

El emprendimiento como estrategia de desarrollo de las mujeres de la región oriente del Estado de México: Caso Centro Universitario UAEM Texcoco

Entrepreneurship as a development strategy for women in the eastern region of Mexico State: A case study from Centro Universitario UAEM Texcoco.

María de los Ángeles Velázquez Martínez¹
Lucila Godínez Montoya²
Gregoria Rodríguez Muñoz³

Recibido: 27/03/2023
Revisado: 06/06/2023
Aceptado: 29/06/2023

REVISTA RELAYN, Micro y pequeña empresa en Latinoamérica

Disponible en: <https://iquatroeditores.org/revista/index.php/relayn/index>

<https://doi.org/10.46990/relayn.2023.7.4.1127>



Resumen

Los proyectos de negocios impulsados por mujeres han sido poco estudiados, y frente a la necesidad de disminuir las brechas de género el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo analizar los emprendimientos como estrategia de desarrollo de las estudiantes universitarias de la región oriente del Estado de México. La información se obtuvo mediante 30 entrevistas aplicadas en el Centro Universitario Texcoco de la UAEM, que se analizó con el software Atlas ti. Los resultados mostraron que el emprendimiento es una estrategia para generar recursos económicos de las estudiantes, los cuales les permiten hacer frente a sus necesidades y mejorar su calidad de vida.

Palabras clave

Emprendimiento, estudiantes universitarias, estrategia, Región Oriente del Estado de México

Abstract

Business projects impulsed by women have scarcely been studied and due to the need to diminish gaps on account of gender, the objective of this research was the analysis of entrepreneurship as a strategy for university students' development in the eastern area of Mexico State. Information was obtained through 30 interviews applied in the Centro Universitario Texcoco-UAEM, which, with the use of Atlas ti, was analyzed. Results showed that entrepreneurship is a strategy used to generate economic resources for students, which enables them to cover their needs and improve their living standards.

Keywords

Entrepreneurship, university students, strategy, eastern region of Mexico State

Introducción

El tema del emprendimiento no es nuevo; éste se ha presentado desde la antigüedad a partir del momento en que las personas comenzaron con el interés de desarrollar negocios y empresas; desde entonces éste ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, con el fin de “generar oportunidades para procurar el cambio social, el crecimiento económico y mejorar la calidad de vida”(Barros et al., 2022, p. 213), “el cual ha sido influenciado por aspectos sociales, políticos y económicos” hasta llegar a la actualidad en donde “el emprendimiento sigue siendo una opción atractiva para muchas personas que quieren tener control sobre su destino profesional y la libertad y la flexibilidad de trabajar por sí mismas” (Ramos et al., 2023, p. 204).

No obstante, de acuerdo con la literatura sobre el tema, las investigaciones que abordan el emprendimiento femenino universitario son recientes y escasas, y frente a la necesidad de disminuir las brechas de género tal y como se promulga en la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible en el objetivo 5 señala “Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas” (ONU Mujeres, 2023), se hace necesario incrementar las investigaciones que den cuenta de los obstáculos que enfrentan las mujeres estudiantes emprendedoras.

La presente investigación forma parte de un proyecto denominado Los obstáculos que enfrentan las estudiantes universitarias que dirigen una micro o pequeña empresa; debido a esto y con el fin de contribuir a ampliar la evidencia empírica sobre este tema, en el trabajo desarrollado se planteó como objetivo analizar los emprendimientos como estrategia de desarrollo de las mujeres universitarias de la región oriente del Estado de México, que se realizó en el Centro Universitario Texcoco de la Universidad Autónoma del Estado de México.

El trabajo de campo se llevó a cabo en 2022, la investigación es de corte cualitativo, en la que se entrevistó a 30 estudiantes de diferentes licenciaturas, con una edad promedio de entre 20 y 25 años, que recurren a la figura de una microempresa para la venta de diferentes artículos, como alimentos, vestido, calzado, papelería, entre otros, y solventar sus necesidades tanto personales como familiares, el análisis de la información se realizó con ayuda del software Atlas ti.

Revisión de la literatura

El contexto social del emprendimiento

En las últimas décadas, el tema del emprendimiento ha sido abordado desde el ámbito tanto académico como empresarial; este último enfocado hacia la obtención de ingresos económicos para cubrir necesidades de tipo personal, familiar y social. Al respecto, de acuerdo con la literatura, existen dos tipos de emprendimientos: por oportunidad y por necesidad; en el caso del emprendimiento por oportunidad, se realiza como una visión de negocio, mientras que el segundo tipo da solución a una crisis económica (Delgado et al., 2020).

Sin embargo, aunque el emprendimiento no es un tema nuevo, existen cuestionamientos sobre la existencia de diferencias de éste en función del género, ya que, por tradición, cultura, y a diferencia de los hombres, el papel de la mujer ha sido orientado a actividades relacionadas con la maternidad y el cuidado de la familia en general (Castiblanco, 2013, 58; Ortiz & Olaz, 2018). Estas diferencias de género se ven reflejadas en las motivaciones inherentes a los hombres y las mujeres para emprender, por lo que generalmente en América Latina, los hombres emprenden por “oportunidad” y las mujeres por “necesidad” (Lozano & Villanueva, 2021, 24; Ortiz & Olaz, 2018).

De acuerdo con Delgado et al. (2020), “en lo relacionado con el emprendimiento femenino, éste ha estado signado, a través de los años, en todos los países de la región, por los roles de género que han asumido las mujeres en relación con los hombres” (p. 1227).

Por ello, Olaz y Ortiz (2017) señalan que “a pesar de las iniciativas institucionales orientadas a la puesta en marcha de la actividad emprendedora femenina, ésta se mantiene en unas tasas de participación inferiores a las de los hombres” (p. 53).

Como resultado el estudio del emprendimiento femenino queda invisibilizado, ya que como lo menciona Forero (2019), las investigaciones se centran en valores que resaltan cualidades marcadas como masculinas; entre ellas, dominancia, fuerza física, arrogancia, rigidez y competitividad, en contraposición con los femeninos, como originalidad, espíritu libre, empatía, intuición y trabajo en equipo, por lo que se hace necesario, como lo refiere Sánchez (2013):

Es imprescindible analizar de forma particularizada la situación del autoempleo y la actitud emprendedora desde el punto de vista del género. La mujer constituye hoy día un grupo social de referencia obligada si se tiene en cuenta el crecimiento sostenido que ha experimentado el porcentaje de empresarias en la gran mayoría de los países desarrollados (p. 141).

En este contexto, la carga de trabajo, así como la situación social y económica en la que se encuentran las mujeres obstaculizan su desarrollo, por lo que se ha hecho necesario trabajar para disminuir la brecha de desigualdad entre géneros.

La apreciación extrínseca que se tiene sobre el desarrollo de la mujer ha evolucionado con el paso del tiempo, la Organización de las Naciones Unidas Mujeres (ONU Mujeres, 2023) puntualiza que:

La igualdad de género no solamente es un derecho humano básico, sino que su logro tiene muchísimas consecuencias socioeconómicas. El empoderamiento de las mujeres impulsa economías prósperas y estimula la productividad y el crecimiento. Aun así, las desigualdades de género siguen estando fuertemente arraigadas en la sociedad. Las mujeres encuentran

obstáculos para conseguir trabajos dignos y enfrentan discriminación laboral y brechas salariales de género (párr. 4).

Lozano y Villanueva (2021) refieren que con el paso del tiempo el emprendimiento femenino se ha visto incrementado, contribuyendo con ello a la disminución de la brecha de género. Entre los principales factores que inciden en el emprendimiento femenino, de acuerdo con Dussán, Mosquera y Quintero (2019), están los siguientes: “la motivación individual, la estructura familiar, la educación, la demografía, el desempleo y los entornos sociales y económicos” (p. 57). De esta manera, Contreras et al. (2020, citados en Barros et al., 2022, 213), indican que actualmente las mujeres consideran al emprendimiento como una opción para mejorar su situación económica

Emprendimiento y género

Tomando en cuenta los factores que inciden en el emprendimiento que señalan Dussán et al. (2019), se puede sugerir que éste se convierte en una estrategia para disminuir los efectos de la pobreza en la que viven las mujeres; aun incrementando sus horas de trabajo y contraponiendo los roles de género, por ejemplo, Sabater (2018,) señala que:

La incorporación femenina al emprendimiento se ha realizado más por obtener una calidad de vida y por la necesidad de llevar dos salarios al hogar. La mujer emprendedora no es tan valorada porque, por las horas de dedicación, debe abandonar una parte de su rol reproductivo que, culturalmente, está muy asentado en nuestras sociedades. No se acepta la alta dedicación del emprendimiento en la misma medida que a los hombres ya que se ve más asociada al abandono –al menos, parcial– de las actividades domésticas (p. 69).

En Argentina, Silva y Rompató (2020) encontraron que:

Las mujeres emprendedoras marplatenses desarrollan un emprendimiento con una marcada implicación personal y ante situaciones de criticidad personal o laboral. De esta manera emprenden tanto por necesidad como por oportunidad e incorporan así una mirada social de especial atención a otro. También desarrollan una marcada necesidad de logro asociada a la superación de obstáculos y el alcance de metas propuestas (p. 148).

En este contexto, instituciones como la ONU buscan y promueven la igualdad de género, particularmente en el objetivo 5: “Lograr igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas” (ONU Mujeres, 2023), señalado en la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, donde se considera que la igualdad de género no sólo es un derecho humano fundamental, sino que es uno de los fundamentos esenciales para construir un mundo pacífico, próspero y sostenible.

Mujer universitaria emprendedora

Algunos estudios se han centrado en identificar la influencia de los aspectos institucionales del emprendimiento de la mujer. El acceso a la financiación, la formación o la existencia o no de redes sociales de colaboración son elementos susceptibles de incidir en el emprendimiento, generando diferencias en función del sexo del emprendedor (Ortiz, 2017). El emprendimiento por tanto es el único puente posible para autogestionar el paso desde la casa y el mundo privado hacia el mundo público, que permite generar recursos económicos propios y para la familia. El emprendimiento no es expresado como un objetivo ni una meta de desarrollo profesional, sino que está ligado a la adversidad, donde las mujeres se ven empujadas a emprender (Santander et al., 2016).

De acuerdo con Barros et al. (2022), al igual que el emprendimiento femenino:

El juvenil femenino también mantiene un bajo nivel de crecimiento, a pesar de que los jóvenes constituyen uno de los segmentos con mayor participación en emprendimientos, es así como en el caso de los jóvenes universitarios los autores Huertas et al. (2016) y Torres Dávila et al. (2021) señalan que tanto la familia como la universidad ayudan a promover la cultura emprendedora en ellos, pues poseen conocimientos y destrezas, adquiridos a lo largo de los diferentes niveles educativos que les permite tener una visión amplia sobre el emprendimiento. Asimismo, Machaca et al. (2021), al referirse al emprendimiento universitario, de manera clara concluyen que la motivación tiene una incidencia directa en el emprendimiento empresarial de estudiantes universitarios, ya que la mayoría de ellos poseen un alto interés en emprender, y el éxito de esto depende del trabajo realizado en las universidades, así como el acceso a cursos con temáticas de emprendimientos que motiven la creación de empresas durante la formación académica (p. 214).

Metodología

El Centro Universitario UAEM Texcoco se localiza en la región oriente del Estado de México y nace como tal en 2006. De acuerdo con la agenda estadística UAEM 2021, la matrícula con la que cuenta es de 4 697 estudiantes, de los cuales 57.1% son mujeres y el resto hombres (UAEM, 2022). Actualmente, se imparten nueve licenciaturas (Derecho, Turismo, Ingeniería en Computación, Lenguas, Administración, Contaduría, Ciencias Políticas, Informática Administrativa y Economía), tres maestrías y un doctorado; atendiendo con ello las necesidades de 11 municipios de su circunscripción: Texcoco, San Vicente Chicoloapan, Chimalhuacán, Atenco, Chiautla, Chiconcuac, Chalco, Amecameca, La Paz, Nezahualcóyotl y la Ciudad de México (UAEM, 2018).

En la presente investigación, se estableció la siguiente hipótesis:

- H: El emprendimiento de las estudiantes del Centro Universitario UAEM Texcoco es una estrategia que les permite superar la falta de oportunidades laborales, recursos económicos y desigualdad social, y concluir sus estudios de nivel superior.

El objetivo que se planteó fue analizar los emprendimientos como estrategia de desarrollo de las mujeres universitarias de la región oriente del Estado de México, que se realizó en el Centro Universitario Texcoco de la Universidad Autónoma del Estado de México. La muestra estuvo conformada por 30 mujeres de las licenciaturas en Economía, Contaduría, Derecho y Turismo. Fue un muestreo por conveniencia; es decir, sólo se entrevistó a mujeres que tuvieran un emprendimiento y por lo menos 1 año de trabajo en éste. La selección de las participantes se realizó con ayuda de la técnica conocida como bola de nieve que permitió identificar, en voz de las propias estudiantes, a otras con estas características, con quienes se llevó a cabo una conversación con un guion previamente diseñado.

Se realizaron 30 entrevistas, el número estuvo determinado por el método de saturación teórica que, de acuerdo con Ardila y Rueda (2013), es el punto en el que se ha escuchado ya cierta diversidad de ideas y con cada entrevista u observación adicional no aparecen ya otros elementos. Las categorías de análisis se agruparon en tres grandes temas: i) motivaciones para realizar estudios universitarios, ii) motivaciones para crear una microempresa y iii) obstáculos personales, académicos y administrativos que enfrentan las participantes en su emprendimiento.

La investigación realizada fue de corte cualitativo, por lo que se recurrió a la entrevista semiestructurada con el apoyo de un guion previamente diseñado por la Red Latinoamericana de Estudios de Género (RELEG) en 2022. Este tipo de entrevista ayudó a generar confianza entre las participantes y las investigadoras; debido a esto, se logró una conversación fluida y rica en información. Para validarla, se realizaron cinco encuentros entre las investigadoras, quienes tienen diferentes perfiles y líneas de investigación para cubrir el criterio de interdisciplinariedad, en los que se discutió el alcance de las entrevistas, la emergencia de información y las diferencias o semejanzas entre estudiantes de diferentes licenciaturas.

Resultados

Los municipios de donde proceden las estudiantes se caracterizan por presentar carencias económicas y sociales, principalmente por la falta de acceso a un empleo formal y al rezago educativo, y debido a su cercanía con la Ciudad de México, sus habitantes pueden acceder a actividades económicas dentro del sector servicios; sin embargo, un alto número de personas no se incorpora al empleo formal y remunerado y, por lo tanto, no tienen un ingreso seguro ni prestaciones, como servicio médico, va-

caciones, antigüedad, entre otros; por tal razón, una de las estrategias de las mujeres para emplearse y obtener recursos económicos, en especial las universitarias, ha sido la creación de emprendimientos, como permiten constatar los siguientes testimonios:

Pues más que todo la necesidad ¿no?, pues la necesidad de tener otro ingreso, porque pues a lo mejor lo que mis papás me podrían dar no me alcanzaba, porque estudio; entonces hay que pagar los pasajes, todo, la inscripción, eso fue lo que a mí me motivó [a emprender mi negocio], pero pues ahora con el tiempo, pues ya se va haciendo solito el negocio, la persona me lo va pidiendo y yo le voy vendiendo las cosas; entonces eso fue también lo que después me fue motivando, que pues iban creciendo más la red de personas que les iba vendiendo, y pues iba viendo que mis ingresos iban convirtiéndose en cosas también materiales, que decía yo las compré ¿no?; entonces eso fue lo que me fue motivando (Entrevistada número 2).

Pues eso empezó en el año 2015, porque entré a la preparatoria, mis papás, bueno mi familia y yo tenemos una economía estable, pero no es de las mejores; entonces mis papás siempre me daban lo necesario, nomás para la escuela, para comprarme algo y con eso era suficiente. Pero yo cuando entré a la prepa quería más, pero yo era consciente de que no podía decirles a mis papás, bueno que no podía exigirles de más; entonces busqué la manera de tener dinero, primero dije quiero trabajar, pero como era menor de edad no me querían dar trabajo y entré a una empresa de medio tiempo, pero pagaban muy poco y te tratan mal; entonces eso no me gustó y emprendí mi negocio (Entrevistada número 13).

Los emprendimientos presentan diferentes particularidades como son tiempo del establecimiento, tipo de productos que se venden, tamaño de la empresa, estacionalidad, entre otras, por lo que las emprendedoras se clasificaron en dos grupos: aquellas que tienen un establecimiento fijo en que ofrecen ropa y alimentos que son hechos por ellas mismas y su personal, y por ello la naturaleza de sus productos y ventas toma características específicas. Y aquellas que venden diferentes productos sin tener un espacio para ello, lo hacen de forma ambulante en diferentes días y horarios condicionados por sus actividades escolares, tal y como se muestra a continuación:

A mí siempre me ha gustado el negocio y antes de meterme a estudiar vendía otras cosas, me dedicaba a vender bisutería y todo eso, y al ver que me quedé [aceptada en la universidad] precisamente hace 1 año y que sí fui seleccionada aquí en la escuela, tengo que hacer algo, porque, aunque mi papá me da dinero luego no puede con mis gastos y con los de mi hija; entonces eso fue lo principal, lo que me motivó a

decir -bueno voy a vender dulces en el salón-(Entrevistada número 10).

Para comprar cosas personales, y el negocio de la comida fue espontáneo, ya que mi mamá cocina rico y se me dio la idea de querer tener algo más aparte de lo que hace mi papá, y ella le ayuda a su mamá con todo haciéndose cargo de las tareas (Entrevistada número 16).

Como bien se ha mencionado, las alumnas del Centro Universitario UAEM Texcoco han recurrido a la creación de su microempresa como estrategia de desarrollo personal y profesional; sin embargo, no ha resultado fácil para ellas y así lo manifiestan en sus diferentes testimonios, señalando la falta de tiempo, la doble y triple jornada como algunos de los obstáculos que han enfrentado en la gestión de su empresa, como se detalla enseguida:

Ok, pues es muy complicado, puesto que aparte de ser estudiante y estar a cargo de esta pequeña microempresa, también soy madre, así que hay un obstáculo, a veces siento que necesito más tiempo para abarcar todo como es debido, o sea a veces no cubro todo al 100, tal vez un 80%, pero es el mayor obstáculo por el cual yo me enfrento; también hay desórdenes alimenticios, porque luego no da tiempo [sonrisa], eh qué más, y mucho cansancio emocional y físicamente, y uno tiene que pues tranquilizarse, tranquilizarse para que todo fluya, porque si uno falla o me siento frustrada, arraso con todo, tanto con la escuela, con la maternidad y con la microempresa (Entrevistada número 30).

Este sí, en algunas ocasiones llego a hablar con los profesores y les comento mi situación, y ellos son accesibles a mí, obviamente con sus reglas, pero hasta cierto punto accesibles, y eso me ayuda bastante, mmm también este tengo bueno compañeros que me ayudan o me dicen que dejaron actividades o cosas así, y también eso me ayuda bastante, mmm, algo que también me ayuda es pagar lo que sería guarderías, tengo a mi hija y pago la guardería, y ya de ahí tengo más tiempo para administrar los estudios como la microempresa, ok (Entrevistada número 8).

Como se observa, una categoría importante que se manifiesta es la maternidad (el cuidado de los hijos), combinada con las actividades académicas y las de su microempresa puede llegar a desencadenar en un mal manejo de las emociones, dando como resultado los desórdenes alimentarios, depresión, enojo, angustia, entre otros; esto se traduce en un costo extra para las mujeres que deben cumplir con su papel de madre y conservar su permanencia en la universidad.

Algunas estudiantes incluso se han inclinado por estudiar licenciaturas para adquirir conocimientos y desarrollar habilidades para la

gestión de su microempresa y que el proceso resulte más fácil, tal y como se manifiesta en el siguiente testimonio:

Este, pues al principio yo no sabía nada, no sabía nada, pero decía, bueno estudio administración, porque esa era una de mis opciones o estudio contaduría ¿no?; entonces este como ya traía el antecedente que había estudiado en la prepa recursos humanos dije, pues también me quiero especializar ahora en algo ¿no?; entonces viendo entre todas las carreras fue lo que más me llamó la atención, la contabilidad para administrar mi empresa (Entrevistada número 2).

En el contexto anterior, otro de los obstáculos señalados es la falta de tiempo, ya que la labor que desempeñan las alumnas tanto en la parte académica como en la de gestión de su microempresa les implica la planeación y organización de sus actividades con horarios restringidos para cada una, que ahora con el regreso a las clases presenciales se les complicó aún más, así lo externaron:

Que a veces no me da tiempo, la falta de tiempo y organización. De la organización, porque luego hay veces que a tales horas necesitan un pedido, pero se me junta con otra cosa, ya sea tanto de mi caso como proyectos de escuela y todo eso (Entrevistada número 13).

Asimismo, las mujeres deben resolver los obstáculos a los que se enfrentan tanto como estudiantes como emprendedoras; por ello, una de esas estrategias es la formación de redes de apoyo tanto familiar como las formadas con sus compañeras de grupo, que les permite cumplir con su emprendimiento, cuidado de los hijos y del hogar, así como atender sus actividades académicas.

Pues la verdad es que he tenido mucho apoyo de mi mamá y de mi hermana, ellas este [sic] me han ayudado mucho en la organización de mi empresa, también a lo mejor en hacer entregas mmm, igual pues mi papá es el que me ha brindado ahora sí que los recursos para que yo pueda tener lo de la escuela, lo de los libros, gastos extra, sí, pero yo creo que así los he resuelto con el apoyo de mi familia (Entrevistada número 5).

También influye mucho la gente que te apoya, por ejemplo, en lo académico, pues sí tener compañeros, que tal vez que no pudiste entrar a la clase o tienes dudas, ellos te pueden apoyar explicando, igual con la familia, pues es ese apoyo (Entrevistada número 19).

Además de las redes de apoyo que permiten organizar mejor a las estudiantes sus tiempos y actividades tanto en lo académico como en su microempresa, ellas mencionan que deben sumar horas a sus responsabilidades con el objetivo de cumplir sus metas, teniendo como resultado mayor carga de trabajo, como se expresa a continuación:

Para lo del negocio, trato de levantarme más temprano para ir a comprar la mercancía a la central de abastos y poder surtirme bien y mejor (Entrevistada número 9).

Ahorita tengo planeado como recién entré de nuevo a la universidad acomodar bien mis horarios... dar pequeños espacios en las tardes, si a las 5 ya no tengo nada que hacer, tomar ese tiempo, pero también no quiero descuidar la escuela, porque también quiero repasar todo lo que veo, porque uno de los problemas que también tuve fue que cuando recién entré y ya fue presencial, estuve en el turno de la tarde y ahí sí igual tuve muchas pérdidas, porque ya no tenía tiempo de manejar mi empresa por línea, porque por cuestiones estaba aquí en la universidad, y en las mañanas, pues no, porque tenía que ayudar a mi casa por ser mujer (Entrevistada número 11).

Pues he intentado mover mucho mis horarios tanto de entregas como mis horarios para abrir la tienda para que tenga yo tiempos libres para mis tareas, mis proyectos, estudiar para los exámenes, porque me han puesto exámenes bien difíciles a comparación de cómo los estábamos haciendo virtual; entonces sí, es como este, cómo se podría decir, darme tiempo para cada cosa, y antes me acuerdo que me sentía como que culpable al descuidar, es que como que darle tiempo a esto, y ahorita no, como que ya es un poco más alivianado y más organizado (Entrevistada número 6).

Discusión

Los principales resultados que arrojó la investigación señalan que las mujeres universitarias de la región oriente del Estado de México recurren a la creación de emprendimientos, como una estrategia para emplearse y obtener recursos económicos con el propósito de cubrir sus necesidades, como gastos universitarios (colegiatura, transporte, libros, etcétera), y como responsables de una familia. Además de lo anterior, se suman otros como la crianza de los hijos (alimentación, vestido y calzado, entre otros).

Al respecto, Vivel et al. (2008) refieren que un estudio encargado por la Comisión Europea a Eurochambers sobre los problemas de las emprendedoras en la creación de empresas y la toma de decisiones en los 25 países miembro encontró que:

Entre los motivos señalados para empezar un negocio, destacaron (entre otros) las razones económicas, con el 45.9%. Además, entre las características que presentan las empresas creadas por mujeres, destacan que son empresas del sector servicios, especialmente en el comercio al detalle, y son empresas pequeñas en volumen y en número de empleados [...] y el 87.4% de las empresas creadas por mujeres eran microempresas.

En lo que concierne a México, Paz y Espinosa (2019) consideran que el emprendimiento femenino resulta “de la búsqueda de opciones para hacer frente a las necesidades económicas que tienen en sus hogares”, y como complemento al ingreso familiar.

En relación con la actividad emprendedora de las mujeres, se observaron que para 2019 de los 2.6 millones de personas que deciden iniciar un negocio más de 500 mil son mujeres, de las cuales 75.2% tienen entre 30 y 59 años. Las principales características de las emprendedoras muestran que aquellas que están casadas o en unión libre, son cónyuges del jefe del hogar y tienen hijos, son más proclives a comenzar un negocio, el tamaño de estos es micro y se encuentran tanto en el sector formal como informal, además 42.5% de las emprendedoras tienen nivel medio superior y superior de estudios (p. 127-128).

Una de las características de los emprendimientos es la flexibilidad, que implica que ellas puedan ajustar sus tiempos para poder cumplir con sus actividades tanto de empresarias, estudiantes y jefas de hogar, lo que les permite mantenerse como alumnas regulares, emprendedoras, contar con mercancía suficiente y variada para satisfacer al cliente, realizar su trabajo doméstico y de cuidados.

En su investigación, Flores et al. (2021 citados en Barros et al., 2022), encontraron que para el caso de América Latina se realizó un estudio denominado Driving and restraining forces of female Latin American entrepreneurship, en donde se encontró que “la gran mayoría de mujeres que emprende busca negocios que les permitan tener una flexibilidad de tiempo para de esta manera poder hacer frente a sus responsabilidades en el hogar, además indican que los emprendimientos creados por mujeres en estos países por lo general se mantienen en un nivel bajo, es decir son microemprendimientos”(p. 214).

Con relación a la flexibilidad de tiempo, Marshall (1995, citado en Heller, 2010) notó que las emprendedoras comienzan la actividad por el deseo de poner en práctica alguna idea innovadora, cubrir un nicho específico del mercado o la necesidad de generar sus propios ingresos. En algunos casos sobre todo las profesionales, deciden esta alternativa ante la imposibilidad de ascender en sus carreras laborales dentro de una organización o encontrar un trabajo acorde con sus habilidades, así como contar además con mayor flexibilidad horaria que les posibilite compatibilizar trabajo y familia, además de ganar mayor independencia.

Para explicar el apoyo entre mujeres —madres e hijas, amigas, compañeras de clase, profesoras Montañó (2005, citado en Heller, 2010), asocia el término de redes sociales con el de capital social para señalar que éstas son “un recurso intangible muy poderoso y difícil de ser valorado económicamente [...] y las define como el conjunto de relaciones sociales

caracterizadas por actitudes de confianza, comportamientos de cooperación y reciprocidad y es un recurso que utilizan las personas, los grupos y las colectividades en sus relaciones sociales para crear redes, las cuales a su vez se pueden dar en el ámbito público, privado y ciudadano” (p. 37).

Conclusiones

El emprendimiento resultó ser una estrategia para cubrir la falta de recursos económicos y hacer frente a las necesidades indispensables a corto plazo, por lo que el aporte económico de las mujeres permite a los integrantes de la familia tener una mejor calidad de vida.

En esta investigación, se resalta la importancia de la toma de decisiones entre las estudiantes que deciden emprender una microempresa para la generación de ingresos, lo que favorece la independencia económica que más tarde las conduce a su empoderamiento, situación necesaria para disminuir la brecha de desigualdad.

Las diferencias de género a las que se enfrentan las estudiantes universitarias deben ser estudiadas con el objetivo de visibilizar todas las variables que las ponen en desventaja al desarrollar un emprendimiento como estrategia para mejorar sus condiciones sociales.

Identificar los obstáculos que las estudiantes universitarias enfrentan para emprender un negocio es de especial interés para que los entes gubernamentales implementen políticas con el fin de incorporar a las mujeres al desarrollo de emprendimientos. Asimismo, es recomendable que las instituciones educativas incorporen en sus planes educativos unidades de aprendizaje para la formación académica con una visión emprendedora. Por ello, el presente estudio deja abierto el espacio para futuros trabajos de investigación referentes al tema aquí tratado.

Referencias

- Ardila, E. E., & Rueda, J. F. (2013). La saturación teórica en la teoría fundamentada: su delimitación en el análisis de trayectorias de vida de víctimas del desplazamiento forzado en Colombia. *Revista Colombiana de Sociología*, 36(2), 93-114. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/recs/article/view/41641>.
- Barros, A. L., Bravo, L. Y., & Campuzano, J. A. (2022). Barreras al emprendimiento femenino universitario en estudiantes de la Universidad Técnica de Machala. *Revista Sociedad & Tecnología*, 5(2), 212-225. <https://doi.org/10.51247/st.v5i2.208>.
- Castiblanco, S. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada*, XXI(2), 53-66. <https://www.redalyc.org/pdf/909/90930501005.pdf>.

- Delgado, S. M., Carrasco, R. I., Chabusa, J. L., & Mackay, C. R. (2020). Emprendimiento femenino por necesidad en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(91), 1221-1233. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i91.33192>.
- Dussán, D. A., Mosquera, D. Y., & Quintero, A. (2019). El emprendimiento femenino: revisión de literatura. *Revista Entornos*, 32(2), 51-59. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8017457>.
- Forero, L. (2019). Así somos y así salimos adelante, un acercamiento al perfil de la mujer emprendedora. *Espacios*, 40(27), 28. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n27/a19v40n27p28.pdf>.
- Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. Serie Mujer y Desarrollo 93. Santiago de Chile: Naciones Unidas-Cepal. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5818/S0900676_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Lozano, P., & Villanueva, M. (2021). La mujer y el emprendimiento: estudio de caso. *Gestión Joven. Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas (AJOICA)*, 22(1), 18-28. http://elcriterio.com/revista/contenidos_22_1/Vol22_num1_2.pdf.
- Olaz, Á. J., & Ortiz, 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. <http://dx.doi.org/10.20932/barataria.v0i22.335>.
- Organización de las Naciones Unidas Mujeres (ONU Mujeres) (2023). *Agenda 2030 para el desarrollo sostenible*. <https://mexico.unwomen.org/es/conozcanos/acerca-de-onu-mujeres-1>.
- Ortiz, P. (2017). El discurso sobre el emprendimiento de la mujer desde una perspectiva de género. *Vivat Academia Revista de Comunicación*, (140), 115-129. <https://www.redalyc.org/journal/5257/525754432007/525754432007.pdf>.
- Ortiz, P., & Olaz, A. (2018). Factores competenciales en el emprendimiento de la mujer. *RES. Revista Española de Sociología*, 27(3), 413-432. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7367560>.
- Paz, 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>.
- Ramos, E. V., Cuadra, V., Falla, C. de L., Castro, M. I., & Izquierdo, J. R. (2023). Emprendimiento femenino en estudiantes universitarios: una revisión de literatura. *Revista Conrado*, 19(90), 203-213. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2884>.
- Sabater, C. (2018). La mujer emprendedora: identidad profesional y factores culturales de género. *Femeris*, 3(2), 55-78. <https://doi.org/10.20318/femeris.2018.4320>.

- Sánchez, S. M. (2013). Mujer y emprendimiento: un análisis en el contexto universitario español. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XIX(1), 140-153. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28026467003>.
- Santander, P., Fernández, C., & Yañez, D. (2016). Motivaciones condicionantes contextuales en el emprendimiento liderado por mujeres chilenas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXII(2), 63-77. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28049145006>.
- Silva, Y. F., & Rompato, M. (2020). Perfil psicosocial de la mujer emprendedora. *Revista Escuela de Administración de Negocios EAN*, (88), 145-164. <https://doi.org/10.21158/01208160.n88.2020.2697>.
- Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) (2022). Plan de desarrollo 2022-2026. México: Centro Universitario UAEM Texcoco. https://spydi.uaemex.mx/docs/InfBasCon/CUtexcoco/Planes/2022-2026/PD_2022-2026-CU-Textcoco-para-publicar.pdf.
- _____ (2018). Plan de desarrollo 2018-2022. México: Centro Universitario UAEM Texcoco. http://planeacion.uaemex.mx/InfBasCon/CUtexcoco/Planes/2018-2022/PD_18-22_CUTextcoco.pdf.
- Vivel, M. M., Durán, P., Fernández, S., & Rodeiro, D. (2008). Las barreras al emprendimiento universitario femenino. *Investigaciones de Economía de la Educación*, 3, 337-346. <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/handle/11162/44062>.

Sobre los autores

¹ Profesora e investigadora del Centro Universitario Texcoco de la Universidad Autónoma del Estado de México, México, ORCID: 0000-0001-8149-8012

² Profesora e investigadora del Centro Universitario Texcoco de la Universidad Autónoma del Estado de México, México, ORCID: 0000-0002-8571-9043

³ Profesora e investigadora del Centro Universitario Texcoco de la Universidad Autónoma del Estado de México, México, ORCID: 0000-0001-5832-425X



iQU4TRO EDITORES

En colaboración con:

