaso
	Acceso a servicios financieros	Fracaso	
Conformación de redes sociales	Pertenencia a redes sociales	Éxito	67% éxito13% fracaso
	Fuente de apoyo externa	Fracaso	
	Redes familiares	Éxito	
Actitud ante riesgo	Aversión a expandir su emprendimiento	Éxito	100% éxito
	Conocimiento del mercado	Éxito	
Acceso y predisposición a tecnologías modernas	Acceso a la tecnología	Fracaso	75% fracaso25% éxito
	Manejo de la tecnología	Fracaso	
	Nivel de Innovación	Éxito	
	Calidad del producto	Fracaso	

Fuente: Elaboración propia (2019)

Conclusiones

El presente estudio se realizó desde la perspectiva de mujeres emprendedoras del sector de lácteos del Municipio de Batallas (considerada área rural), con dos objetivos complementarios de investigación. Uno de ellos, es aportar al conocimiento y literatura sobre cuáles son los factores de éxito y fracaso para el desarrollo de emprendimientos productivos en el área rural, ya que actualmente se encuentra poca literatura acerca de emprendimientos en áreas rurales en Bolivia.

El objetivo de aplicación de la investigación, es analizar cuáles son los factores de éxito y fracaso que favorecen el desarrollo de emprendimientos productivos del sector lecheros de a cargo de mujeres del Municipio de Batallas de la ciudad de La Paz, este análisis permite conocer la situación de los emprendimientos a través de seis factores o variables, cultura, nivel educativo y capacitación, aspectos financieros, conformación de redes sociales, actitud ante el riesgo y acceso y predisposición a tecnologías modernas:

- La variable la cultura es considerada como una variable de fracaso (en un 80%), debido a que tiene un efecto negativo en el negocio. Los roles de la mujer son destinados al cuidado del hogar, por tanto, los ingresos del negocio son para la subsistencia de la familia, provocando un estancamiento en los emprendimientos sociales.
- La variable nivel educativo y capacitación es considerada como fracaso en un 100%, repercutiendo en las posibles innovaciones y diferenciación del emprendimiento, puesto que las emprendedoras no cuentan con capacitación, generando negocios sencillos y poco desarrollados, en toda la cadena del proceso productivo y la comercialización.
- El acceso a servicios financieros, considerada variable de fracaso en un 100%, porque no permite el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos para hacer frente a los competidores cuyo proceso es semi.industrializado e industrializados, por lo que, la perspectiva que tienen las emprendedoras, de mejora en los procesos tanto de producción y comercialización son bajas.
- La conformación de redes sociales es una variable considerada de éxito en un 67%. Al pertenecer a alguna asociación o red, permite el empoderamiento de la mujer contando con una protección y apoyo del mismo.

A su vez, este factor ocasiona un fragmento en el ecosistema del emprendimiento social, ya que no cuentan con acceso a redes con, instituciones gubernamentales, universidades, instituciones privadas y ONGs, por la falta de coordinación y conocimientos de estas instituciones ante las necesidades y realidades de las mujeres emprendedoras, ocasionando la generación de políticas públicas descontextualizadas.

- La actitud ante el riesgo influye de manera positiva en el emprendimiento femenino, siendo un 100% de éxito, dado que las emprendedoras tienen un grado alto de competitividad y no tienen miedo de ingresar a nuevos mercados, sin embargo, están conscientes que por sus deficiencias económicas no pueden expandirse ni tampoco realizar innovaciones incrementales en el producto.
- El acceso y predisposición a tecnologías modernas es una variable de fracaso en un 75%. Las mujeres, no conocen los beneficios del uso de la tecnología en sus emprendimientos, ocasionando que los mismos sean sencillos y básicos, sin grado de diferenciación entre los competidores y sin valor agregado para el mercado. Sin embargo, cuentan con una actitud favorable a la innovación y creatividad en sus negocios, sin saber cómo plasmarlas.

Los resultados confirman lo manifestado por los diferentes autores, en cuanto a la naturaleza de los emprendimientos, puesto que los emprendimientos sociales productivos a cargo de mujeres del área rural (Municipio de Batallas) son por necesidad, por lo que, no repercute en la economía del propio Municipio, sino más bien, el emprendimiento es un medio de subsistencia. Sin embargo, existen algunos progresos personales, sobre todo en la actitud y conciencia, ante la necesidad de desarrollo a través de innovaciones de tal manera que les permita una participación de mercado mayor a través de la expansión.

Recomendaciones

Los hallazgos del presente estudio, no pueden ser generalizados a todos los municipios del área rural de Bolivia, ya que cada uno de ellos, cuenta con características específicas como: el idioma, costumbres, tipo de actividad económica, entre otras. Se recomienda investigar en otros municipios o regiones para así tener un mejor panorama y comprensión de la situación de los emprendimientos sociales productivos femeninos en el área rural, analizando las posibles similitudes y diferencias entre las regiones, con el objetivo de poder contribuir de manera efectiva al desarrollo económico y al desarrollo sostenible de los emprendedores.

Sin embargo, se recomienda atender a todos y cada uno de los factores analizados, de tal manera que permitan mejorar tanto el proceso productivo como el de comercialización, de los emprendimientos sociales productivos del sector lechero de la Comunidad de Batallas, convirtiendo la naturaleza de los emprendimientos de subsistencia a emprendimientos por oportunidad:

- Acceso a formación y capacitaciones, acordes a las necesidades, situación de la mujer emprendedora, a las debilidades de los negocios y a las oportunidades de expansión de mercados y productos derivados de lácteos.
- Realizar campañas de difusión de los tipos de créditos y requisitos que existen en el sistema financiero boliviano para emprendimientos del sector rural.
- Incentivar al sistema financiero la generación de Programas de Crédito acordes a la realidad y cultura del área rural del altiplano (ejemplo. alianzas entre sindicatos para el financiamiento)
- Otorgar a todos los cantones el servicio agencia móvil, para llevar el servicio de atención al cliente.
- Difusión de las políticas públicas actuales que coadyuvan al crecimiento de los emprendimientos rurales.
- Generación de políticas públicas a favor de potencializar redes de apoyo a emprendedoras mujeres del área rural.
- Proveer tecnologías que mejoren sus procesos productivos de tal manera que pueda competir con empresas semi industrializadas.
- Es necesario el acceso de maquinaria, para mejorar las condiciones del emprendimiento y diferenciar el producto de la competencia.
- Potenciar las granjas de acopio de leche, como apoyo para las emprendedoras y ofrecer capacitaciones o cursos.

Referencias bibliográficas

Alvarez, C., Noguera, M., & Urbano, D. (2010). *Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino*. Un estudio cuantitativo en España. Universidad de Cádiz, 43-52.

- Arias , M., & Pérez, R. (01 de 07 de 2014). *Emprendimiento: Como comenzar una empresa con éxito*. Face Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 14, 175-183. Recuperado el 22 de 04 de 2019, de file:///C:/Users/usuario/Desktop/ TESIS/no%20incluida/1672-6257-1-PB.pdf
- Barragán, M. C., & Ayaviri, V. D. (2017). *Innovación y Emprendimiento, y su relación con el Desarrollo local del Pueblo de Salinas de Guaranda*, Provincia Bolívar, Ecuador. Información Tecnología, 28(6), 71-80. Recuperado el 15 de 06 de 2019
- Bazoberry , A. (2017). *Mujeres empresarias en Bolivia: Perfiles y desafíos* . Instituto para el Desarrollo del Emprendimiento y la Competitividad , 1-37.
- Buendía Martínez, I., & Carrasco, I. (2013). *Mujer, actividad emprendedora y desarrollo rural en América Latina y el Caribe*. Cuadernos de desarrollo rural, 21-45.
- Calero Pazmiño, M. E. (2011). *Oportunidades y desafíos de las mujeres emprendedoras de escasos recursos del sector de Nueva Prosperina de la ciudad de Guayaquil*. Samborondón: Facultad Economía y Ciencias Empresariales.
- Castiblanco Moreno, S. E. (2013). *La construcción de la categoría de Emprendimiento Femenino*. Revista, 11, 53-66. Recuperado el 24 de 04 de 2019
- Castro León, N. G., & Franco Franco, J. A. (2011). *Capacitación en emprendimiento empresarial para el fomento de la creación y el mejoramiento de pequeños negocios en el barrio Quintas de Santana del Municipio de Soacha*. Bogotá: Universidad de La Salle. Recuperado el 23 de 06 de 2019, de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4800/T17.11%20C279ca.pdf?sequence=2>
- CCEDSE, C. (2001). *Plan de desarrollo Municipal “Batallas” 2001 – 2005*. La Paz: Proyecto de inversión Rural participativa PDCR II.
- De Pablo Valenciano, J., Capobianco Urdiales, M., & Uribe Toril, J. (2017). *Vulnerabilidad laboral de la mujer rural*

Latinoamericana. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 26, 130-151. doi:<http://dx.doi.org/10.20983/noesis.2017.2.6>

- Duarte , T., & Ruiz Tibana, M. (2009). *Emprendimiento, una opción para el desarrollo*. Scientia Et Technica, XV(43), 326-331. Obtenido de file:///C:/Users/usuario/Desktop/TESIS/Tesis/Duarte%20y%20ruiz%20emprendimiento%20una%20opcion%20para%20el%20desarrollo.pdf
- Encinas Melendrez, L. D. (2018). *Principales factores asociados al éxito o fracaso en el emprendedurismo*. Revista de Investigación Académica sin Frontera(27), 1-19. Recuperado el 04 de 11 de 2019
- Fernández C., M. A. (2010). *Reporte Nacional Bolivia GEM 2010*. La Paz: SOIPA SRL. Recuperado el 11 de 08 de 2019
- Flores Gárate, M. A. (s.f.). *Texto Guía del participante Emprendimientos Productivos*. Sucre: Formación técnica profesional - FTP, Fundación Educación para el Desarrollo FAUTAPO.
- Flores, F. (s.f.). *Importancia del emprendimiento*. EMPRERED, 55-57.
- Fuentelsaz, L., & González, C. (2015). *El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento*. Zaragoza: Universia Business Review.
- Fundación Educación para el Desarrollo FAUTAPO, & *Formación técnica profesional - FTP*. (s.f.). Ministerio de educación y Cooperación Suiza en Bolivia. Obtenido de <http://saludpublica.bvsp.org.bo/cc/bo40.1/documentos/838.pdf>
- García Carranza, Y., Jiménez Cercado, M., & Escamilla Solano, S. (2018). *Emprendimientos Femeninos en Ecuador*. Revista Publicando, 57-66.
- Hernández Prados, Á., & Lara Guillén , B. (07 de 2015). *Responsabilidad familiar. ¿Una cuestión de género?* Revista de Educación Social(21), 28-44. Recuperado el 06 de 07 de 2019, de <http://www.eduso.net/res/winarcdoc.php?id=630>

- Jaén, I., Fernández-Serrano, J., & Liñán, F. (2013). *Valores culturales, nivel de ingresos y actividad emprendedora*. Revista de Economía Mundial(35), 35-51. Recuperado el 23 de 06 de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86629567001>
- Lado Sestayo, R., Vivel Búa, M., & Seijas Giménez, M. N. (2017). *Barreras individuales, financieras y sociales del emprendimiento turístico femenino*. Revista mktDescubre - ESPOCH FADE(10), 3-14. Recuperado el 19 de 11 de 2019, de <http://revistas.esPOCH.edu.ec/index.php/mktDescubre/article/view/138/140>
- Maxwell, J. C. (2000). *El lado positivo del fracaso*. Miami: Un Sello de Editorial Caribe. Recuperado el 06 de 11 de 2019, de <http://mendillo.info/Desarrollo.Personal/El.lado.positivo.del.fracaso.pdf>
- Ministerio de Educación . (20 de 12 de 2010). Estado Plurinacional de Bolivia Ministerio de Educación. *Ley de la Educación Avelino Siñani-Elizardo Pérez No 70*. Bolivia. Obtenido de file:///C:/Users/usuario/Downloads/Leydla%20.pdf
- Navarro, A. (22 de 01 de 2018). *Nerdom*. Obtenido de <https://blog.nerdcom.host/ventajas-de-ser-un-emprendedor-tecnologico/>
- Osorio M., M. J. (06 de 08 de 2018). *Bolivia tiene una generación joven de emprendedores*. Los Tiempos. Recuperado el 04 de 03 de 2019, de <http://www.lostiempos.com/actualidad/economia/20180806/bolivia-tiene-generacion-joven-emprendedores>
- Osorio Tinoco, F., & Pereira Laverde, F. (2011). *Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva*. Cuadernos de Administración, 24(43), 13-33. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/205/20521435001.pdf>
- 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*. Fondo Multilateral de Inversiones Miembro del Grupo BID. Recuperado el 11 de 08 de 2019

- Querejazu, V., Fernández, M. A., Larrea, C., & Zavaleta, D. (2012). *Mujeres y emprendimiento en Bolivia 2011: Áreas urbana y periurbana*. La Paz, Bolivia: Imprenta Cuatro Hnos. Recuperado el 04 de 03 de 2019
- Querejazu, V., Zavaleta, D., & Mendizabal, J. (2015). *Reporte Nacional GEM 2014*. La Paz, Bolivia: ePC Escuela de la Producción y la Competitividad. Recuperado el 11 de 08 de 2019
- Rovayo, G. (s.f.). *El emprendimiento y la educación no siempre van en la misma dirección*. IDE Business School.
- Sampieri, D. R. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw Hill. Recuperado el 07 de 10 de 2019
- Sanabria Rangel, P. E., Romero Camargo, V. d., & Flórez Lizcano, C. I. (2014). *El concepto de calidad en las organizaciones: una aproximación desde la complejidad*. Universidad & Empresa, 16(27), 165-213. Recuperado el 20 de 10 de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187241606007.pdf>
- Santander Astorga, P., Fernández Robin, C., & Yáñez Martínez, D. (2012). *Motivaciones y condicionantes contextuales en el emprendimiento liderado por mujeres chilenas*. Revista de Ciencias Sociales (RCS), 12, 63-77. Recuperado el 22 de 04 de 2019, de <file:///C:/Users/usuario/Desktop/TESIS/no%20incluida/28049145006.pdf>
- Solange , C. (2018). *La importancia del emprendimiento*. Revista ESPACIOS, 39, 1-15. Recuperado el 25 de 04 de 2019
- Subieta, R. (2012). *Emprendedurismo Creación, puesta en marcha y gestión de un nuevo negocio*. La Paz, Bolivia: Zona Gráfica Impresores. Recuperado el 04 de 03 de 2019
- Tortosa Conchillo, J. M., Uribe Toril, J., & De Pablo Valenciano, J. (2018). *Innovación social como motor del desarrollo local y el emprendimiento social*. Equidad y desarrollo, 11-25. doi:<http://dx.doi.org/10.19052/ed.4416>

Vivel Búa, M. M., Durán Santomil, P., Fernández López, S., & Rodeiro Pazos, D. (s.f.). *Las barreras al emprendimiento universitario femenino*. Investigaciones de Economía de la Educación(3), 337-346. Recuperado el 19 de 11 de 2019, de <https://core.ac.uk/download/pdf/41583666.pdf>

Declaramos explícitamente no tenemos conflicto de intereses con la Revista Perspectivas, con ningún miembro de su Comité Editorial, ni con su entidad editora, la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”.

Vanessa Lidia Ovando Pérez & Shirley Carolina Valencia Camacho (2021). “Factores de éxito y fracaso al emprendimiento productivo de derivación de lácteos de mujeres en el Municipio de Batallas”. *Perspectivas*, Año 24, N° 48 noviembre 2021. pp. 119 - 174. Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, Unidad Académica Regional Cochabamba. Clasificación JEL: O3, O32, O33, O39

Recepción: 15-08-2021
Aprobación: 16-10-2021