



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

INSTITUTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

Facilitadores y obstáculos del emprendimiento femenino: Un estudio multicaso en estudiantes universitarias del estado de Hidalgo, México

PROYECTO TERMINAL DE CARÁCTER PROFESIONAL PARA
OBTENER EL GRADO DE

MAESTRO (A) EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA

Paola Pons Rodríguez

DIRECTOR

Dra. Blanca Cecilia Salazar Hernández

San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo, México, mayo 2023

OF.ICEA/ M.A./078/2024
 Asunto: Autorización de impresión

MTRA. OJUKY DEL ROCÍO ISLAS MALDONADO
DIRECTORA DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR
PRESENTE.

La comisión evaluadora del proyecto terminal titulado "Facilitadores y obstáculos del emprendimiento femenino: Un estudio multicaso en estudiantes universitarias del estado de Hidalgo, México" realizado por la sustentante PAOLA PONS RODRÍGUEZ, con número de cuenta 120034, perteneciente al programa de Maestría en Administración, una vez que ha revisado, analizado y evaluado el documento recepcional de acuerdo con lo estipulado en el Artículo 110 del Reglamento General de Estudios de Posgrado, tiene a bien extender la presente.

AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

Por lo que la sustentante deberá cubrir los requisitos del Reglamento General de Estudios de Posgrado y demás reglamentos aplicables al caso, para acceder al examen de Grado en el que sustentará y defenderá el documento de referencia.

Atentamente
 "AMOR, ORDEN Y PROGRESO"
 San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo, a 30 de octubre del 2024

El comité

[Signature]
 Dr. Martín Aubert Hernández Galzada
 PRESIDENTE

[Signature]
 Dra. Carla Carolina Pérez Hernández
 SECRETARIO

[Signature]
 Dra. Blanca Cecilia Salazar Hernández
 VOCAL

[Signature]
 Dra. Jessica Mendoza Moheño
 SUPLENTE

[Signature]
 Vo. Bo.
 Dra. Ailen Ezerón Islas
 DIRECTORA



Circuito la Concepción Km 2.5, Col. San Juan
 Tlcuautla, San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo,
 México; C.P. 42160
 Teléfono: 771 71 72000 Ext. 4101
 icea@uaeh.edu.mx



Agradecimientos

A mi esposo, Jesús, mi compañero de vida, mi mayor motivación y mi apoyo incondicional. Gracias por ser la persona que siempre me impulsa a seguir adelante, por creer en mí incluso en los momentos en los que yo dudé, y por recordarme en todo momento que cada esfuerzo vale la pena. Tu aliento y tu presencia han sido fundamentales en este camino, y esta meta alcanzada es también reflejo de todo lo que hemos construido juntos.

A Cayetana, mi hija, por llenarme de abrazos y sonrisas que renovaban mis fuerzas; por tu paciencia y tu entendimiento; eres mi mayor inspiración y la razón por la que siempre quiero ser mejor. Este logro también es para ti, porque cada esfuerzo es con el deseo de brindarte un futuro lleno de oportunidades y sueños cumplidos.

A toda mi familia, por ser mi pilar y mi refugio en cada etapa de mi vida. Gracias por el amor, la paciencia y el apoyo incondicional que siempre me han brindado, desde el inicio de mi camino y durante esta maestría; sin ustedes jamás hubiera sido posible.

A mi directora, Dra. Blanca, por su invaluable orientación, paciencia y dedicación a lo largo de este proceso. Gracias por compartir su conocimiento, por su constante apoyo y por impulsarme a dar lo mejor de mí. Su guía no solo enriqueció mi trabajo, sino que también dejó una huella en mi formación profesional y personal. Le estaré siempre agradecida por su compromiso y confianza en mi capacidad para lograr este objetivo.

A mis amigos, con quienes compartí no solo horas de estudio, sino también momentos de aprendizaje, risas y apoyo mutuo. Gracias por su compañerismo, y por hacer de este camino una experiencia más enriquecedora y llevadera. Su amistad ha sido un regalo invaluable en este proceso, y me siento afortunada de haber coincidido con personas tan excepcionales.

Índice

Capítulo 1. Metodología de la Investigación	7
1.1 Planteamiento del problema	7
1.2 Justificación	10
1.3 Objetivos de la investigación	13
1.3.1 Objetivo General	13
1.3.2 Objetivos específicos	13
1.4 Preguntas de investigación	13
1.5 Matriz de congruencia.....	15
1.6 Estructura del documento	16
Capítulo 2. Diseño de la investigación.....	18
2.1 Enfoque de la investigación	18
2.2 Validación del estudio	19
2.3 Dimensiones y variables	20
2.4 Recolección de la información	21
2.6.3 Unidad de análisis.....	22
2.6.4 Cuestionario	22
2.6.5 Herramientas de análisis.....	23
Capítulo 3. Marco Teórico	23
3.1 Emprendimiento.....	23
3.2 Emprendimiento femenino	27
3.3 Motivación del emprendimiento femenino.....	28
3.4 Factores facilitadores del emprendimiento femenino	29
3.4.1 Facilitadores individuales.....	29
3.4.2 Familia	30

3.5 Factores limitantes del emprendimiento femenino	30
3.5.1 Capital.....	30
3.5.2 Financiamiento	31
3.5.3 Autoevaluación subjetiva	31
3.5.4 Cultura	31
3.5.5 Educación	32
3.6 Teoría de la Identidad Performativa	32
Capítulo 4. Marco contextual	34
Capítulo 5. Resultados de la investigación	42
5.1 Perfil de las mujeres emprendedoras.....	42
5.2 Motivadores	43
5.3 Facilitadores	44
5.3.1 Liderazgo	45
5.3.2 Capacidad de Innovación	46
5.3.3 Trabajo en equipo	46
5.3.4 Flexibilidad	47
5.3.5 Pasión	47
5.3.6 Sentido de responsabilidad	48
5.3.7 Claridad	49
5.3.8 Sentido práctico	49
5.3.9 Conciliación	49
5.3.10 Impulso familiar.....	50
5.3 Obstáculos	50
5.4 Co-ocurrencias	52
5.4.1 Motivadores.....	52
5.4.2 Factores facilitadores.....	53
5.4.3 Obstáculos	53
Capítulo 6. Discusión y conclusiones.....	54
6.1 Discusión	54
6.2 Conclusiones	57

Referencias.....	61
------------------	----

Índice de Tablas

Tabla 1. Validación del estudio.....	19
Tabla 2. Definición de variables	21
Tabla 3. Evolución del concepto de emprendedor	24

Índice de Figuras

Figura 1. Estado civil de las encuestadas.....	43
Figura 2. Factores motivadores	44
Figura 3. Factores facilitadores.....	45
Figura 4. Trabajo en equipo	46
Figura 5. Flexibilidad.....	47
Figura 6. Pasión.....	48
Figura 7. Sentido de responsabilidad	48
Figura 8. Claridad	49
Figura 9. Conciliación	50
Figura 10. Obstáculos de las emprendedoras	51
Figura 11. Tiempo	52
Figura 12. Co-ocurrencias de motivadores.....	53
Figura 13. Co-ocurrencias de facilitadores	53
Figura 14. Co-ocurrencias de obstáculos	53

Capítulo 1. Metodología de la Investigación

1.1 Planteamiento del problema

El emprendimiento femenino ha adquirido una significativa relevancia en los últimos años, ya que desempeña un papel crucial tanto en el desarrollo económico como en el social. Este fenómeno es destacado en el Objetivo 5 de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, el cual aboga por "la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas". Como bien se reconoce, el avance de una mujer conlleva un progreso paralelo en el mundo (García, 2023).

Históricamente, la mujer fue etiquetada como "débil" tanto física como intelectualmente, en contraste con la percepción del hombre como "fuerte". Como resultado de los avances tecnológicos e industrialización, se vio la necesidad de integrar a las mujeres en la fuerza laboral (Marx, 1849 según se citó en Domínguez, 2000). A partir de esta perspectiva, se les otorgaba un salario inferior, basado en sus habilidades físicas e intelectuales, marcando así el inicio de la discriminación laboral y salarial basada en el género. Se estableció una clara distinción entre los trabajos designados para hombres y mujeres, infravalorando notoriamente este último (Kegoart, 2003).

Hoy en día, es visible que el porcentaje de mujeres emprendedoras es menor en relación con los hombres, y que aún persisten barreras y desafíos que limitan la capacidad de las mujeres para emprender (Barros-Elizalde, et al., 2022). Es por esta razón, por lo que resulta fundamental analizar las motivaciones, los factores facilitadores y limitantes del emprendimiento femenino en mujeres universitarias, concretamente del estado de Hidalgo, con el fin de identificar estrategias y políticas que puedan promover su desarrollo empresarial.

La literatura señala que las motivaciones para emprender pueden variar dependiendo del género y contexto socioeconómico. En el fortalecimiento del

papel del emprendimiento femenino, se identifican diversos factores que influyen en la dinámica empresarial, abordando tanto aspectos motivacionales de atracción como de impulso, así como equilibrio y dimensiones emocionales. Los factores motivacionales internos, conocidos también como factores "pull", están estrechamente ligados a la autorrealización, sirviendo como impulso para que las mujeres emprendan. Por otro lado, los factores externos, denominados "push", se relacionan con estímulos del exterior, como despidos o insatisfacción laboral, ejerciendo una influencia significativa en la decisión de emprender (Özsungur, 2019).

Ambos conjuntos de factores, internos y externos, se centran especialmente en el deseo de independencia, la motivación financiera y aspectos familiares y empresariales. Además, los factores de equilibrio encuentran su motivación en el rápido avance tecnológico y la falta de tiempo, creando una brecha entre las responsabilidades familiares y la gestión empresarial; colocando el emprendimiento como una herramienta para manejar los diversos roles que una mujer juega en su día a día. En este contexto, la flexibilidad en el negocio emerge como un elemento de gran influencia en la toma de decisiones para emprender (Özsungur, 2019).

Por último, los factores emocionales y cognitivos, como el compromiso con el trabajo, la lealtad, la solidaridad, la necesidad de redes y el respaldo tanto familiar como personal, ejercen un impacto considerable en el emprendimiento femenino. Estos elementos subrayan la importancia de considerar aspectos emocionales y relaciones interpersonales en el estudio y apoyo al emprendimiento femenino desde una perspectiva integral (Aranibar et. al., 2022).

Los facilitadores del emprendimiento femenino pueden variar en función del contexto en el que se desarrolla la actividad empresarial. En el caso de las mujeres universitarias, la formación académica y las habilidades adquiridas en

la universidad pueden ser factores que faciliten su emprendimiento (Guerrero et. al., 2016). Asimismo, la presencia de redes de apoyo y mentorías puede ser un factor determinante para el éxito del emprendimiento femenino, ya que proporcionan acceso a recursos y conocimientos que pueden ser de gran utilidad en la gestión empresarial (Calderón y Espinosa, 2019).

A pesar de que existen motivaciones y facilitadores que pueden incentivar el emprendimiento femenino, también se han identificado diversas limitantes que pueden afectar negativamente su capacidad para emprender. Entre ellas, destacan los prejuicios de género, la falta de acceso a financiamiento y la dificultad para conciliar las responsabilidades familiares con el desarrollo empresarial (Orihuela-Ríos, 2022).

En particular, la discriminación de género sigue siendo un obstáculo para el emprendimiento femenino, ya que se han registrado casos de mujeres que enfrentan barreras y desigualdades en el acceso a recursos y oportunidades empresariales. Por ejemplo, el informe del Foro Económico Mundial sobre la brecha de género en el mundo señala que en México, las mujeres emprendedoras tienen menos acceso a financiamiento y recursos que los hombres, lo que limita su capacidad para hacer crecer sus negocios (World Economic Forum, 2022).

La crisis sanitaria originada por la pandemia de COVID-19 llevó a la paralización de la economía en muchos gobiernos, generando temores sobre un futuro incierto. Este escenario provocó que numerosas empresas redujeran su ritmo de producción e incluso suspendieran sus operaciones, resultando en un considerable aumento del desempleo y afectando a incontables familias en todo el mundo. Frente a esta situación, el emprendimiento emergió como una alternativa ante la escasa estabilidad económica, especialmente para muchas mujeres. No obstante, aquellas que ya estaban al frente de un emprendimiento se vieron enfrentadas a desafíos

adicionales provocados por la pandemia, sumándose a los obstáculos históricos ya existentes (Saavedra, 2024).

En este contexto, el emprendimiento femenino entre mujeres universitarias en el estado de Hidalgo revela motivaciones, facilitadores y limitaciones que deben considerarse al diseñar políticas y estrategias para fomentar su desarrollo empresarial. La identificación de estas variables se convierte en un elemento clave para la creación de programas que aborden las necesidades específicas de las mujeres emprendedoras, promoviendo así la igualdad de oportunidades en el acceso a recursos y financiamiento. Se sugiere, por lo tanto, continuar la investigación en esta dirección para contribuir al mayor desarrollo económico y bienestar social.

1.2 Justificación

El emprendimiento femenino es un tema que va ganando terreno en la vida empresarial, esto, como respuesta al esfuerzo de la mujer por mejorar su situación de discriminación, que si bien es un problema que afecta en múltiples ámbitos de la vida de las mujeres, también se puede observar de manera concreta en el entorno empresarial (Mejía et. al., 2020); sin embargo, dichas desigualdades persisten, lo que se traduce en una participación femenina inferior en comparación con los hombres. Para abordar esta situación, es imperativo promover la equidad y la justicia de género, lo que implica la necesidad de actuar de manera coherente en los contextos económico, político y cultural. Este enfoque no solo es crucial desde una perspectiva ética, sino también desde una visión económica que reconoce el potencial innovador y productivo que las mujeres pueden aportar al panorama emprendedor (Ramos et. al., 2023).

Un aspecto por notar es el hecho de que, en muchas ocasiones, las mujeres son la cabeza de familias monoparentales, lo que suele agregar dificultad al emprendimiento, estudios previos como el de Mejía et. al. (2020) identifican los mismos obstáculos entre madres solteras que entre mujeres con pareja o en hogares compuestos; sin embargo, dichas limitantes se ven identificadas

en el caso de las primeras, los principales factores señalados en dicha investigación mencionan principalmente los siguientes factores: entorno familiar y social, las normas culturales, estereotipos sobre el rol de la mujer, oportunidades de capacitación y la participación en encadenamientos productivos, por mencionar algunos.

En este contexto, resulta fundamental investigar que lleva a las mujeres universitarias del estado de Hidalgo a emprender, así como los facilitadores y limitantes que encuentran en el proceso, con el fin de identificar estrategias y políticas que puedan promover su desarrollo empresarial (Ramos, et al., 2022).

La población universitaria femenina es un grupo relevante a estudiar en términos de emprendimiento, ya que se trata de un sector que cuenta con una formación académica y habilidades que pueden ser fundamentales para el desarrollo empresarial (Guerrero et. al., 2016). Además, la población universitaria femenina se encuentra en una etapa de transición importante en su vida, en la cual la toma de decisiones en torno al emprendimiento puede tener un impacto significativo en su futuro tanto a nivel laboral como personal.

Desde una perspectiva de género, la investigación del emprendimiento femenino en mujeres universitarias del estado de Hidalgo resulta relevante debido a que aún existen marcadas desigualdades y barreras que limitan la capacidad de las mujeres para emprender (World Economic Forum, 2022). Por ejemplo, un estudio realizado en México encontró que las mujeres enfrentan mayores obstáculos para acceder a financiamiento y recursos necesarios para iniciar y desarrollar sus negocios (Briseño et.al., 2017).

Además, la identificación de las motivaciones, facilitadores y limitantes específicos de la población universitaria femenina puede ser útil para el diseño de políticas y programas que fomenten su desarrollo empresarial. Asimismo, la identificación de dichos facilitadores y limitantes específicos de la población

universitaria femenina podría ser útil para el diseño de programas y políticas que promuevan el emprendimiento y la igualdad de oportunidades en el acceso a recursos y financiamiento.

Las universitarias representan un grupo demográfico clave, ya que se encuentran en una fase crucial de su desarrollo académico y personal, donde las decisiones respecto al emprendimiento pueden tener un impacto sustancial en sus futuras trayectorias profesionales. A través de una investigación centrada en el emprendimiento femenino, se busca identificar los factores motivacionales, las barreras y los facilitadores que influyen en la iniciativa empresarial de las estudiantes universitarias. Este enfoque permitirá desarrollar estrategias y políticas efectivas que fomenten el desarrollo empresarial femenino desde sus etapas formativas, contribuyendo así al avance de la equidad de género y al fortalecimiento del tejido empresarial con la diversidad de perspectivas y habilidades que aportan las mujeres. Además, la comprensión de los factores que impulsan o inhiben el emprendimiento femenino en el contexto universitario tiene implicaciones significativas para el diseño de programas educativos y políticas gubernamentales que promuevan la igualdad de oportunidades y la participación activa de las mujeres en el ámbito empresarial (Ramos et. al., 2023).

Por otro lado, la investigación del emprendimiento femenino en mujeres universitarias del estado de Hidalgo también puede tener implicaciones relevantes para el desarrollo económico y social de la región. La creación de empresas lideradas por mujeres puede contribuir a la generación de empleo y a la diversificación económica, lo cual resulta fundamental para el desarrollo sostenible de las regiones.

En conclusión, la investigación del emprendimiento femenino, motivaciones, facilitadores y limitantes en mujeres universitarias del estado de Hidalgo resulta relevante debido a la importancia de este grupo poblacional en términos de formación académica y habilidades empresariales, así como por la necesidad de

abordar las desigualdades y barreras que limitan la capacidad de las mujeres para emprender y desarrollar sus negocios de manera exitosa.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Estudiar los factores que motivan, facilitan y obstaculizan el emprendimiento entre las mujeres universitarias del estado de Hidalgo, con el fin de diseñar estrategias y políticas que fomenten tanto su desarrollo empresarial como su desarrollo profesional; de tal forma que contribuyan al crecimiento económico de la región.

1.3.2 Objetivos específicos

- 1) Identificar los principales perfiles de las mujeres universitarias emprendedoras del estado de Hidalgo.
- 2) Examinar los factores externos e internos que inciden en la decisión de las estudiantes universitarias en el estado de Hidalgo de emprender, así como los facilitadores involucrados y los obstáculos que enfrentan en el desarrollo de sus negocios de manera integral.
- 3) Identificar las herramientas y recursos que utilizan las estudiantes universitarias en el estado de Hidalgo para superar los obstáculos presentes en el proceso de emprendimiento femenino en el estado de Hidalgo.

1.4 Preguntas de investigación

¿Cuáles son las principales perfiles de las mujeres universitarias emprendedoras del estado de Hidalgo?

¿Cuáles son los factores externos e internos que influyen en la decisión de las estudiantes universitarias en el estado de Hidalgo de emprender, y cuáles son los obstáculos que enfrentan en el desarrollo de sus negocios?

¿Cuáles son las herramientas y recursos que las estudiantes universitarias en el estado de Hidalgo utilizan para superar los obstáculos presentes durante el proceso de emprendimiento femenino en la región?

1.5 Matriz de congruencia

<p>Titulo</p>	<p>Facilitadores y obstáculos del emprendimiento femenino: Un estudio multicaso en estudiantes universitarias del estado de Hidalgo, México</p>		
<p>Planteamiento del problema</p>	<p>El emprendimiento femenino es un tema que la ganado mayor relevancia en los últimos años debido a la importancia que tiene, tanto para el desarrollo económico como social. Sin embargo, aún persisten obstáculos y desaflos que limitan la capacidad dela mujeres para emprender. Es por esta razon, por lo que resulta fundamental analizar las motivaciones, los factores facilitadores y limitantes del emprendimiero femenino en mujeres universitarias, concretamente del estado de Hidalgo, con el fin de identificar estrategias y políticas que puedan promover su desarrollo empresarial.</p>		
<p>Objetivo general</p>	<p>Estudiar los factores que motivan, facilitan y obstaculizan el emprendimiento entre las mujeres universitarias del estado de Hidalgo, con el fin de diseñar estrategias y políticas que fomenten tanto su desarrollo empresarial como su desarrollo profesional; de tal forma que contribuyan al crecimiento económico de la región.</p>		
<p>Objetivos específicos</p>	<p>1)Identificar los principales perfiles de las mujeres universitarias emprendedoras del estado de Hidalgo.</p>	<p>2)Examinar los factores externos e internos que inciden en la decisión de las estudiantes universitarias en el estado de Hidalgo de emprender, así como los facilitadores involucrados y los obstáculos que enfrentan en el desarrollo de sus negocios de manera integral.</p>	<p>3)Identificar las herramientas y recursos que utilizan las estudiantes universitarias en el estado de Hidalgo para superar los obstáculos presentes en el proceso de emprendimiento femenino en el estado de Hidalgo.</p>
<p>Preguntas de investigación</p>	<p>¿Cuáles son las principales perfiles de las mujeres universitarias emprendedoras del estado de Hidalgo?</p>	<p>¿Cuáles son los factores externos e internos que influyen en la decisión de las estudiantes universitarias en el estado de Hidalgo de emprender, y cuáles son los obstáculos que enfrentan en el desarrollo de sus negocios?</p>	<p>¿Cuáles son las herramientas y recursos que las estudiantes universitarias en el estado de Hidalgo utilizan para superar los obstáculos presentes durante el proceso de emprendimiento femenino en la región?</p>

1.6 Estructura del documento

El presente documento representa una investigación cualitativa sobre el emprendimiento femenino en el estado de Hidalgo. A través de un enfoque metodológico, el estudio se adentra en las complejidades y desafíos que enfrentan las mujeres universitarias que emprenden en la región.

En el primer apartado se establece una base sólida para el estudio al plantear el problema de investigación y justificar la relevancia del mismo. Los objetivos de la investigación se delinearán claramente, junto con las preguntas de investigación que guiarán el proceso de indagación. Además, se presenta una matriz de congruencia que permite visualizar la alineación entre los distintos elementos del estudio.

Posteriormente el documento ofrece un análisis detallado de los conceptos clave relacionados con el emprendimiento femenino, incluyendo conceptos básicos, motivación, factores facilitadores y obstáculos, así como teorías relevantes que fundamentan la viabilidad e importancia del fenómeno. Este marco teórico, busca enriquecer la comprensión del lector sobre el contexto en el que se desenvuelve la investigación.

En el bloque correspondiente al análisis de resultados se presentan los hallazgos obtenidos a partir del análisis cualitativo de la muestra, destacando los motivadores, facilitadores y obstáculos identificados en el proceso de emprendimiento femenino. Estos resultados se organizan de manera clara y detallada conforme lo planteado en la metodología, brindando una visión completa de la experiencia de las mujeres emprendedoras universitarias en el estado de Hidalgo.

En la última parte de esta investigación se realizó una reflexión crítica sobre los resultados obtenidos y extrae conclusiones significativas que contribuyen al cuerpo de conocimiento existente sobre el emprendimiento femenino. Este

capítulo cierra el ciclo de investigación al analizar la relevancia de los hallazgos y sus implicaciones para futuras investigaciones y prácticas en el campo.

este documento representa una contribución importante al estudio del emprendimiento femenino en el contexto específico del estado de Hidalgo, proporcionando una base sólida para futuras investigaciones y acciones destinadas a apoyar y promover el empoderamiento económico de las mujeres en la región.

Capítulo 2. Diseño de la investigación

El diseño de investigación representa una etapa fundamental en cualquier estudio, ya que sienta las bases metodológicas sobre las cuales se podrá llevar a cabo la indagación para obtener conclusiones significativas. En el contexto del presente trabajo, el diseño de investigación adquiere una importancia crucial al orientar la recopilación y análisis de datos que permitirán explorar y comprender en profundidad las experiencias y perspectivas de las mujeres universitarias emprendedoras del estado de Hidalgo.

Este capítulo tiene como objetivo presentar de manera detallada el diseño metodológico que guiará la ejecución de la investigación. Se abordarán aspectos relevantes como la selección de la muestra, los métodos de recolección de datos, la estrategia de análisis y la garantía de la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos. Cada decisión metodológica se fundamentará en la naturaleza cualitativa del estudio y en la necesidad de captar la riqueza y complejidad de las experiencias de las participantes.

2.1 Enfoque de la investigación

Esta investigación adopta un enfoque cualitativo, fundamentado en la premisa de que este método proporciona una comprensión profunda y contextualizada de los factores que influyen en las decisiones y experiencias de las estudiantes universitarias emprendedoras en el estado de Hidalgo al gestionar micro o pequeñas empresas. La elección de este enfoque cualitativo se justifica por su capacidad para explorar, de manera holística, las motivaciones y limitaciones que estas emprendedoras enfrentan en su trayectoria empresarial permitiendo así, ahondar en las razones de fondo que explican y provocan el fenómeno del emprendimiento femenino, permitiendo establecer correlaciones y variables que logren explicarlo con mayor profundidad. Al seleccionar una muestra de 34 emprendedoras universitarias y emplear una entrevista semiestructurada, se busca capturar las voces y experiencias individuales, permitiendo una riqueza de datos que no podría

lograrse mediante enfoques cuantitativos más restrictivos y brindando la oportunidad de encontrar factores no señalados en estudios previos, o abordarlos desde una perspectiva particular al grupo de mujeres estudiadas.

Al tratarse de un estudio anclado a una investigación realizada por la Red Latinoamericana de las Mujeres en las Organizaciones (RELMO) se hace uso del instrumento de investigación desarrollado para tal efecto, lo que garantiza una metodología robusta, respaldada por una red reconocida en el estudio de los desafíos que enfrentan las mujeres en el ámbito empresarial. Esta elección metodológica se basa en la comprensión de que las experiencias y perspectivas de las emprendedoras universitarias no pueden ser plenamente capturadas a través de medidas cuantitativas aisladas, sino que requieren un análisis cualitativo profundo para apreciar la complejidad y matices de sus vivencias.

2.2 Validación del estudio

Con el objetivo de validar la viabilidad y confiabilidad del estudio se recurrió al esquema propuesto por Yin (1994):

Tabla 1. Validación del estudio

Pruebas	Tácticas del estudio de caso	Fase de la investigación en la cual ocurre la táctica
	Usar múltiples fuentes de evidencia	
Construcción de la validez	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar motivaciones del emprendimiento femenino • Identificar los elementos facilitadores del emprendimiento femenino 	Recolección de datos

	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar limitantes del emprendimiento femenino 	
Validez interna	<p>Emparejamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrastar resultados obtenidos contra los estudios previos • Explicación de los elementos identificados 	Análisis de datos
Validez externa	Generalización de los datos obtenidos	Diseño de la investigación
Confiabilidad	<p>Basado en protocolo de investigación</p> <p>Desarrollo de base de datos de la investigación</p>	Recolección de datos

Nota: Elaboración propia basado en Yin (1994).

2.3 Dimensiones y variables

La identificación de tres dimensiones de estudio, a saber, motivadores, facilitadores y obstáculos, se deriva de la revisión de la literatura existente, respaldando la estructura conceptual de la investigación. Estas dimensiones proporcionan un marco sólido para analizar, en primer lugar, las motivaciones internas que llevan a las mujeres a iniciar el proceso de emprendimiento; en segundo lugar, los recursos externos disponibles tanto propios como familiares y del ecosistema en el que se desarrollan; y por último, los obstáculos que las entrevistadas han experimentado en sus esfuerzos de emprendimiento y gestión empresarial. En conjunto, este enfoque cualitativo robusto no solo permite una comprensión profunda de las experiencias individuales, sino que también establece las bases para el diseño de estrategias y políticas específicas destinadas a fomentar el desarrollo empresarial femenino en el estado de Hidalgo.

2.4 Recolección de la información

La información recabada a través de las entrevistas ha sido exhaustivamente transcrita con el propósito de someterla a un proceso analítico y de codificación mediante el software Atlas.ti 24. Este proceso de codificación se lleva a cabo conforme a un esquema predefinido de variables, el cual ha sido estructurado con base en las tres dimensiones de estudio delineadas anteriormente. Tanto las dimensiones como las variables han sido meticulosamente definidas tras una revisión detallada de la literatura académica pertinente al tema de investigación.

Una vez establecidas las variables, se procede a realizar análisis descriptivo y exploratorio utilizando para tal efecto las siguientes herramientas: nubes de palabras, esto a fin de identificar palabras clave que permiten identificar tendencias en cada una de las dimensiones y variables establecidas y tablas de co-ocurrencias, que logran visualizar la relación y cercanía entre dos variables.

Estas técnicas permiten visualizar la frecuencia y la distribución de cada variable de la base de datos creada, lo cual facilita la identificación de patrones y tendencias significativas. Además, se llevará a cabo un análisis de correlación entre las variables identificadas, con el objetivo de determinar posibles relaciones causales o asociaciones entre los distintos factores que influyen en la experiencia emprendedora de las mujeres en el estado de Hidalgo.

Este enfoque metodológico riguroso y sistemático garantiza la obtención de resultados confiables y válidos, así como la generación de hallazgos relevantes y significativos para la comprensión y el abordaje de los desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras en el contexto estatal.

Tabla 2. Definición de variables

Motivantes	Facilitadores	Obstáculos
Insatisfacción laboral	Liderazgo	Capital

Familia	Capacidad de Innovación	Financiamiento
Contribución a la comunidad	Trabajo en equipo	Autoevaluación subjetiva
Control del futuro	Flexibilidad	Cultura
Afianzamiento de la autoestima	Pasión	Educación
Necesidad	Sentido de responsabilidad	Experiencia
	Claridad	Tiempo
	Sentido práctico	
	Conciliación	
	Impulso familiar	

Nota: Elaboración propia.

2.6.3 Unidad de análisis

Siguiendo con lo establecido por Robert Yin (1994) respecto a los estudios de caso, esta investigación recae en el tipo 3, es decir un diseño incrustado conformado por múltiples casos de estudio, lo que significa que cada mujer entrevistada constituye un caso por sí misma, sin embargo, conforman una unidad común que se traduce en el fenómeno del emprendimiento femenino universitario en el estado de Hidalgo.

2.6.4 Cuestionario

El cuestionario utilizado se conforma de 4 apartados: el primero ahonda sobre las características demográficas de las entrevistadas, tales como la edad, estado civil, si tienen o no hijos y en caso de tenerlos, cuántos, la carrera que estudian, así como el semestre que cursan y la modalidad de la misma, esto a fin de establecer un perfil de la emprendedora universitaria en el estado; en el segundo apartado las preguntas se centran en la información correspondiente a la institución educativa a la que pertenecen, específicamente, el estado, municipio y si se trata de una escuela pública o privada; el tercer apartado se centra en el emprendimiento de las mujeres que conforman el estudio, el año en que inició, cuantas personas trabajan en el mismo, de estos, cuantas son mujeres y cuantos empleados son familiares, el giro comercial del negocio y la modalidad bajo la cual opera, siendo las tres posibilidades, un negocio físico, virtual o mixto; y por

último el cuarto apartado ahonda sobre los obstáculos que enfrentan las entrevistadas, se hace incapie en las dificultades que implica el ser emprendedora y estudiante de manera simultanea, las motivaciones tanto de iniciar un emprendimiento como de estudiar una carrera universitaria asi como las dificultades experimentadas en cada rol, la última pregunta se enfoca en la manera en que las mujeres entrevistadas han enfrentado y resuelto dichas dificultades.

2.6.5 Herramientas de análisis

Para la recopilación de literatura se recurrió a repositorios multidisciplicarios tales como *Scielo*, *Dialnet*, *Redalyc* y *Google Scholar*, en lo que respecta al análisis de la información, se hizo uso de Microsoft Excel para el tratamiento cuantitativo de los datos y Atlas.ti 24 para la parte del análisis cualitativo de la información, haciendo uso principalmente de las herramientas de nubes de palabras y tablas de código documento, asi como tablas de co ocurrencias.

Capitulo 3. Marco Teórico

3.1 Emprendimiento

Desde su origen en 1755, cuando Richard Cantillon acuñó el término "emprendimiento", ha sido objeto de estudio en múltiples perspectivas teóricas (ver Tabla 2). Aunque se registró por primera vez en la rama de la economía en el siglo XVIII, no fue hasta que la teoría neoclásica lo retomó, casi 50 años después, que se le concedió la relevancia necesaria. A pesar de haber sido abordado desde diferentes ángulos, la mayoría de los expertos coinciden en que el juicio individual es un elemento clave en la toma de decisiones empresariales. En otras palabras, la visión y el pensamiento del individuo son determinantes en el proceso emprendedor. En la actualidad, el emprendimiento ha adquirido una gran relevancia, ya que las empresas y los emprendedores tienen un papel crucial en el desarrollo económico y social de un país. La creación y el crecimiento de empresas innovadoras contribuyen al aumento del empleo y a la mejora del bienestar social. Además, el emprendimiento fomenta la

competitividad, la creatividad y la diversificación económica (Terán-Yépez y Guerrero Mora, 2020).

Tabla 3. Evolución del concepto de emprendedor

Autor	Año	Definición
Cantillon	1755	Persona que compra un bien a un precio y lo vende a otro precio desconocido fijado a través de un proceso de decisión, con la finalidad de obtener y usar recursos, asumiendo el riesgo implícito.
Smith	1796	Es la persona que crea una organización comercial, identificando la demanda de un bien o servicio para mediante una estrategia comercial, convertirla en oferta.
Say	1803	Agente económico que une todos los medios productivos.
Marshall	1930	El emprendedor debe ser capaz de gestionar con y por medio de otros individuos, además de estar en una alerta constante sobre nuevas oportunidades.
Schumpeter	1934	Individuos cuyas actividades comerciales generan inestabilidades en los mercados.
De Vries	1977	Hace énfasis en el riesgo asociado, no solo económico sino social y psicológico.
Druker	1985	El emprendedor persigue el cambio, responde al mismo y explota las oportunidades que derivan de este proceso.
Audretsch y Thurik	2001	Catalizadores del crecimiento económico.
Pereira	2003	Aquel que identifica una oportunidad y organiza sus acciones para poder aprovecharla.
Kreiser y Davis	2010	Suman al concepto el elemento de introducir nuevos productos antes de la competencia y actuar de manera preventiva.

Max Olivares	y	2017	Un individuo que desarrolló la capacidad de solucionar problemas de manera creativa dentro de un entorno específico.
Harpreet Singh Bedi		2017	Conceptualización multidimensional que involucra la innovación, toma de riesgos, proactividad, agresividad competitiva y autonomía.

Nota: Elaboración propia con información de Ávila (2021)

En "Capitalismo, Socialismo, Democracia", el economista Joseph Schumpeter destaca la importancia del emprendimiento como motor del cambio en la economía. Según Schumpeter, la innovación y la creación de nuevas invenciones son fundamentales para el crecimiento económico y la prosperidad a largo plazo. En consecuencia, el emprendimiento desempeña un papel crucial en la promoción del desarrollo económico al estimular la innovación y la competencia en el mercado. Además, Schumpeter sostiene que el emprendimiento no se limita a la creación de nuevas empresas, sino que también implica la introducción de nuevos productos y servicios, la adopción de nuevas tecnologías y la implementación de nuevas formas de organización empresarial. En resumen, la obra de Schumpeter subraya el papel fundamental del emprendimiento como fuente de innovación y cambio en la economía, convirtiéndose en una fuerza clave en la promoción del desarrollo económico sostenible. En consonancia con la obra de Schumpeter, es esencial que se promueva una cultura emprendedora que fomente la creatividad, la resiliencia y la disposición a asumir riesgos. De esta manera, se puede impulsar la innovación y el crecimiento económico, mejorando el bienestar y la calidad de vida de las personas. (Duarte y Ruíz, 2009).

En las últimas décadas, el emprendimiento ha adquirido una gran importancia y ha sido ampliamente difundido y reconocido. En las sociedades más avanzadas, se considera un tema prioritario debido a que, como mencionó Schumpeter, y otros autores posteriores a él, se reconoce su capacidad para impulsar el desarrollo a nivel nacional y regional, así como para generar empleo y productos

innovadores. Por esta razón, los gobiernos están dedicando cada vez más esfuerzos a fomentar el emprendimiento. Sin embargo, es importante destacar que la decisión de emprender sigue siendo una elección personal y cada individuo debe considerar sus propias habilidades, recursos y metas al momento de considerar iniciar un negocio. (Álvarez et. al., 2013).

Es posible afirmar que los emprendedores presentan una serie de atributos que son independientes del género. En primer lugar, los emprendedores suelen mostrar una gran pasión por su negocio, lo que les permite enfrentar los obstáculos con determinación y perseverancia. En segundo lugar, tienen una gran confianza en sí mismos y en su idea, lo que les permite ser proactivos y visionarios en el desarrollo de su negocio. Asimismo, los emprendedores poseen una fuerte necesidad de lograr el éxito y el reconocimiento, lo que les impulsa a trabajar arduamente y buscar nuevas oportunidades. Además, los emprendedores son habilidosos en el manejo de riesgos, ya que son capaces de tomar decisiones informadas y calculadas en situaciones de incertidumbre. Por último, los emprendedores tienen una iniciativa y tolerancia al cambio excepcionales, lo que les permite adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado y aprovechar las oportunidades emergentes. (Briseño et. al., 2017).

Las investigaciones previas concluyen que hay dos motivaciones principales que llevan a iniciar un negocio: el emprendimiento por necesidad y el emprendimiento por oportunidad. El emprendimiento por necesidad se refiere a la situación en la que el emprendimiento es la única opción disponible para igualar las oportunidades, lo que lleva a los individuos a iniciar un negocio como una forma de subsistencia. Esto puede ocurrir cuando hay una falta de oportunidades de empleo en la región o cuando el individuo enfrenta dificultades económicas. Por otro lado, el emprendimiento por oportunidad se refiere a una decisión voluntaria del individuo de explotar una idea de negocio, y se basa en una evaluación positiva de las oportunidades y perspectivas del mercado. En este caso, el emprendedor no está motivado por la necesidad de subsistencia, sino por la oportunidad de crear y desarrollar un negocio exitoso. Este tipo de

emprendimiento a menudo está relacionado con una mayor creatividad, innovación y enfoque en el crecimiento del negocio. (Yagual y Pico, 2017).

El emprendimiento es un fenómeno complejo que puede alterar significativamente los mercados y la economía de una región. Es importante destacar que, a pesar de la creciente importancia del emprendimiento, existe una brecha de género en la actividad empresarial, donde hay una cantidad significativamente menor de mujeres emprendedoras en comparación con los hombres. Esta disparidad de género se debe a una variedad de factores, incluyendo la falta de acceso a recursos económicos y financieros, barreras culturales y estereotipos de género que influyen en la percepción de las mujeres sobre sus capacidades para emprender. Además, también hay factores psicológicos que influyen en la decisión de las mujeres de convertirse en empresarias, como la falta de confianza en sus habilidades empresariales y la falta de modelos a seguir femeninos. Por lo tanto, se requiere una atención especial y medidas concretas para fomentar el espíritu empresarial femenino, lo que contribuiría a cerrar la brecha de género y a fomentar un desarrollo económico más equitativo y sostenible. (Minniti y Arenius, 2003).

3.2 Emprendimiento femenino

Es cierto que el emprendimiento es una actividad natural del ser humano, pero su desarrollo no es igual para hombres y mujeres. En particular, el camino para las mujeres es significativamente más complicado debido a la presencia persistente de la desigualdad de género en muchos aspectos de la sociedad y la economía. Esto puede dificultar el acceso y la participación de las mujeres en el mundo empresarial y limitar su capacidad para alcanzar el éxito en ese campo (Castillo García et. al., 2022).

En cuanto al emprendimiento y su relación con el género, se han identificado tres tipos de factores determinantes. En primer lugar, están los factores estructurales y sociales, que incluyen elementos como las políticas gubernamentales, la

cultura empresarial y las redes de apoyo disponibles para los emprendedores. En segundo lugar, se encuentran los factores cognitivo-emocionales, que se refieren a las actitudes y creencias personales sobre el emprendimiento y la capacidad de tener éxito en él. Por último, están los factores impulsores y bloqueadores, que pueden incluir la disponibilidad de financiamiento, la capacidad de acceso a recursos y la presencia de barreras para el emprendimiento. (Martín-Gutiérrez et. al., 2021).

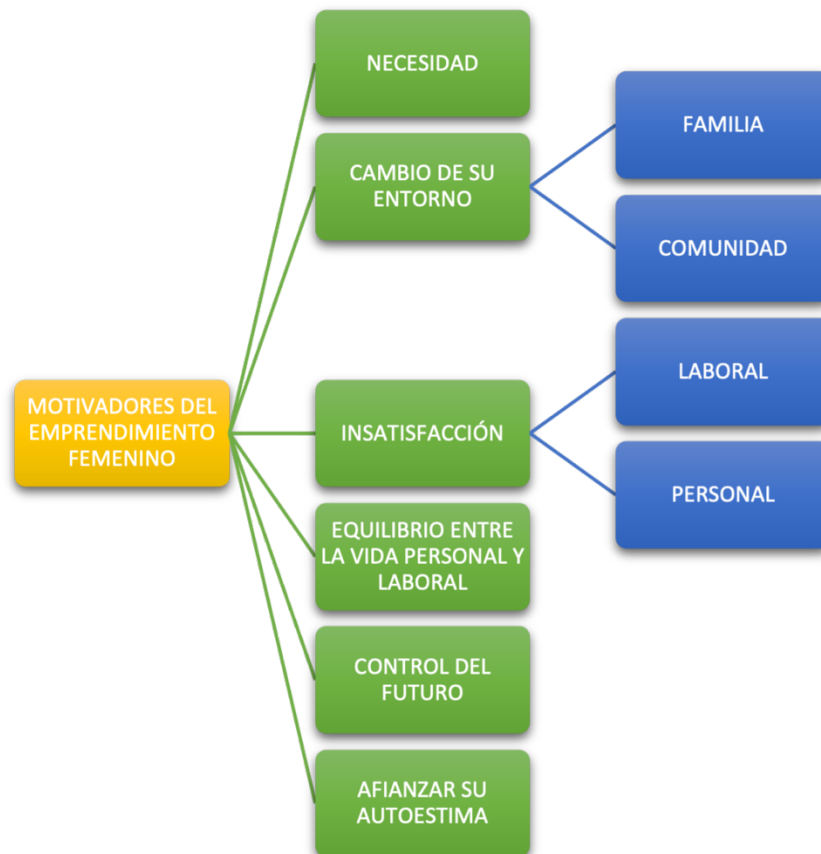
Tal como en el caso del emprendimiento sin distinción de género, son dos los motivos para emprender; el primero se basa en el aprovechamiento de oportunidades, mientras que el segundo motivo es la necesidad; en el primer caso, la innovación juega un papel preponderante y se asocia a capacidades empresariales; en el caso del emprendimiento por necesidad, se asocia a una menor capacidad empresarial y se liga al ingenio o capacidades aprendidas de manera empírica (Navarro, 2016) y dependiendo de este motivo inicial, se asocia, tanto el éxito, como la perdurabilidad del negocio emprendido (Ruiz et. al., 2020).

En cuanto a los motivos para emprender, se pueden distinguir dos: el aprovechamiento de oportunidades y la necesidad. En el primer caso, la innovación y las habilidades empresariales son fundamentales, mientras que, en el segundo caso, se asocia a la falta de alternativas laborales y se basa en habilidades aprendidas de manera empírica (Navarro, 2016). La literatura señala que, dependiendo de este motivo inicial, se puede asociar el éxito y la sostenibilidad del negocio emprendido (Ruiz et. al., 2020).

3.3 Motivación del emprendimiento femenino

Según estudios empíricos realizados en América Latina, se ha observado que el emprendimiento femenino se relaciona con la falta de empleo en las distintas regiones de la zona. Por lo tanto, el emprendimiento femenino suele ser mayoritariamente impulsado por la necesidad económica de generar ingresos y sustento para ellas y sus familias (Querejazu, 2021).

En un estudio realizado por Briseño et al. (2017) se destaca que las motivaciones de las mujeres emprendedoras van más allá de la simple generación de ganancias. En general, las mujeres buscan generar un cambio en su entorno, ya sea en su familia o en la comunidad en la que se desenvuelven. Además, el emprendimiento femenino se origina por una insatisfacción respecto a la carrera elegida y por un factor social. Las mujeres también buscan generar un equilibrio entre su vida personal y laboral, tener control sobre su futuro y afianzar su autoestima, según Viadana et al. (2016).



3.4 Factores facilitadores del emprendimiento femenino

3.4.1 Facilitadores individuales

Según Aranibar et al. (2021), las mujeres poseen ciertas características que son innatas y que favorecen el proceso de emprendimiento femenino, tales como su

capacidad de liderazgo, innovación, trabajo en equipo, flexibilidad, pasión, polivalencia, sentido de responsabilidad, claridad, sentido práctico y habilidades para la conciliación. Estas habilidades son consideradas facilitadoras para el emprendimiento femenino y pueden ser aprovechadas como ventajas competitivas en el desarrollo de un negocio.

3.4.2 Familia

En el contexto del emprendimiento femenino, la familia es identificada como una influencia positiva en el espíritu emprendedor. En este sentido, existen dos ramificaciones importantes: la primera es la motivación por parte del núcleo familiar, lo que brinda a la mujer una fuerza que impulsa el proceso de emprendimiento. Por otra parte, también es un factor que favorece el emprendimiento, ya que, al ver a la mujer como cabeza de familia, busca mayor flexibilidad, tiempo o incluso una nueva fuente de ingreso para contribuir a la economía familiar, lo que resulta determinante para iniciar un negocio (Giménez, 2012).

3.5 Factores limitantes del emprendimiento femenino

3.5.1 Capital

El acceso al capital ha sido históricamente el mayor obstáculo para el emprendimiento femenino, según lo señalado por Orihuela-Ríos (2022). En los países en vías de desarrollo, las mujeres suelen ser criadas en ambientes conservadores que pueden representar una desventaja al momento de emprender. En muchos casos, las mujeres no reciben el apoyo financiero de la familia debido a que su capacidad empresarial es cuestionada, lo que contrasta con el caso de los hombres, quienes suelen recibir mayor apoyo familiar al iniciar un negocio, así lo indica Castillo García et al. (2022).

3.5.2 Financiamiento

En el emprendimiento femenino, suele haber una menor disponibilidad de financiamiento, ya que las instituciones financieras tienden a desconfiar de las habilidades empresariales de las mujeres; a esto se suma la falta de programas especializados de apoyo. Como resultado, las mujeres emprendedoras se ven obligadas a recurrir a fuentes de financiamiento no reguladas o prestamistas, lo que puede tener un impacto negativo en la rentabilidad del negocio y su capacidad para mantenerse en el mercado a largo plazo (Giménez, 2012) (Orihuela-Ríos, 2022).

Puede entenderse que la falta de financiamiento también se debe al hecho de que los negocios propiedad de mujeres suelen tener un crecimiento de ventas más lento en comparación con los negocios de propiedad masculina, lo que puede ser atribuido a una falta de formación o experiencia laboral en algunos casos (Giménez, 2012).

3.5.3 Autoevaluación subjetiva

En muchos casos, las mujeres tienen una imagen negativa de sus propias capacidades empresariales debido a la influencia de un sistema conservador en el que crecen, como se ha mencionado anteriormente (Viadana et. al., 2016).. La falta de confianza en sí mismas se ve reforzada por estereotipos negativos sobre las mujeres en el entorno, lo que genera sentimientos de incertidumbre y mayores riesgos al momento de emprender (Saavedra y Camarena, 2015). Esta inseguridad puede tener un impacto significativo en el desempeño y la toma de decisiones empresariales de las mujeres (Aranibar et. al., 2022).

3.5.4 Cultura

La mujer a menudo enfrenta estereotipos arraigados en la familia que pueden llevarlas a abandonar sus estudios o descuidar sus trabajos, lo que las deja en una posición desfavorable en comparación con los hombres en el ámbito empresarial. Además, la violencia de género en sus diversas formas, incluyendo

la celotipia, el control excesivo, la violencia financiera, psicológica o incluso física, tiene un impacto significativo en la capacidad de las mujeres para emprender y generar ingresos propios. Estos obstáculos tienen un efecto directo en la confianza y motivación de las mujeres para emprender (Aranibar et. al., 2022).

3.5.5 Educación

El concepto de conocimiento hace referencia a la comprensión y habilidades adquiridas en una disciplina, ya sea de forma teórica o práctica. En algunos casos, este conocimiento puede ser reconocido y valorado en el mercado, pero en otros no es así. Esto puede generar dificultades para las mujeres emprendedoras, ya que pueden haber adquirido conocimientos que no están en línea con las demandas del mercado, lo que las deja en desventaja al momento de iniciar un negocio (Olaz y Ortiz, 2017).

3.6 Teoría de la Identidad Performativa

La teoría de la identidad performativa fue desarrollada por Judith Butler en 2004 y sostiene que la identidad de un individuo no es estática, sino que se va construyendo y modificando con base en repetición de ciertas acciones, todo esto sucediendo en una constante interacción con la sociedad y el entorno. Es decir que no se nace con una identidad, sino que se forma de la experiencia; dicho de otra forma, la identidad no se trata de lo que una persona es, sino de lo que hace (Astorga, 2019).

La relevancia de la teoría de la identidad performativa en las investigaciones relacionadas con diferencias de género radica en su capacidad para cuestionar y desafiar las concepciones tradicionales. En lugar de considerar el género como una característica esencial o innata, esta teoría enfatiza que el género se forma y se representa a través de nuestras prácticas y comportamientos.

Un concepto importante de abordar es el que se refiere a “actos performativos” que hacen referencia, precisamente, a estas acciones llevadas a cabo de manera repetida y que en su curso van construyendo la identidad de una persona; el simple hecho de presentarse en sociedad afirmando que se es hombre o mujer, constituye un acto performativo Butler y Lourties (1998).

Capítulo 4. Marco contextual

El estudio del emprendimiento femenino es un área de investigación que ha cobrado importancia en las últimas décadas, particularmente a partir de los años noventa del siglo pasado. Sin embargo, a pesar de los avances en la comprensión de este fenómeno, aún existen autores que niegan la existencia de diferencias en el emprendimiento basadas en el género. Por lo tanto, resulta fundamental fortalecer la rama teórica del emprendimiento femenino para refutar estas afirmaciones y establecer una base sólida de elementos que permitan aclarar cualquier duda al respecto.

La necesidad de ahondar en el estudio del emprendimiento femenino radica en la importancia de comprender plenamente las particularidades y desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras en comparación con sus pares masculinos. A pesar de los avances significativos en la igualdad de género en muchos aspectos de la sociedad, el emprendimiento femenino aún enfrenta barreras y desafíos específicos, como la discriminación de género, la falta de acceso a recursos financieros y de red, y las expectativas de género arraigadas en la sociedad.

Fortalecer la rama teórica del emprendimiento femenino implica desarrollar un marco conceptual sólido que aborde las diferencias de género en el emprendimiento de manera integral. Esto implica reconocer que las mujeres emprendedoras enfrentan desafíos únicos y que su experiencia emprendedora puede ser influenciada por factores de género, como roles y normas, estereotipos y discriminación de género en el ámbito empresarial.

Además, es importante destacar que el estudio del emprendimiento femenino no se trata solo de identificar las diferencias de género en el emprendimiento, sino también de reconocer y valorar las contribuciones y fortalezas específicas que las mujeres emprendedoras pueden aportar al mundo empresarial. Las mujeres emprendedoras a menudo enfrentan desafíos adicionales debido a su género,

pero también pueden tener habilidades, perspectivas y enfoques únicos que pueden beneficiar a sus negocios y a la sociedad en general.

El análisis del emprendimiento femenino ha sido abordado desde diferentes enfoques y perspectivas, dependiendo de los objetivos específicos de la investigación. En el año 2010, Lidia Heller, consultora de la División de Asuntos de Género de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), llevó a cabo un análisis de las características únicas del emprendimiento liderado por mujeres en diferentes países de la región. Su trabajo se centró en identificar los factores que impulsan o inhiben la actividad empresarial de las mujeres en los diferentes países que conformaron el estudio, todo ello con el objetivo de lograr la equidad de género. En este estudio, Heller examinó detenidamente los obstáculos y facilitadores del emprendimiento femenino y proporcionó recomendaciones sobre cómo superar las barreras que aún persisten en este ámbito.

Otra forma de aproximarse a este tema es a través de la revisión bibliográfica, como lo hizo Daniela Giménez en Venezuela en el año 2012. En su estudio, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de 21 artículos científicos que contenían información relevante sobre el emprendimiento femenino y los categorizó en tres parámetros: psicológico, sociocultural y económico. El objetivo de la investigación fue contribuir al marco teórico sobre el emprendimiento femenino, ya que en ese momento no era suficientemente sólido y, todavía en la actualidad, siguen existiendo lagunas en el conocimiento de este campo.

En la investigación realizada por Álvarez et al. (2013) en la región de Andalucía, España, se llevó a cabo un estudio cualitativo con ocho mujeres emprendedoras de diferentes sectores empresariales y en distintas etapas de desarrollo, con el fin de establecer un perfil de la mujer emprendedora y determinar los factores que facilitan y obstaculizan el emprendimiento desde una perspectiva de género. Para lograr este objetivo, se organizó un grupo de discusión para obtener la información necesaria, la cual posteriormente fue analizada mediante el uso del

software de recuperación de datos Atlas.ti. Este enfoque metodológico permitió a los investigadores obtener una comprensión más profunda de las experiencias y desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras, lo que a su vez puede ser utilizado para mejorar las políticas y programas de apoyo al emprendimiento femenino.

En el estudio de Saavedra y Camarena (2015), se realizó una investigación documental con el objetivo de establecer la situación general del emprendimiento femenino en América Latina. Para ello, se examinaron las razones que llevan a las mujeres a emprender y se compararon las diferencias con los emprendedores masculinos, enfocándose en la educación. También se analizó la diferencia entre los giros empresariales más comunes liderados por mujeres y hombres, así como la esperanza de vida de las empresas según el género del fundador. Además, se identificaron las limitantes que enfrentan las mujeres en el camino del emprendimiento, así como los recursos de apoyo disponibles para ellas en lo que a emprendimiento se refiere.

En el año 2016, Viadana et. al. realizaron una investigación con el objetivo de analizar los emprendimientos liderados por mujeres y los obstáculos que enfrentan al iniciar un negocio. El estudio se centró en identificar las características comunes de los negocios creados y administrados por mujeres y los factores limitantes del emprendimiento femenino. Para lograr esto, utilizaron un enfoque exploratorio basado en el estudio de caso de la Comunidad de Mujeres Emprendedoras (CRIAR) en la municipalidad de Rosario, Argentina. La investigación buscó determinar las particularidades de los negocios dirigidos por mujeres, tales como su tamaño, sector, estructura, y los factores que influyen en su creación y desarrollo. Además, se analizaron las barreras a las que se enfrentan las mujeres al emprender, como la falta de acceso a recursos financieros y la discriminación de género.

Olaz y Ortiz (2017) llevaron a cabo una investigación de naturaleza cualitativa en la que utilizaron la técnica de grupos nominales para identificar los factores que

desmotivan a las mujeres emprendedoras en España. El propósito de este estudio fue establecer políticas que ayuden a superar las barreras que impiden el éxito empresarial de las mujeres, de tal manera que solo se tenga en cuenta su capacidad para dirigir sus negocios. En este sentido, se buscó identificar los obstáculos que enfrentan las mujeres al momento de emprender y las medidas que se pueden implementar para fomentar la igualdad de género en el entorno empresarial.

En el año 2017, Briseño et al. llevaron a cabo un estudio multicaso en el norte de México con tres microempresarias con el fin de analizar los factores que influyen en el emprendimiento de mujeres en México. Para lograrlo, se estableció un perfil tanto de las empresarias como de sus negocios, así como los obstáculos que enfrentaban al momento de emprender y cómo esto impactaba en su actividad empresarial. El estudio tuvo un enfoque exploratorio y se utilizó la técnica de entrevista en profundidad para recopilar los datos necesarios. El objetivo de la investigación se centró en identificar las características y condiciones en las que las mujeres emprendedoras desarrollan sus negocios, así como los factores que limitan su crecimiento y el éxito de sus empresas.

Paredes et. al. (2019) llevaron a cabo una investigación documental a nivel nacional en México, con el objetivo de identificar los factores que impulsan el emprendimiento femenino en el país. Para ello, examinaron y analizaron 44 artículos científicos relacionados con el tema. El resultado principal mostró que las mujeres emprendedoras tienen habilidades y características que influyen en su éxito empresarial, como la experiencia laboral previa, el interés en las actividades empresariales y un menor miedo al fracaso. Además, se observó que la familia y los amigos son una fuente importante de financiamiento para las emprendedoras y que generalmente inician su negocio con el objetivo de cubrir diferentes necesidades socioeconómicas, como mejorar el ingreso familiar o elevar su nivel de vida. Estos hallazgos pueden ser útiles tanto a nivel teórico, como para diseñar políticas públicas que fomenten y apoyen el emprendimiento femenino en México.

Durante el año 2019, Paz y Espinoza realizaron una investigación que tenía como objetivo identificar los factores más relevantes que influyen en la creación y sostenibilidad de empresas lideradas por mujeres en México. Para lograrlo, se definió un perfil de la mujer emprendedora y se examinaron las condiciones iniciales en las que se integran al entorno empresarial. La investigación se basó en una metodología descriptiva que se apoyó en fuentes documentales y estadísticas, como el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) y el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES).

En el año 2020, Ruiz y Peña llevaron a cabo un estudio con el objetivo de analizar las características y motivaciones de las mujeres empresarias de la comunidad de Villavicencio, Colombia. La investigación se basó en un enfoque mixto que combinó una parte cuantitativa para identificar 16 unidades empresariales en la región y una parte cualitativa para explorar las motivaciones de las mujeres en profundidad, mediante entrevistas semiestructuradas. Los resultados del estudio permitieron obtener una comprensión más completa de los factores que motivan a las mujeres a emprender en el contexto local, incluyendo sus características personales y las condiciones del entorno empresarial en el que se desenvuelven. De esta manera, se contribuyó a la generación de conocimiento sobre el emprendimiento femenino en la región y se sentaron las bases para el diseño de políticas y estrategias más efectivas para fomentar y apoyar la actividad empresarial de las mujeres.

Durante el año 2021, Martín Gutiérrez y su equipo llevaron a cabo un estudio documental utilizando la herramienta cualitativa "teoría fundamentada" con el objetivo de descubrir conceptos y proposiciones a partir de los datos obtenidos de los informes del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) España del período 2017-2020. El estudio se centró en tres objetivos principales: en primer lugar, identificar los factores determinantes del emprendimiento femenino en España; en segundo lugar, visibilizar la influencia de estos factores en el emprendimiento femenino a través del análisis de los informes más recientes del GEM; y, finalmente, realizar una prospectiva de futuro del emprendimiento femenino en

España. Este estudio contribuyó a proporcionar una visión más completa del emprendimiento femenino en España y permitirá a los investigadores, empresarios y formuladores de políticas desarrollar estrategias y políticas más efectivas para apoyar el crecimiento y desarrollo de las empresas lideradas por mujeres en el futuro.

En 2021, Querejazu llevó a cabo un estudio sobre emprendimiento femenino en Bolivia, pero decidió abordar el tema desde una perspectiva psicosocial, que se centra en la autoconfianza como un motor para el comportamiento emprendedor femenino. Esta perspectiva va más allá de la simple oportunidad o necesidad y se centra en la psicología de las mujeres emprendedoras. Al igual que en otras investigaciones mencionadas anteriormente, Querejazu optó por un enfoque cualitativo en su diseño de investigación. La autora busca entender cómo la autoconfianza de las mujeres influye en su capacidad para emprender y cómo se relaciona con otros factores como la cultura y la educación. Además, su objetivo fue proporcionar información y recomendaciones para fomentar y apoyar el emprendimiento femenino en Bolivia.

En el año 2022, Aranibar y su equipo llevaron a cabo un estudio en Perú que se enfocó en comprender los factores que influyen en la actividad empresarial de las mujeres en el tiempo. Para ello, la investigación utilizó fuentes tanto primarias como secundarias, tanto a nivel nacional como internacional, con el fin de determinar el perfil de la mujer emprendedora, sus motivaciones y los factores que facilitan o limitan su emprendimiento. El enfoque del estudio incluyó aspectos cuantitativos y cualitativos para proporcionar una comprensión más profunda y completa del tema. Se espera que los resultados de este estudio sean útiles para fomentar el desarrollo y la sostenibilidad de las empresas lideradas por mujeres en Perú y en otros lugares.

En el año 2022, Castillo et. al. llevaron a cabo una investigación para explorar las motivaciones detrás del emprendimiento femenino en Latinoamérica, con un enfoque particular en México. El estudio se centró en el análisis de las

condiciones socioeconómicas de las mujeres, incluyendo temas como la violencia de género, la discriminación, el desempleo y la brecha salarial. También se exploraron las diversas formas de liderazgo y gestión adoptadas por las mujeres empresarias, así como sus habilidades y cualidades distintivas. Para sustentar la investigación, se utilizaron datos estadísticos obtenidos de informes de la CEPAL, el GEM, Statista y el INEGI, así como artículos científicos relevantes. Con este estudio, se busca proporcionar una comprensión más profunda de los desafíos y oportunidades que enfrentan las mujeres emprendedoras en Latinoamérica, con el objetivo final de fomentar y apoyar el desarrollo del emprendimiento femenino en la región.

En busca de comprender la desigualdad de género en el emprendimiento en Perú, Natividad Carmen Orihuela-Ríos realizó una investigación que se enfocó en analizar el emprendimiento femenino en el país. La autora buscó identificar las características, motivos de éxito, limitaciones, implicaciones y consecuencias que las mujeres enfrentan al emprender. La metodología utilizada fue cualitativa, utilizando un paradigma interpretativo; para la recolección de datos se recurrió a entrevistas semiestructuradas y guías de entrevista con mujeres emprendedoras. Para ser incluidas en el estudio, las participantes debían cumplir tres criterios: ser mujeres, haber emprendido un negocio en los últimos cinco años y que el emprendimiento esté ubicado en Villa El Salvador, específicamente en la zona industrial del sur de Lima. La información recolectada se dividió en cinco subcategorías y se codificó cada indicador, utilizando el software Atlas.ti 8 para triangular la información obtenida. El estudio buscó profundizar en la experiencia del emprendimiento femenino en un contexto específico, permitiendo una comprensión más detallada de las barreras y oportunidades que enfrentan las mujeres al emprender.

En todas las investigaciones mencionadas, se observa la utilización predominante de un enfoque cualitativo, a veces complementado con un enfoque cuantitativo. Esta elección de enfoque se basa en la necesidad de profundizar en el tema, tanto a nivel teórico, ya que se han identificado lagunas en la teoría existente, como en la necesidad de comprender el perfil de la mujer

empresarial y los factores que influyen en su experiencia, ya sean favorables o desfavorables.

Es importante destacar que el interés por explicar las particularidades del emprendimiento femenino es una corriente emergente en la investigación, motivada por la preocupación por la igualdad y la reducción de la brecha de género en el ámbito empresarial. La mayoría de los autores, en su rol de investigadores y generadores de conocimiento, buscan proporcionar bases e información que contribuyan a la creación de políticas públicas y programas de apoyo que mejoren las oportunidades de las mujeres en el entorno empresarial. El objetivo final es lograr la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el ámbito empresarial a través del tiempo.

El enfoque cualitativo en las investigaciones permite obtener una comprensión más profunda y detallada de las experiencias de las mujeres emprendedoras, sus desafíos y oportunidades. Esto incluye la identificación de barreras específicas que enfrentan las mujeres en el emprendimiento, así como los factores que pueden impulsar su éxito. Además, el enfoque cualitativo permite capturar la perspectiva y voz de las mujeres emprendedoras, lo que resulta en una comprensión más completa de su realidad y necesidades.

La generación de conocimiento en el campo del emprendimiento femenino no solo busca llenar las lagunas existentes en la teoría, sino también contribuir a la formulación de políticas públicas y programas de apoyo efectivos. Estos pueden incluir medidas como la creación de programas de capacitación específicos para mujeres emprendedoras, la implementación de políticas de igualdad de oportunidades en el acceso a financiamiento y recursos, y la promoción de redes y alianzas que fomenten el empoderamiento y el desarrollo de habilidades empresariales en las mujeres.

Capítulo 5. Resultados de la investigación

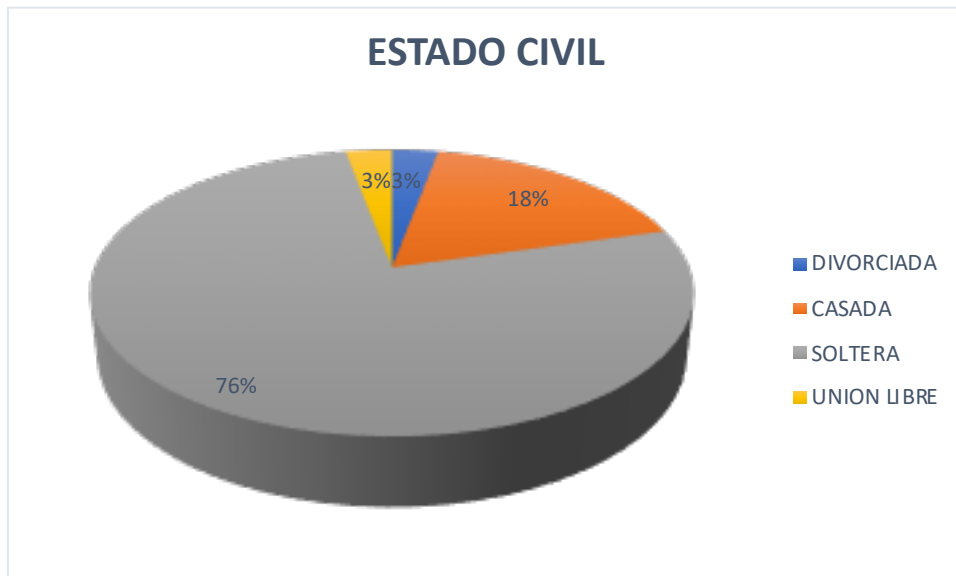
Esta investigación se centró en comprender las motivaciones que impulsan a las mujeres universitarias del estado de Hidalgo a emprender, así como en identificar los desafíos y oportunidades que enfrentan en el camino hacia la materialización de sus proyectos empresariales, sea cualquiera en tipo de estos. Para ello, se llevó a cabo un estudio que incluyó la recopilación de datos, mayoritariamente cualitativos a través de entrevistas personales y análisis documental.

Los resultados obtenidos ofrecen buscan ofrecer una visión más detallada y holística de las motivaciones, aspiraciones y experiencias de las mujeres universitarias emprendedoras en el estado de Hidalgo, así como de los factores que influyen en su proceso de emprendimiento. Estos hallazgos no solo pretenden contribuir al cuerpo de conocimiento existente sobre el emprendimiento femenino, sino que también pueden proporcionar directrices valiosas para el diseño de políticas públicas, programas de apoyo y acciones estratégicas destinadas a fomentar un entorno propicio para el desarrollo y crecimiento de las mujeres emprendedoras en la región.

5.1 Perfil de las mujeres emprendedoras

El rango de edad de las 34 entrevistadas va de los 19 años a los 38, sin embargo la mayoría se encuentra en la segunda mitad de sus 20; en su mayoría las entrevistadas son solteras, una cuarta parte de las mujeres del estudio son casadas, mientras que las mujeres divorciadas o en unión libre conforman el 6%, tal como se puede observar en el figura 1.

Figura 1. Estado civil de las encuestadas

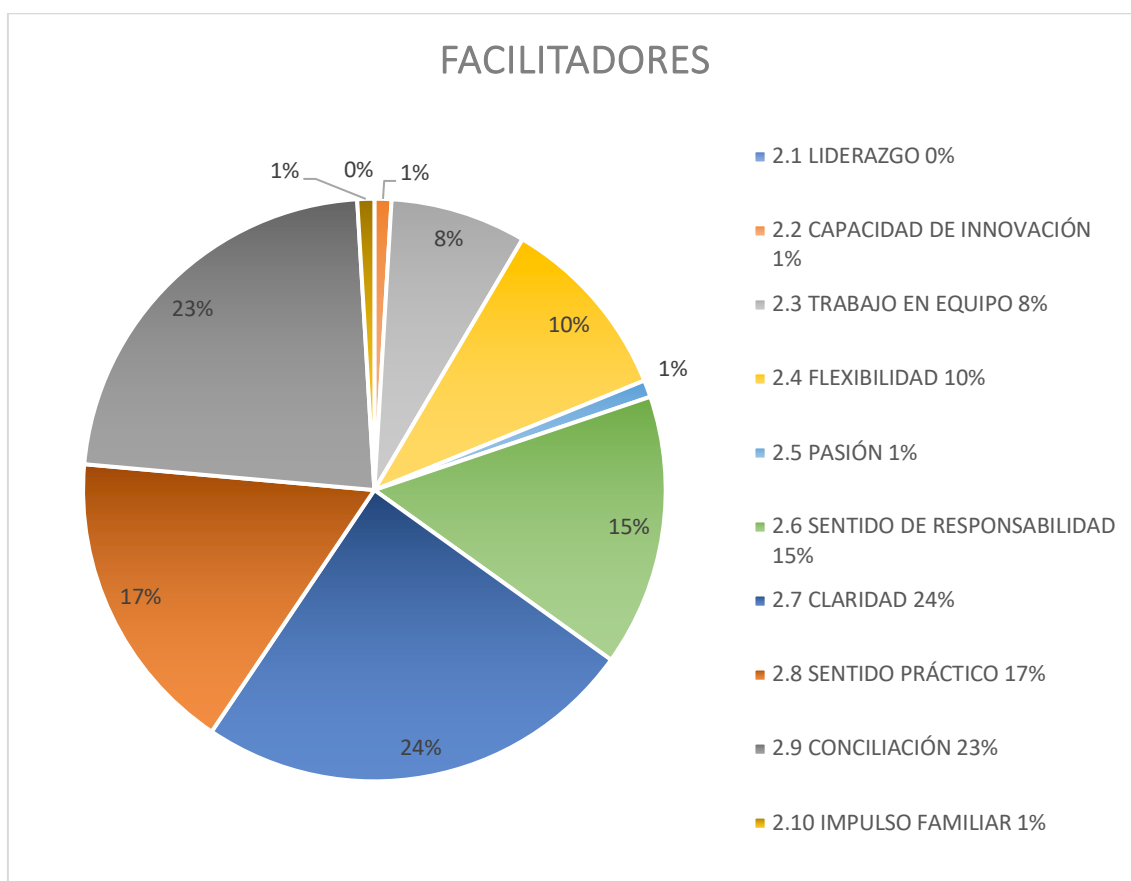


Fuente: Elaboración propia

5.2 Motivadores

Al analizar los datos obtenidos de las entrevistadas, se observa que el factor que más influye en su motivación para crear o dirigir una empresa es la consolidación de su autoestima, lo que implica aspectos relacionados con el desarrollo personal y profesional, la satisfacción y la realización personal. En segundo lugar, se encuentra el deseo de tener control sobre su futuro, como asegurar una fuente de ingresos, estabilidad financiera, construir un patrimonio y ser su propia jefa. En tercer lugar, se encuentra la familia, ya sea porque provienen de un ambiente emprendedor, porque un miembro de la familia las motiva o porque sienten que su familia necesita su apoyo. El figura 2 refuerza los resultados, señalando las palabras con un mayor número de menciones y que van en concordancia con los resultados mencionados.

Figura 3. Factores facilitadores



Fuente: Elaboración propia

Gracias a la herramienta de nubes de palabras es posible identificar que estos facilitadores individuales se centran en la capacidad de las entrevistadas para identificar las acciones que deben adoptar para mitigar las complicaciones que se les presentan, resaltan la necesidad de priorizar, delegar, la perseverancia, el organización, paciencia y planificación, por nombrar las más relevantes.

5.3.1 Liderazgo

Pese a ser mencionado como uno de los facilitadores individuales por experiencia, durante las entrevistas realizadas, ninguna de las entrevistadas hizo mención del tema.

5.3.2 Capacidad de Innovación

La capacidad para buscar nuevas maneras de hacer las cosas es inherente a la mujer, como se mencionó en las entrevistas, la innovación es cuestión de tiempo, pero será algo que irremediamente, habrá de suceder.

5.3.3 Trabajo en equipo

El trabajo en equipo es un factor importante dentro del desarrollo del emprendimiento femenino, este trabajo se puede observar en la familia, que facilita el proceso emprendedor de las mujeres involucradas, tal como lo muestra la nube de palabras (ver figura 4), para las emprendedoras, el trabajo en equipo implica responsabilidad, apoyo, confianza y control, por mencionar algunos elementos; como lo menciona la literatura, la mujer involucra factores sentimentales en los procesos administrativos.

Figura 4. Trabajo en equipo

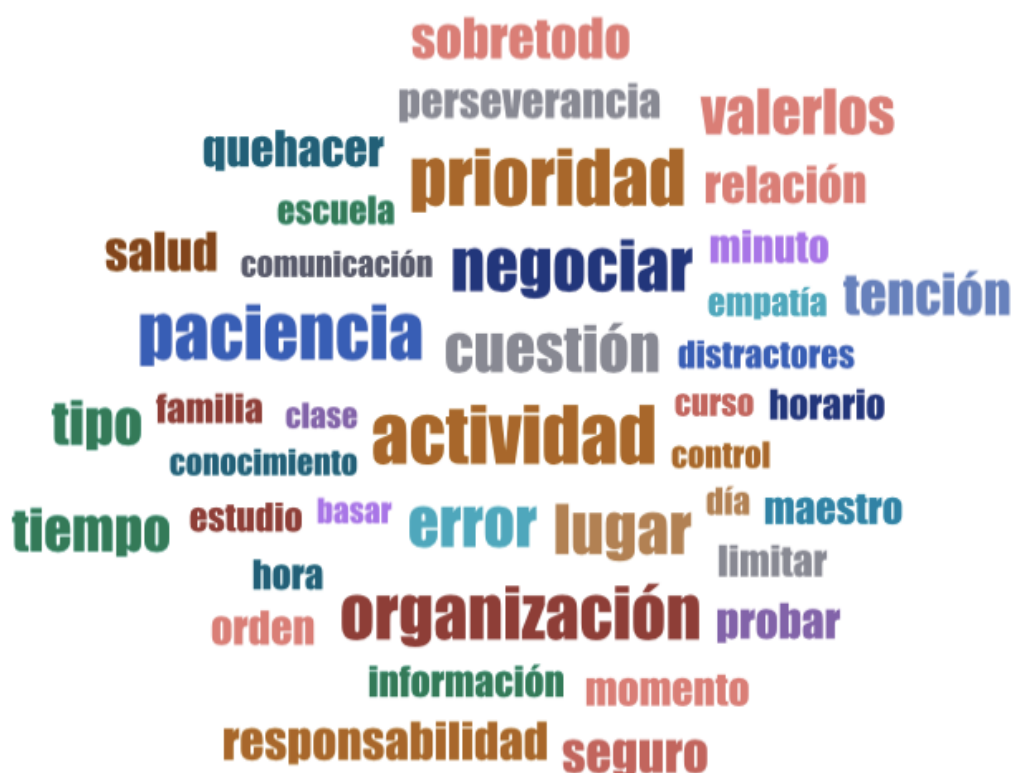


Fuente: Elaboración propia

5.3.4 Flexibilidad

Los resultados demuestran que la flexibilidad es importante para poder emprender y abarca muchos aspectos de la vida de las emprendedoras entrevistadas, aprender de los errores, paciencia, organización, conocimiento, procesos de prueba y error; así como la tarea de compaginar sus diversos roles, como la familia, escuela o trabajos adicionales (ver figura 5).

Figura 5. Flexibilidad



Fuente: Elaboración propia

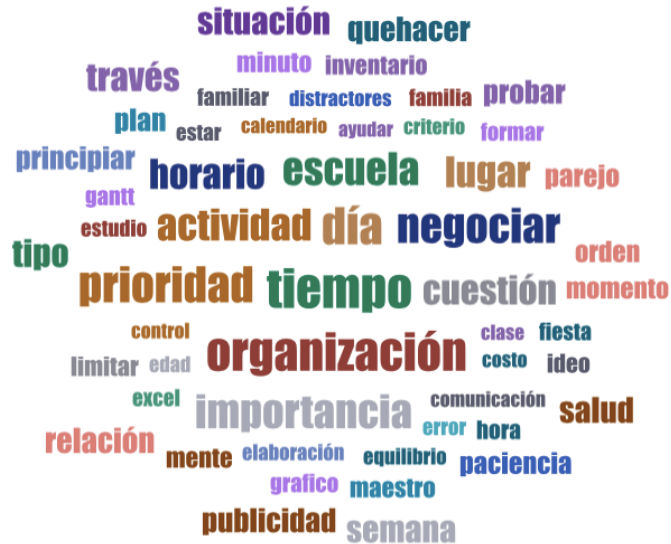
5.3.5 Pasión

La pasión por emprender, en el caso de las emprendedoras que fueron entrevistadas para el presente estudio, ha implicado sacrificar otros aspectos de su vida, tal como lo ejemplifica el siguiente testimonio:

“... a veces sí tienes que sacrificar un poco más las cosas, los chicos de mi edad salen más a fiestas o así, y yo no...tienes que sacrificar algo”.

emprendimiento, señalaron que han tenido que priorizar, delegar y organizarse para poder salir adelante en sus negocios (ver figura 9).

Figura 9. Conciliación



Fuente: Elaboración propia

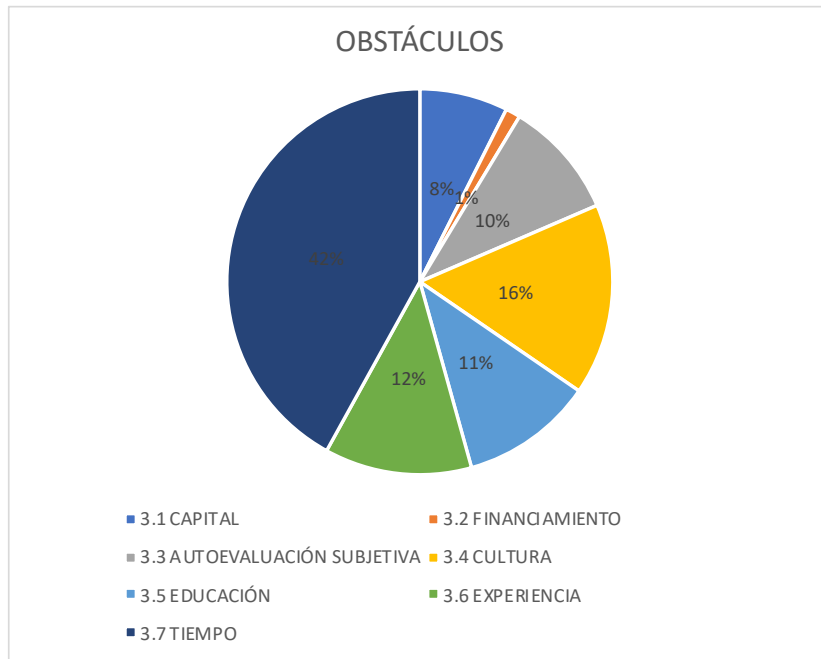
5.3.10 Impulso familiar

Entre las mujeres entrevistadas el impulso familiar no resulta un factor preponderantemente facilitador, en los escasos casos donde resulta lo contrario, es la madre la que juega ese papel.

5.3 Obstáculos

Derivado de este estudio es posible observar que el principal obstáculo para una mujer que decide emprender es el tiempo, este hecho está ligado con la cultura en la que se desarrollan las entrevistadas, pues sus distintos roles impiden que se dedique de lleno a la actividad empresarial, a menudo tienen que combinarlo con otros roles desempeñados, como el de madre, hija, esposa o estudiante.

Figura 10. Obstáculos de las emprendedoras



Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, la autoevaluación subjetiva también juega un papel preponderante en el camino del emprendimiento femenino, en el transcurso de la entrevista las mujeres develaron inseguridades en su mismas y su capacidad, lo que las frena al momento de dirigir sus empresas, truncando sus posibilidades de éxito.

Por último, la experiencia resulta, de igual forma, un obstáculo a considerar, pues la mayoría carece de la misma, a pesar de que en muchos casos cuentan con una formación afín, desconocen cómo llevar avante una empresa, recurriendo a métodos empíricos de prueba y error que dificultan sus posibilidades de crecimiento.

Figura 11. Tiempo



Fuente: Elaboración propia

5.4 Co-ocurrencias

Derivado del análisis de la información fue posible detectar que los diferentes factores tienen relación entre ellos, es decir que la presencia o mención de uno no solo no excluye al resto, sino que a menudo suelen explicarse entre sí mismos.

5.4.1 Motivadores

En el caso específico de los factores que llevan a las mujeres entrevistadas a iniciar una empresa, es posible observar una correlación entre los mismos, la relación más fuerte se identifica entre el control del futuro y el afianzamiento de la autoestima (ver figura 12)

Figura 12. Co-ocurrencias de motivadores

Tabla de co-ocurrencias de motivadores							
	1.1 INSATISFACCIÓN LABORAL	1.2 FAMILIA	1.3 CONTRIBUCIÓN A LA COMUNIDAD	1.4 EQUILIBRIO ENTRE VIDA LABORAL Y PERSONAL	1.5 CONTROL DEL FUTURO	1.6 AFIANZAMIENTO DE LA AUTOESTIMA	1.7 NECESIDAD
1.1 INSATISFACCIÓN LABORAL	0	0	0	0	0	0	0
1.2 FAMILIA	0	0	1	0	3	4	4
1.3 CONTRIBUCIÓN A LA COMUNIDAD	0	1	0	0	2	0	1
1.4 EQUILIBRIO ENTRE VIDA LABORAL Y PERSONAL	0	0	0	0	1	0	0
1.5 CONTROL DEL FUTURO	0	3	2	1	0	10	2
1.6 AFIANZAMIENTO DE LA AUTOESTIMA	0	4	0	0	10	0	0
1.7 NECESIDAD	0	4	1	0	2	0	0

Fuente: Elaboración propia a través de Atlas.ti

5.4.2 Factores facilitadores

Figura 13. Co-ocurrencias de facilitadores

Tabla de co-ocurrencias de facilitadores										
	2.1 LIDERAZGO	2.2 CAPACIDAD DE INNOVACIÓN	2.3 TRABAJO EN EQUIPO	2.4 FLEXIBILIDAD	2.5 PASIÓN	2.6 SENTIDO DE RESPONSABILIDAD	2.7 CLARIDAD	2.8 SENTIDO PRÁCTICO	2.9 CONCILIACIÓN	2.10 IMPULSO FAMILIAR
2.1 LIDERAZGO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.2 CAPACIDAD DE INNOVACIÓN	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0
2.3 TRABAJO EN EQUIPO	0	0	0	2	0	2	5	3	2	1
2.4 FLEXIBILIDAD	0	1	2	0	0	6	9	5	7	0
2.5 PASIÓN	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0
2.6 SENTIDO DE RESPONSABILIDAD	0	1	2	6	1	0	11	7	10	0
2.7 CLARIDAD	0	1	5	9	1	11	0	17	21	1
2.8 SENTIDO PRÁCTICO	0	1	3	5	0	7	17	0	16	0
2.9 CONCILIACIÓN	0	1	2	7	1	10	21	16	0	0
2.10 IMPULSO FAMILIAR	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a través de Atlas.ti

5.4.3 Obstáculos

Figura 14. Co-ocurrencias de obstáculos

Tabla de co-ocurrencias de obstáculos							
	3.1 CAPITAL	3.2 FINANCIAMIENTO	3.3 AUTOEVALUACIÓN SUBJETIVA	3.4 CULTURA	3.5 EDUCACIÓN	3.6 EXPERIENCIA	3.7 TIEMPO
3.1 CAPITAL	0	0	0	0	0	0	1
3.2 FINANCIAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0
3.3 AUTOEVALUACIÓN SUBJETIVA	0	0	0	1	0	1	0
3.4 CULTURA	0	0	1	0	0	2	0
3.5 EDUCACIÓN	0	0	0	0	0	4	0
3.6 EXPERIENCIA	0	0	1	2	4	0	0
3.7 TIEMPO	1	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a través de Atlas.ti

Capítulo 6. Discusión y conclusiones

Tal como lo indica la literatura al respecto, el emprendimiento femenino implica diferencias notables respecto al emprendimiento llevado a cabo por hombres; estas diferencias comienzan desde los factores que motivan a la persona a ponerse al frente de una empresa, en el caso de los hombres, la motivación se divide entre la necesidad y la oportunidad; sin embargo, en el caso de la mujer, los autores señalan que suelen iniciar en algún negocio o empresa por necesidad (Castillo García et. al., 2022). Entre las mujeres entrevistadas fue posible detectar que, a pesar de que la necesidad sí resulta una motivación importante, lo que las ha llevado a la vida empresarial se relaciona más con motivaciones propias, por afianzar su autoestima y cómo se presentan ante el mundo, además de la preocupación por tomar el control de su futuro, no depender de nadie más, ni familia ni empleadores, para lograr su estabilidad y la de su familia (Olaz y Ortiz, 2017).

6.1 Discusión

Considerando la pregunta de investigación y los datos proporcionados, es evidente que el perfil demográfico de las entrevistadas desempeña un papel importante en el análisis de los resultados obtenidos. Con un rango de edad que abarca desde los 19 hasta los 38 años, es notable que la mayoría se encuentre en la segunda mitad de sus 20 años. Este hallazgo sugiere que el grupo de mujeres entrevistadas está compuesto principalmente por mujeres jóvenes y en una etapa temprana de sus carreras profesionales o emprendedoras.

Además, es relevante observar que la mayoría de las entrevistadas son solteras, seguidas por un porcentaje significativo de mujeres casadas y una minoría que se encuentra divorciada o en unión libre. Esta distribución demográfica puede influir en la forma en que las participantes perciben y abordan el emprendimiento, así como en las responsabilidades y compromisos que enfrentan en su vida personal y profesional.

En términos de educación, es significativo destacar que la gran mayoría de las entrevistadas tienen formación en administración, lo que sugiere un alto nivel de capacitación y conocimientos en el área empresarial. Este aspecto puede tener implicaciones importantes en la toma de decisiones y en las estrategias adoptadas por las mujeres emprendedoras en el contexto del estudio.

Adicionalmente, la presencia de entrevistadas con hijos es un factor relevante para considerar, lo que puede añadir una capa adicional de responsabilidades y desafíos en la gestión del tiempo y recursos para emprender. Esto podría influir en las estrategias de conciliación trabajo-familia adoptadas por estas mujeres y en la manera en que perciben y enfrentan los obstáculos y facilitadores del emprendimiento.

En resumen, el perfil demográfico de las entrevistadas proporciona información valiosa que enriquece nuestra comprensión de cómo diversos factores, como la edad, el estado civil, la formación educativa y la maternidad, pueden influir en las experiencias y perspectivas de las mujeres emprendedoras en el contexto del estudio.

En respuesta a la pregunta de investigación número dos, cuyo objetivo era identificar los factores internos y externos que influyen en la decisión de emprendimiento, es destacable que, según lo observado entre las entrevistadas, los principales facilitadores parecen surgir de su propia disposición y características personales, en contraposición a factores externos como la influencia familiar, tal como lo señala Aranibar et al. en un estudio del 2021. Aunque es cierto que no todos los facilitadores individuales resultan determinantes o significativos, es notable la ausencia de variables como el liderazgo y la pasión en las respuestas de las participantes. En contraste, emergen elementos como la claridad, el sentido de responsabilidad y la capacidad de conciliación, evidenciando así la capacidad de las entrevistadas para superar los obstáculos que se presentan en la gestión de sus empresas

mediante su capacidad de adaptación, búsqueda de alternativas y un alto grado de compromiso, e incluso sacrificio.

En este sentido, los resultados de la investigación subrayan que el principal obstáculo para las mujeres emprendedoras es la escasez de tiempo, dado que suelen estar inmersas en múltiples roles en la sociedad, desempeñándose como madres, esposas, hijas, estudiantes o incluso trabajadoras. Esta situación les dificulta dedicar el tiempo necesario a sus empresas, lo cual podría comprometer su crecimiento y supervivencia en el mercado. Este hallazgo encuentra respaldo en estudios previos que sugieren que las empresas lideradas por mujeres tienden a ser más pequeñas y a crecer a un ritmo más lento que aquellas dirigidas por hombres. Además, el tiempo ejerce una influencia significativa en la elección del sector de servicios y comercio como el área principal de emprendimiento femenino, ya que otros sectores demandan más tiempo y recursos para su desarrollo adecuado.

Para superar este obstáculo, las mujeres emprendedoras pueden buscar apoyo de familiares y amigos, externalizar algunas tareas o delegar responsabilidades a empleados o colaboradores. También pueden utilizar herramientas digitales para optimizar el tiempo y mejorar la eficiencia en la gestión de su empresa. Es importante que la sociedad y las instituciones también apoyen a las mujeres emprendedoras para que puedan equilibrar sus múltiples roles y responsabilidades con su carrera empresarial, fomentando así la igualdad de oportunidades en el mercado.

Respecto a la tercera pregunta de investigación, las estudiantes universitarias en el estado de Hidalgo enfrentan diversos obstáculos durante el proceso de emprendimiento femenino en la región. Uno de los desafíos más significativos es la gestión del tiempo, dada la multiplicidad de roles y responsabilidades que suelen desempeñar en la sociedad. Para superar este obstáculo, estas mujeres emprendedoras pueden recurrir a una serie de herramientas y recursos disponibles.

En primer lugar, buscar apoyo de familiares y amigos puede ser una estrategia efectiva. La colaboración y el respaldo emocional de seres queridos pueden brindar un alivio significativo en la carga de trabajo y ayudar a estas estudiantes a enfrentar los desafíos con mayor confianza y determinación.

Asimismo, externalizar algunas tareas o delegar responsabilidades a empleados o colaboradores puede ser una opción viable. Al confiar en otros para llevar a cabo ciertas actividades, estas mujeres pueden liberar tiempo y energía para centrarse en aspectos clave de su negocio y maximizar su productividad.

Además, el uso de herramientas digitales puede ser fundamental para optimizar el tiempo y mejorar la eficiencia en la gestión de la empresa. Aplicaciones y plataformas tecnológicas pueden facilitar la organización de tareas, la comunicación con clientes y proveedores, así como el seguimiento de procesos y resultados.

Es crucial destacar que tanto la sociedad como las instituciones tienen un papel importante en apoyar a las mujeres emprendedoras en su búsqueda de equilibrar sus múltiples roles y responsabilidades con su carrera empresarial. Promover políticas y programas que fomenten la igualdad de oportunidades en el mercado y que brinden acceso a recursos y redes de apoyo puede contribuir significativamente a superar los obstáculos que enfrentan estas estudiantes universitarias en el estado de Hidalgo durante su proceso de emprendimiento femenino.

6.2 Conclusiones

El presente estudio demuestra que las mujeres están ganando terreno en el mundo empresarial, a pesar de la brecha de género existente en el ámbito económico. A pesar de que el entorno no es totalmente favorable, como en el caso del estado de Hidalgo, las mujeres entrevistadas demuestran que están

cambiando de un enfoque de emprendimiento por necesidad a uno de emprendimiento por oportunidad.

Las entrevistadas decidieron emprender por motivos personales, lo que sugiere que los factores internos son los principales facilitadores del emprendimiento femenino, mientras que el ambiente externo sigue siendo un obstáculo importante. Una posible línea de investigación futura podría ser un estudio longitudinal de empresas dirigidas por mujeres, con el fin de determinar sus posibilidades de éxito y crecimiento. Además, sería interesante investigar los facilitadores internos que presentan las emprendedoras, profundizando en su origen y en cómo afectan a la mentalidad emprendedora. De igual forma, se considera prudente ampliar la investigación a diferentes áreas formativas para comprobar si los resultados son similares o se presentan otras realidades basadas en el campo de estudio de las mujeres emprendedoras.

Para fomentar el emprendimiento femenino en el estado de Hidalgo, es crucial implementar estrategias y políticas que aborden los desafíos identificados y aprovechen las fortalezas del perfil demográfico de las mujeres entrevistadas.

En primer lugar, es necesario desarrollar programas de capacitación y mentoría específicamente diseñados para mujeres jóvenes y en una etapa temprana de sus carreras profesionales o emprendedoras. Estos programas podrían ofrecer orientación sobre cómo iniciar y administrar un negocio, así como consejos prácticos sobre la gestión del tiempo y la conciliación trabajo-familia; esta orientación puede formar parte de la currícula educativa o bien, como parte de un programa del Estado o de la iniciativa privada.

Además, es fundamental promover la participación de las mujeres en redes de apoyo empresarial, donde puedan compartir experiencias, recibir asesoramiento y establecer colaboraciones estratégicas. Estas redes pueden facilitar el acceso a recursos financieros, oportunidades de capacitación y contactos profesionales

que impulsen el crecimiento y la sostenibilidad de los negocios liderados por mujeres, esta estrategia puede realizarse desde las instituciones educativas, con exalumnas y alumnas a fin de ir robusteciendo estas redes.

En cuanto a la formación educativa en administración, es importante fortalecer los programas académicos para asegurar que las mujeres emprendedoras cuenten con las habilidades y conocimientos necesarios para tener éxito en el mundo empresarial. Esto podría incluir la incorporación de cursos y talleres especializados en emprendimiento y liderazgo femenino, así como la creación de oportunidades de prácticas en empresas lideradas por mujeres; no se puede dejar de lado el fortalecimiento de las habilidades blandas de las alumnas, ya que, tal como lo arrojaron los resultados, resultan determinantes en el éxito de las emprendedoras.

Para abordar el obstáculo del tiempo, es fundamental implementar políticas laborales y sociales que promuevan la flexibilidad y el equilibrio entre el trabajo y la vida personal. Esto podría incluir la promoción del teletrabajo, la ampliación de los servicios de cuidado infantil y el establecimiento de licencias parentales tanto en el aspecto laboral como académico.

Por último, es esencial sensibilizar a la sociedad sobre la importancia del emprendimiento femenino y el valor económico y social que aporta. Esto podría lograrse a través de campañas de concientización y educación pública que destaquen los beneficios del empoderamiento económico de las mujeres y desafíen los estereotipos de género en el ámbito empresarial.

En resumen, mediante la implementación de estrategias y políticas centradas en el perfil demográfico y las necesidades identificadas de las mujeres emprendedoras en el estado de Hidalgo, podemos crear un entorno más favorable para el desarrollo y crecimiento del emprendimiento femenino,

promoviendo así la igualdad de oportunidades y el desarrollo económico sostenible en la región.

Otra propuesta de investigación es analizar el marco legal actual para conocer las condiciones en las que las mujeres inician una empresa y descubrir qué apoyos y estímulos están disponibles para ellas, así como las barreras que enfrentan dentro del sistema empresarial. El objetivo es ofrecer soluciones en pro de la equidad de género en el ámbito empresarial del estado y del país.

Las mujeres están abriéndose camino en el mundo empresarial, a pesar de los obstáculos y limitaciones existentes. Es importante seguir investigando para comprender mejor las necesidades y desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras y encontrar soluciones para fomentar la igualdad de oportunidades en el ámbito empresarial.

Referencias

- Astorga, P. S. (2019). Mujeres emprendedoras: abordaje desde la teoría de la identidad performativa. *Revista Estudios Feministas*, 27(3). <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2019v27n354270>
- Álvarez, M. J., Rebollo, A. y Rodríguez, R. (2013). Factores facilitadores y bloqueadores del emprendimiento femenino: orientar para el emprendimiento desde una perspectiva de género. AIDIPE Actas del XVI Congreso Nacional / II Internacional Modelos de Investigación Educativa, 427-435.
- Aranibar, E. R., Huachani, D. Y., y Zúñiga, M. Y. (2022). Emprendimiento Femenino en el Perú: Puntos Fuertes y Débiles para su Sostenibilidad en el Tiempo. *Fides et Ratio-Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 23(23), 199-224. <https://doi.org/10.55739/fer.v23i23.115>
- Ávila, E. (2021). LA EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO EMPRENDIMIENTO Y SU RELACIÓN CON LA INNOVACIÓN Y EL CONOCIMIENTO. *Investigación&Negocios*, 14(23), 32. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>
- Briseño, O., Briseño, A., y López, A. (2017). El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México. *Innovaciones de Negocios*, 13(25). <https://doi.org/10.29105/rinn13.25-2>
- Butler, J., & Lourties, M. (1998). Actos performativos y constitución del género: un ensayo sobre fenomenología y teoría feminista. *Debate feminista*, 18. <https://doi.org/10.22201/cieg.2594066xe.1998.18.526>
- Calderón, Y. P., y Espinosa, M. T. (2019). Emprendimiento femenino en México: factores relevantes para su creación y permanencia. *Tendencias*, 20(2), 116-137. <https://doi.org/10.22267/rtend.192002.117>
- Castillo García, L. Y. ., Salgado Barrizonte, Y. ., & Campos Sánchez, A. (2022). Emprendimiento femenino: ¿Necesidad u Oportunidad?. *Repositorio De La Red Internacional De Investigadores En Competitividad*, 15 (15).

Recuperado a partir de <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/2031>

- Duarte, T. & Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et technica*, 15(43), 326-331.
- Elam, A. B., Hughes, K. D., Guerrero, M., Hill, S., Nawangpalupi, C., & del Mar Fuentes, M. (2021). Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Women's Entrepreneurship 2020/21 Report: Thriving Through Crisis. *The Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, London*, <https://gemconsortium.org/report/gem-202021-womens-entrepreneurshipreport-thriving-through-crisis>, accessed, 19, 2021.
- Giménez, D. (2012). Factores del emprendimiento femenino: Una revisión bibliográfica. *Revista venezolana de estudios de la mujer*, 17(38), 127-142
- Guerrero, M., Urbano, D., Fayolle, A., Klofsten, M., y Mian, S. (2016). Entrepreneurial universities: emerging models in the new social and economic landscape. *Small Business Economics*, 47(3), 551-563. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9755-4>
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Cepal. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5818>
- INEGI (s. f.). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), población de 15 años y más de edad*. <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>
- Martín-Gutiérrez, A., Fernández-Salineró, M., C., & De La Riva-Picatoste, B. (2021). Factores determinantes del emprendimiento femenino en España: Identificación y análisis de una realidad . *Cuestiones Pedagógicas. Revista De Ciencias De La Educación*, 2(30), 57–76. <https://doi.org/10.12795/CP.2021.i30.v2.04>
- Minniti, M., & Arenius, P. (2003). Women in entrepreneurship. In *The entrepreneurial advantage of nations: First annual global entrepreneurship symposium* (Vol. 29). United Nations.
- Olaz Capitán, N. J. & Ortiz García, P. (2017). Aproximación a la caracterización del emprendimiento femenino: Una investigación cualitativa en clave

competencial. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 22, 51-66. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i22.335>

Orihuela-Ríos, N. C. (2022). Emprendimiento femenino: características, motivos de éxito, limitantes, involucrados y consecuencias. *INNOVA Research Journal*, 7(1), 109-122. <https://doi.org/10.33890/innova.v7.n1.2022.1946>

Paredes Hernández, S. P., Castillo Leal, M. & Saavedra García, M. L. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, 10(23), 158-167. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2019.v10.n23.a8>

Paz Calderón, Y. & Espinosa Espíndola, M. T. (2019). Emprendimiento femenino en México: factores relevantes para su creación y permanencia. *Tendencias*, 20(2), 116-137. <https://doi.org/10.22267/rtend.192002.117>

Querejazu, V. (2021). Emprendimiento femenino en Bolivia y autoconfianza. *Revista Latinoamericana de Desarrollo Económico*, 36, 43-78. <https://doi.org/10.35319/lajed.202136452>

Ruiz Sanchez, M. D. C., Peña Guerrero, J. V. & Prieto Cubillos, B. L. (2020). Caracterización y motivaciones para el emprendimiento femenino en MIPYMES de Villavicencio - Colombia. *Tendencias*, 21(2), 146-166. <https://doi.org/10.22267/rtend.202102.145>

Saavedra García, M. L. & Camarena Adame, M. E. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en américa latina. *Criterio Libre*, 13(22), 129-152. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2015v13n22.129>

Teran-Yepe, E., & Guerrero-Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(07).

Viadana, C. A., Zubeldía, M. L., Tomarelli, J. L., & Morales, O. R. (2016). Mujeres emprendedoras: una aproximación empírica. Recuperado de <http://rehip.unr.edu.ar/handle/2133/7685>

Yagual, R. C., & Pico, L. (2017). El emprendimiento por oportunidad versus el emprendimiento por necesidad en el Ecuador. *Revista Científica Ciencia y Tecnología*, 17(16).

