

Mujeres emprendedoras en el espacio público: Un análisis desde la economía feminista.

Women Entrepreneurs in Public Spaces in the Municipality of Texcoco, Mexico State; An Analysis From a Feminist Economic Perspective

Gregoria Rodríguez Muñoz¹
María de los Ángeles Velázquez Martínez²
Lucila Godínez Montoya³

Recibido: 19/04/2024
Revisado: 26/04/2024
Aceptado: 18/06/2024

Revista RELAYN, Administración y Negocios en
Latinoamérica.

Disponible en:
[https://iquatroeditores.org/revista/index.php/
relayn/index](https://iquatroeditores.org/revista/index.php/relayn/index)

<https://doi.org/10.46990/relayn.2025.9.1.2087>



Resumen

En este artículo se estudia el emprendimiento de mujeres en el espacio público desde el enfoque de la economía feminista planteándose: identificar el contexto socioeconómico y familiar que motiva a las mujeres a emprender un negocio y analizar la importancia que esto implica. La información se obtuvo a través de entrevistas semiestructuradas. Se concluye que el emprendimiento femenino surge de una situación de vulnerabilidad económica y se entrelaza con variables sociodemográficas, no necesariamente con características de superación personal ni de una personalidad de emprendedora y economicista.

Palabras clave

Economía feminista, Emprendimiento femenino,
Espacio público

Abstract

This article examines women entrepreneurs in public spaces in the municipality of Texcoco through a feminist economic approach to identify the socio-economic and family context which motivates women to engage in a business and to analyze the importance it implies. The information was obtained through semi-structured interviews. It is concluded that female entrepreneurship arises from economic vulnerability intertwined with socio-demographic factors, rather than aspiring for personal growth or an inherent entrepreneurial and economic-driven mindset.

Keyword

Feminist economics, female entrepreneurship,
public space

Introducción

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fueron adoptados por las Naciones Unidas (NU) en 2015 como un llamamiento universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que para el 2030 todas las personas disfruten de paz y prosperidad (PNUD, s/f). Estos buscan un cambio de paradigma para lograr un desarrollo sostenible que integre las dimensiones económica, social y medioambiental, centrado en las personas y el planeta. Partiendo de este planteamiento, el presente artículo se centra en las mujeres y en las dimensiones social y económica que tienen que ver con la disminución de la pobreza y desigualdad entre géneros en el mercado laboral informal, temas que se plasman en los ODS 1 y 5 (PNUMA, s/f). De ahí que temas como pobreza, emprendimiento femenino y desigualdad de género fueron los ejes que guiaron la presente investigación. Se retomó la Economía Feminista (EF) ya que critica la perspectiva neutra y economicista en el análisis del trabajo femenino, que de acuerdo con Brunet y Santamaría (2016) esta perspectiva deja al margen los ejes de diferenciación y de desigualdad social entre mujeres como entre hombres y otras categorías como clase, etnia, edad, sexualidad, etcétera.

La EF se caracteriza por poner en el centro del análisis la sostenibilidad de la vida, descentrando los mercados (Esquivel, 2016). Se centra en reconocer, analizar y proponer cómo modificar la desigualdad de género, según Rodríguez (2015), contribuye al estudio de la participación económica de las mujeres, revela mecanismos de discriminación en el mercado laboral, brechas de género en los ingresos laborales, procesos de segregación horizontal (por rama de actividad) y vertical (por jerarquía de ocupaciones), de concentración en espacios de precariedad laboral y desprotección social.

Lo anterior permite dar cuenta de la importancia del trabajo y generación de ingresos por parte de las mujeres en el sostenimiento de las familias, las dificultades a las que se enfrentan y la desigualdad por género (Velázquez et al., 2023; Tuffour et al., 2022; Pérez et al., 2022; Salas y Baca, 2015).

Por ello, el emprendimiento femenino es una estrategia social y económica para disminuir la pobreza de muchas mujeres, en especial de escasos recursos en diferentes regiones del mundo. México no escapa a este problema, en Texcoco, Estado de México, un porcentaje de mujeres se insertan en el comercio informal en busca de recursos económicos para superar la pobreza, principalmente emprendimientos relacionados con la preparación y venta de alimentos, en el 2023, según datos de la Secretaría de Economía (SE) (2024) mientras que los hombres representaron 1.62% en este rubro el porcentaje de mujeres fue de 2.73% y entre vendedores ambulantes de artículos diversos, el porcentaje de hombres fue de 1.78% en comparación con 2.73% de mujeres, además considerar que la referencia femenina como jefa de hogar es de 32.00%.

El análisis de estos datos sin otra variable puede interpretarse poco relevante, sin embargo al incorporar variables socioeconómicas y

desde la EF se podrá visibilizar y valorar la importante aportación de las mujeres a la economía de sus hogares y conocer los mecanismos de discriminación y los que hay que eliminar.

Por ello, la presente investigación buscó analizar el contexto socioeconómico y familiar que motiva a las mujeres a emprender y la importancia que esto implica. La información generada permitirá, como lo señala la CEPAL (2024), transitar hacia caminos fortalecidos generando puentes entre la información empírica y las acciones que los gobiernos a través de las políticas públicas deben realizar.

Revisión de la literatura

Visibilización del Trabajo de las Mujeres desde la Economía Feminista

La EF analiza la realidad socioeconómica e integra las relaciones de género en el análisis (Esquivel, 2016). Esta deja en claro la invisibilidad de las mujeres en el análisis del trabajo desde la economía neoclásica, en donde se les considera reproductoras en el espacio privado y critica la estructura dualista universalizante (público-privado) que confiere reconocimiento al mundo público y a la economía mercantil monetarizada (Carrasco, 2006).

Desde esta perspectiva, de acuerdo con De Oliveira y Ariza (1999), las desigualdades económicas se manifiestan en múltiples niveles: diferencias de ingreso y consumo, en las condiciones y calidad de vida o desigualdad en el desarrollo de capacidades y tiene consecuencias para las mujeres, por ejemplo; mayor precariedad y menor estabilidad laboral que los hombres; desigualdad en las tasas de ocupación económica entre ambos; infrarepresentación en los puestos directivos y de gestión; invisibilización del trabajo; segregación ocupacional y salarios inferiores.

Además, Esquivel (2016) menciona que la EF “critica los análisis que incorporan la división sexual del trabajo como un dato y así lo justifican” (p. 105). Al contrario, la EF según Power (2004 citada en Esquivel, 2016) incorpora al análisis económico el trabajo doméstico y de cuidados no remunerados como pieza fundamental, identifica el bienestar para medir el éxito del funcionamiento, las relaciones de poder, haciendo énfasis de que las instituciones, regulaciones y políticas neutrales al género.

Emprendimiento Femenino o Mujeres Emprendedoras

El emprendimiento, de acuerdo con Castiblanco (2013), surge como generador de ingresos e iniciativas de empleo por cuenta propia. El autor menciona que, desde la economía, el emprendedor debe tener una actitud de liderazgo y capacidad de organización; posteriormente se sugiere que este debe ser iniciador del cambio, generador de nuevas oportunidades y competente en el mercado. Además, este autor encontró que sólo se le atribuía el adjetivo de emprendedor a la población masculina.

Para acercarnos al concepto de emprendimiento femenino, es importante partir del trabajo de Heller (2010) quien sugiere que desde las ciencias humanas se logra un análisis más allá de las ciencias económica y administrativa, esta nueva perspectiva permite identificar aspectos personales y motivacionales por las que las mujeres emprenden (Langevang et al., 2015; Briseño et al., 2016; Sanchen y Akoob, 2017; Díaz y Ceyca, 2022). También se deben incorporar elementos que determinan la forma de inserción de las mujeres al mercado laboral, tal y como señalan De Oliveira y Ariza (1999), habrá que estudiar la incorporación de las mujeres al mercado de trabajo desde la perspectiva de género ya que esta enfatiza:

La necesidad de analizar la participación femenina en la esfera de la producción en sus múltiples interrelaciones con la actividad doméstica propia del ámbito de la reproducción (...) Desde esta óptica se discute el papel del trabajo doméstico en la reproducción de la fuerza de trabajo, la contribución de las mujeres al proceso de desarrollo y las consecuencias de la actividad económica para su bienestar. (p. 90)

Es decir, Heller (2010) sugiere tomar en cuenta las diferencias de género porque son un factor significativo y poco explorado al analizar las variables que permiten comprender mejor la actividad emprendedora. En este contexto De Oliveira y Ariza (1999) sugieren que al analizar el trabajo de las mujeres se debe tomar en cuenta las siguientes características: parentesco, tipo de jefatura, educación, inserción ocupacional, ingreso del jefe, presencia de otra mujer en el hogar, además de la esposa o jefa, ingresos del resto de los miembros familiares, número y edad de los hijos, ya que estos pueden ser indicadores de la carga de trabajo doméstico, de las responsabilidades familiares y de las necesidades económicas de los hogares.

Por lo que hablar de emprendimiento femenino refiere a mujeres que desafían obstáculos culturales, sociales, económicos y de género y los convierten en oportunidades para desarrollar proyectos –emprendimientos- con diferentes objetivos y motivaciones (Quispe y Virto, 2024; Miranda et al., 2023; Heller, 2010; Kargwell, 2012; Jia et. al., 2012), estas pueden ser por vocación o por necesidad (Jia et. al., 2012), haciendo uso de recursos materiales e intelectuales, por ejemplo; conocimiento, experiencia, red de contactos, recursos económicos u otros activos necesarios (Díaz y Ceyca, 2022; Viadana et. al., 2016).

Área de estudio

Esta investigación se realizó en Texcoco, Estado de México que comprende una extensión territorial de 422.49 km² (HACT, 2022). Según el INEGI (2020), este año la población total fue de 277 562 habitantes, 51.4% mujeres y el resto hombres. En el municipio, la Población Económicamente Activa (PEA) es de 133 423 personas (40.9% son mujeres y 59.1% hombres).

Metodología

La presente investigación fue cualitativa, por lo que la información se recopiló a través de la técnica de la entrevista semiestructurada, es decir mediante el diálogo entre las emprendedoras y las investigadoras para comprender e interpretar experiencias de sus actividades en el comercio informal, esto porque desde las Ciencias Sociales, de acuerdo con Piña-Ferrer (2023), “la investigación cualitativa aborda los significados, las acciones de los individuos y la manera en que estos se vinculan con otras conductas propias de la comunidad; además que conlleva a explicar los hechos sociales, buscando la manera de comprenderlos” (p.2).

El trabajo de campo se realizó entre los meses febrero y marzo de 2024, haciendo un recorrido por las calles, identificando lugar y hora en el que las mujeres venden sus productos, posteriormente se realizaron las entrevistas, previa presentación y autorización para almacenar la información en un dispositivo móvil.

Selección de la muestra

Para seleccionar a las entrevistadas se utilizó la técnica de muestreo de diseño propositivo, que centró su interés en un grupo de mujeres que cumplieran con un criterio determinado (que comercializaran diversos productos en el espacio público). Este diseño según Martínez-Salgado (2021) permite elegir los informantes en función del tipo, es decir con ciertas características. Según este mismo autor, no hay reglas para decidir el tamaño ni conocerse al inicio, solo cuando la indagación ha culminado, la incorporación de las participantes es iterativa, según la información que surge en el trabajo de campo. El tamaño de la muestra estuvo conformado por 21 mujeres y se determinó por el criterio de saturación teórica, mismas que presentaron las siguientes características: rango de edad, entre 24 y 80 años, con una media de 48. Educación, 11 terminaron la básica, 6 media superior y 4 superior (licenciatura trunca); estado civil, 57% son casadas o tienen pareja y el resto viven el maternazgo en solitario por razones de viudez, divorcio o soltería (43%). De ellas 20 fueron madres (95%) y tuvieron un promedio de 3.2 hijas e hijos, actualmente 16 de ellas tienen en promedio 2 dependientes económicos (76%) (hijos, hijas o esposo). El 90% viven en casa propia y cuentan con los servicios de drenaje, agua potable y energía eléctrica.

Las entrevistas se transcribieron a Word© y se categorizó la información utilizando el software ATLAS-ti.

Resultados

En el entorno del trabajo realizado se encontró que, en todas las comunidades, a excepción de una, el espacio público está conformado por lugares de esparcimiento, banquetas peatonales y carreteras pavimentadas. Para que las mujeres puedan establecer sus negocios deben de tener un permiso de alguna autoridad, como la Dirección de regulación comercial municipal y sus delegaciones o la autoridad escolar. De las 21 mujeres entrevista-

das, 67% tienen permiso de alguna autoridad escolar; 9% de la municipal y 28% no tiene.

El permiso escolar se otorga solo para la venta en un horario determinado y frente a la escuela y puede o no estar condicionado por una aportación económica, por ejemplo, la entrevistada 7 comentó: “Nosotros hacemos una aportación [económica], pero a la primaria porque nuestro lugar es enfrente, ya de ahí nos pasamos acá y luego a la tortillería y ahí es en donde nos quedamos un rato”. La entrevistada 3 señaló: “En la primaria aportamos un poquito, un poquito nada más un poquito” y la entrevistada 9 comento al respecto “Cuando yo empecé [con el emprendimiento] que fue cuando empezaron a cobrar, cobraban cincuenta pesos”.

Del total de la muestra, 52% de mujeres venden sus productos fuera del jardín de niños y primaria entre las 7:30-9:00 y de 12:00-13:30 h. Sus compradoras son otras mujeres que llevan y recogen a las y los niños a clase. Otro 35% se instala en lugares cercanos a centros de trabajo, 9% lo hacen de manera ambulante y el resto (4%) lo hace a orilla de carretera.

En seis comunidades hay dos tipos de comercialización; semifija y ambulante. En la primera las mujeres se instalan frente a la escuela en la banqueta y junto a negocios fijos, como empresas y supermercados y en la segunda se ofrecen los productos en las calles de toda la comunidad. Los principales productos que se venden son: flores, alimentos (tortas, tacos, tamales, jugos, pan, fruta, entre otros) y bebidas (refrescos, jugos procesados) y dulces, paletas de hielo, helados y botanas; así como artículos escolares, de belleza, disfraces, otros artículos de temporada y para el hogar.

Asimismo, de la información recopilada emergieron los siguientes códigos:

- i. Las mujeres y el emprendimiento informal por necesidad
 - Características de los emprendimientos, facilidad de la reinversión, escasa infraestructura y la flexibilidad de horarios
- ii. La importancia social y de género que generan los emprendimientos de las mujeres
 - Aspectos positivos: económico y emocional
 - Aspectos negativos: costos en la carga de trabajo y la salud

Las Mujeres y el Emprendimiento Informal por Necesidad

El emprendimiento es un mecanismo para generar e incrementar los ingresos familiares, las mujeres con pareja emprenden para complementar los recursos económicos porque difícilmente una sola persona puede cubrir los gastos diarios, como mencionó la entrevistada 19, que la pensión de su pareja no alcanza para cubrir los gastos del hogar, además también

le preocupa pagar las cuotas comunitarias, como se observa en su testimonio: “Ah, pues usted bien sabe que aquí en San Miguel, son muchos gastos los que hay. Todo el año estamos [cooperando] para una cosa y para otra y mi esposo está pensionando, su pensión es muy baja, apenas nos va alcanzando para sobrevivir”. La entrevistada 8 mencionó su necesidad económica de emprender con las siguientes palabras: “Pues tenemos que pagar la renta, la luz, el agua. No nos damos abasto, ahorita que subió todo [refiriéndose a costo de los alimentos y servicios], tenemos que buscar para salir adelante”.

También las mujeres casadas emprenden y se hacen cargo de los gastos familiares parcial o totalmente porque las parejas pueden estar impedidas para trabajar por cuestiones de salud, por temporalidad del empleo o falta de este. En voz de las entrevistadas se tiene lo siguiente:

“Pues por necesidad, porque antes yo no vendía, pero mi esposo tuvo un accidente, se le cayó el líquido de la columna, entonces ya no le respondieron los pies ni una mano -de esta mano ni los dos pies- entonces ya no se podía levantar y bueno, pues muy difícil” (Entrevistada 7). En tanto que la entrevistada 15 comentó lo siguiente: “Mi esposo es electricista y no siempre tiene trabajo, pero de repente le llegan a salir trabajos y de ahí genera un poco [dinero], pero en sí dependemos más de este negocio”.

Para las mujeres que viven la maternidad en solitario la manutención es responsabilidad de ellas casi en su totalidad, algunas reciben apoyo de sus familiares (madres, hermanos, otros) y más del 50% de sus ingresos los destinan a cubrir las necesidades del hogar, como comentó la entrevistada 9 : “En mi casa nos vamos rolando los gastos, una semana yo compro verdura y fruta, otra semana mi mamá y hay veces nos ayuda mi cuñado. Asimismo, la entrevistada 13, dijo lo siguiente “No tengo otros ingresos y la comida sale de aquí, renta, zapatos, ropita”.

Características de los Emprendimientos: Facilidad de Reinversión, Escasa Infraestructura y Flexibilidad de Horarios

Los ingresos que se generan a partir de la venta de productos también se destinan para comprar y tener una variedad de mercancía, así como para la adquisición y/o mejora de la infraestructura utilizada para la venta, de ahí que el porcentaje de reinversión oscile entre 50 y 70% de los ingresos obtenidos, como se observa en el testimonio de la entrevistada 3: “Pues del 100% invierto 70%, sí, creo que es mucho porque vendo fruta, dulce, chicharrones, papas y ando en el triciclo en la primaria, en las calles y en la tortillería y ahí nos quedamos un rato”. La entrevistada 10 comentó: “Reinvierto casi el 70%, antes nada más era el 50%, ahora la productividad ha bajado mucho” y la entrevistada 4 añadió: “Todo el dinero que saco por la venta de comida lo invierto por lo caro que esta todo, nada más le doy vuelta al negocio”.

Como se observa en estos testimonios, a las emprendedoras les resulta accesible realizar estas actividades debido a que pueden generar ingresos inmediatos y reinvertir los recursos obtenidos.

Para ofertar la mercancía las mujeres hacen uso de infraestructura básica que adaptan a sus necesidades, por ejemplo, utilizan triciclos para carga, mesas de madera, tablonces, plásticos, botes, sombrillas, sillas, entre otros. La entrevistada 5 refirió: “Yo fui vendiendo y ahorrando para comprar mi propio triciclo”, mientras que la entrevistada 3 mencionó: “no teníamos acondicionado el triciclo, poco a poco lo fuimos adaptando para la venta” y la entrevistada 6 dijo lo siguiente: “El reto fue comprar todo, la mesa para poner la mercancía y materiales para cubrirla fue de un poquito a poquito que fui empezando a comprar las cosas”.

Otra motivación para emprender es la flexibilidad en los horarios, que les permite a las mujeres distribuir tiempo entre el trabajo doméstico y de cuidados en sus hogares. La entrevistada 2 mencionó: “Pues termino de vender aproximadamente cuatro y media o las cinco de la tarde, ya de ahí tengo tiempo para estar con mis niños”. La emprendedora 11 señaló: “A veces salgo a las ocho y otras llego a las diez. Sí, como dos o tres horas más o menos, regreso a mi casa y puedo hacer la comida y atender a mis hijos cuando regresan de la escuela”. Otro testimonio es el de la entrevistada 21: “Pues tengo que atender a mis 3 hijos y para no dejarlos tanto tiempo solos, mejor trabajar desde casa”.

Importancia Social y de Género que Generan los Emprendimientos de las Mujeres

Aspectos Positivos: Económico y Emocional

Los recursos generados en los emprendimientos han beneficiado a las mujeres de diferente manera, en el aspecto económico ayuda a mejorar las condiciones de vida, un ejemplo de esto lo podemos observar en los siguientes testimonios: “yo me siento muy bien porque gracias a esto compré mi casa, yo rentaba, renté ocho años, pude comprar mi casa, pude criar a cinco hijos en su escuela, no es fácil” (Entrevistada 17). “También para mí, para mí alcanza ya que puedo comprar mi vestido. O sea, no, también no nada más es todo para para la casa o para mis hijos, o sea, sí, también requerimos unos zapatos o vestido, hacemos equipo y lo dividimos” (Entrevistada 4).

Con respecto al aspecto emocional, la aportación que ellas dan o el cumplimiento total al gasto familiar, les genera satisfacción personal y alegría porque se sienten satisfechas con sus logros además porque se sienten reconocidas y valoradas por la familia. En voz de la entrevistada 9 encontramos lo siguiente “Pues, me siento satisfecha porque, pues, antes mi esposo no me valoraba y ahora sí ya me valora. ¿Ah? ya me valoran porque él ya no puede trabajar y ahora sí, nosotras tanto mi hija como yo pues nos ayudamos y pues ahora sí ya me valora más [refiriéndose a su esposo] y hasta mis hijas”.

Aspectos Negativos: Costos en la Carga de Trabajo y la Salud

Los emprendimientos generan una carga adicional en horas de trabajo y suma actividades nuevas a la ya complicada vida de las mujeres. Ellas mencionan que para tener lista la mercancía, en los casos de la venta de alimentos trabajan entre 5 y 8 horas más. Al respecto la entrevistada 18 refirió lo siguiente: “En el puesto estoy en la mañana de ocho y media a nueve y ahorita es de doce y media a dos de la tarde” como se observa son cuatro horas más de la jornada diaria, mientras que la entrevistada 17 comento: “como unas tres o cuatro horas en la mañana y otras cuatro horas por la tarde, por lo regular serían ocho horas más”. También la entrevistada 13 comentó lo siguiente “Ah pues yo me levanto a las tres y media de la mañana para ponerme mi café, hacer mi jugo, refreír mis frijoles para mis tortas, mi aseo personal, voy saliendo como aquí como a las cinco de la mañana”.

A estas horas se suman las dedicadas al trabajo doméstico y de cuidados que realizan a lo largo del día, como se observa en el siguiente testimonio: “Termino de vender a las cinco de la tarde, de ahí pues tengo ese tiempo para estar con mis niños y todo [refiriéndose a lavado de trastes, ropa, alimentación, limpieza del hogar, entre otros] (entrevistada 2). Mientras que la entrevistada 6 señaló lo siguiente: “Mi horario de trabajo en la casa pues varía, porque pues tengo que preparar las salsas, el pollo, ir a las compras y pues es así casi todo el día y el trabajo de la casa”.

En este contexto las mujeres mencionan que tener el emprendimiento también les provoca cansancio y en ocasiones les gustaría generar recursos de otra manera, es el caso de la entrevistada 13 que mencionó lo siguiente: “Empezamos desde muy temprano, hay que ir a surtir al centro, a Texcoco, e ir con el triciclo hacia arriba es pesado, entonces hay momentos en los que si digo quisiera trabajar en otra cosa”.

La carga de horas de trabajo y actividades del emprendimiento generan cansancio a las mujeres, esto se observa en el siguiente testimonio: “Ya no queremos cargar el puesto porque es pesado, luego tenerlo que armar y desarmar, opté por poner la lona” (Entrevistada 8).

Discusión

Los resultados de la investigación sobre emprendimiento femenino tienen características particulares, una especificidad de esto es la motivación de las mujeres por obtener ingresos adicionales para cubrir sus necesidades diarias, como se observa en los trabajos de Paz y Espinoza (2019); Delgado et. al. (2020); Mukherjee, S. (2023), etcétera. A esta se suma la flexibilización del horario, que tiene que ver con la dificultad de enfrentarse a agendas de trabajo rígidas que limita el tiempo dedicado al trabajo doméstico y de cuidados, estos resultados son similares a los que se encontraron en los estudios de Torres, et. al (2024); Juvera, et al. (2023); Beltrán y Matus (2023); Santander et. al. (2016); Briseño et. al. (2016), quienes señalan que las mujeres emprenden porque les permite el desarrollo del emprendimiento y el cumplimiento del trabajo en el hogar (multitareas), independencia económica, entre otros.

Otras características tienen que ver con los beneficios económicos del emprendimiento, en especial con aquellos motivados por necesidad, ya que estos generan ingresos reducidos y no buscan o carecen de financiación externa como lo mencionan Carter y Shaw (2006 citados en Ventura y Quero, 2013); el uso de conocimientos y habilidades que se van sumando a lo largo de la vida de las mujeres durante el ejercicio del rol reproductor al interior del hogar (Kargwell, 2012; Carosio, 2004) y los beneficios personales de las emprendedoras como superación profesional y personal, tal y como lo encontraron Paredes et. al. (2019) y Díaz y Ceyca (2022).

Conclusiones

En este trabajo se propuso identificar el contexto socioeconómico y familiar que motiva a las mujeres a emprender un negocio en el espacio público y analizar la importancia que esto implica por lo que a continuación se presentan las siguientes conclusiones:

i) El espacio público se convierte en el lugar apropiado para emprender debido a que asegura compradores, no genera gastos de mantenimiento ni pagos excesivos. Las emprendedoras destacan como principales clientes a niñas, niños, mujeres y trabajadores y dos horarios de venta, entrada y salida de las escuelas y calles por donde transitan otros pobladores.

ii) El emprendimiento femenino en el Municipio de Texcoco surge en un contexto de crisis económica familiar, por lo que las mujeres necesitan generar recursos inmediatos para cubrir los gastos de alimentación, educación y traslado, además pagar servicios y cuotas comunitarias, así como para la reinversión del negocio. También los utilizan para mejorar la vivienda y hacer frente a los gastos familiares por la ausencia de ingresos masculinos.

iii) Las variables como la edad, educación y estado civil de las emprendedoras, así como el número y edad de las y los hijos o ausencia de estos, influyen significativamente en el desarrollo del emprendimiento ya que, las mujeres que tienen a su cargo dependientes económicos menores de edad y/o estudiantes deben de invertir más tiempo y recursos para generar mayores ganancias que las mujeres adultas que por su edad, el esfuerzo y gastos familiares son menores, a excepción de aquellas que tienen parejas enfermas o sin empleo. Esta situación permite señalar que el trabajo femenino no es secundario, al contrario, los ingresos generados en estos emprendimientos permiten la reproducción social y económica de los hogares.

iv) Los emprendimientos femeninos sin duda tienen relevancia familiar, mientras que los beneficios personales de las emprendedoras recaen en la escasa visibilización de su esfuerzo, conocimiento y perseverancia, esto por sí sólo no cambia la situación de las mujeres en cuanto la desigualdad al interior del hogar, ya que ellas siguen siendo las responsables del trabajo doméstico y de cuidados.

En este entorno queda pendiente realizar trabajos que profundicen en las repercusiones que el incremento en el número de horas de trabajo y las nuevas actividades genera en la salud física y emocional de las mujeres.

Referencias

- Beltran, E. P. y Matus, J.I. (2023). Estudiantes universitarias emprendiendo en Quintana Roo: Análisis cualitativo de su gestión empresarial. En Aguilar y Peña (Eds.), *Estudios de género en Latinoamérica 2023*, (pp. 182-194). Editorial iQuatro Editores. <https://releg.redesla.la/biblioteca/23.001/C15.pdf>
- Briseño, O., Briseño, A. & López, A. (2016). El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México. *Innovaciones de Negocios*, 13(25), 23-46. <https://doi.org/10.29105/rinn13.25-2>
- Brunet, I. & Santamaría, C. A. (2016). La economía feminista y la división sexual del trabajo. *Culturales*, 4(1), 61-86. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912016000100061
- Carosio, A. (2004). Las mujeres y la opción emprendedora consideraciones sobre la gestión. *Revista Venezolana de Estudios de la mujer*. 9(23), 79-112. http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_vem/article/view/2257
- Carrasco, C. (2006). “La Economía Feminista: Una apuesta por otra economía”. Instituto de Derechos Humanos. <http://www.derechos-humanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/la-economia-feminista-una-apuesta-por-otra-economia.pdf>
- Castiblanco, S. E. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 21(2), 53-66. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-68052013000200005
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2024). La autonomía de las mujeres en escenarios económicos cambiantes. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/00c3cb8c-78a8-4a76-b17f-cb3bff34f70b/content>
- Delgado, S-M., Carrasco, R.I., Chabusa, J.L y Mackay, C. R. (2020). Emprendimiento femenino por necesidad en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(91). <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/33192/34814>
- De Oliveira, O. & Ariza, M. (1999). Trabajo, familia y condición femenina: una revisión de las principales perspectivas de análisis. *Papeles de población*, 5(20), 89-127. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11202005>
- Díaz, I.A. & Ceyca, A. (2022). Empoderamiento e impacto del trabajo de ciudadanos emprendedoras en Tijuana. *Economía, Sociedad y Territorio*, 22(70), 833-864 https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-84212022000300833&script=sci_abstract&tlng=es

- Esquivel, V. (2016) La economía feminista en América Latina. Nueva Sociedad, (265), 103-116. <https://nuso.org/articulo/la-economia-feminista-en-america-latina/>
- H. Ayuntamiento Constitucional de Texcoco (HACT) (2022). Plan de Desarrollo Municipal 2022-2024. https://copladem.edomex.gob.mx/sites/copladem.edomex.gob.mx/files/files/pdf/Planes%20y%20programas/Mpales-2022-2024/Texcoco_PDM_2022-2024.pdf
- Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. *Mujer y Desarrollo*, (93), 1-51 <https://www.inmujeres.gob.es/publicacioneselectronicas/documentacion/Documentos/DE0897.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2020). Población. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodemo/ResultCenso2020_Nal.pdf
- Jia, J., Parvin, L. & Rahman, M. (2012). Determinates of women micro entrepreneurship: An empirical investigation en rural Bangladesh. *International Journal of Economics and Finance*, 4(5). <http://dx.doi.org/10.5539/ijef.v4n5p254>
- Juvera, J., Bermúdez, C. y Peña, C. (2023). Mujer-estudiante-empresaria frente al reto de la doble jornada y las tareas de cuidado no remunerado. En Aguilar y Peña (Eds.), *Estudios de género en Latinoamérica 2023*, (pp. 32-42). Editorial iQuatro Editores. https://www.researchgate.net/publication/374258892_Capitulo_3_Mujer-estudiante-empresaria_frente_al_reto_de_la_doble_jornada_y_las_tareas_de_cuidado_no_remunerado#full-TextFileContent
- Kargwell, S. (2012). A comparative study on gender and entrepreneurship development: still a male's world within UAE cultural context. *International Journal of Business and Social Science*, 3(6). http://ijbssnet.com/journals/Vol_3_No_6_Special_Issue_March_2012/7.pdf
- Langevang, T., Gough, K.V., Yankosn, P. W.K., Owusu, G. & Osei, R. (2015). Bounded Entrepreneurial Vitality: The Mixed Embeddedness of Female Entrepreneurship. *Economic Geography*, 91(4), 449-473. <https://doi.org/10.1111/ecge.12092>
- Martínez-Salgado, C. (2021). El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias. *Ciência & Saúde Coletiva*, 17(3), 613-619. <https://www.scielo.br/j/csc/a/VgFnXGmqhGHNMBsv4h76tyg/?format=pdf&lang=es>
- Mukherjee, S. (2023), "The business model canvas of women owned micro enterprises in the urban informal sector", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 17 No. 2, pp. 398-418. <https://doi.org/10.1108/JEC-05-2021-0068>

- Miranda, J.D., Sandoval, M.C. y Berttolini, G.M. (2023). Factores motivacionales que determinan el emprendimiento de las mujeres en Tabasco, México. *Región y sociedad*, (35), 1-27. <https://doi.org/10.22198/rys2023/35/1712>
- Paredes, S., Leal, M. y Saavedra, M. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, 10(23), 158-167. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2215-910X2019000300158&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Paz, Y. y Espinoza, 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>
- Pérez, V., Elizalde, K. & Rodríguez, G. (2022). *Revista mexicana de ciencias forestales*. 13(74), 120-144. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-11322022000600120&script=sci_abstract
- Piña-Ferrer, L.S. (2023) El enfoque cualitativo: Una alternativa compleja dentro del mundo de la investigación. *KOINONIA*, VIII (15), 1-3. <https://doi.org/10.35381/r.k.v8i15.2440>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (s/f) <https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals#:~:text=Tambi%C3%A9n%20conocidos%20como%20Objetivos%20Mundiales,disfruten%20de%20paz%20y%20prosperidad>.
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) (s/f). <https://www.unep.org/es/explore-topics/sustainable-development-goals>
- Quispe, D. A., & Virto, L. A. (2024). Emprendimiento femenino: factores personales que intervienen en la sostenibilidad de emprendimientos de la comunidad Woman Power – provincia del Cusco. *TRASCENDER*, 1(2), 51-67. <https://doi.org/10.51343/revtrascender.v1i2.1228>
- Rodríguez, C. (2015). Economía feminista y economía del cuidado. Aportes conceptuales para el estudio de la desigualdad. *Nueva Sociedad*, 256, 230-244. <https://nuso.org/articulo/economia-feminista-y-economia-del-cuidado-aportes-conceptuales-para-el-estudio-de-la-desigualdad/>
- Salas, A. & Baca, N. (2015). La contribución del ingreso femenino al bienestar del hogar en una comunidad oaxaqueña. *Espacio abierto*, 24(3), 97-111. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12242627005>
- Sanchen, H. & Akoob, K. (2017). Motivational factors affecting informal women entrepreneurs in North-West Province. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*. https://www.researchgate.net/publication/364679299_Motivational_factors_affecting_informal_women_entrepreneurs_in_North-West_Province#full-text

- Santander, A. P., Fernández, R. C., & Yáñez, M. D. (2016). Motivaciones y condiciones contextuales en el emprendimiento liderado por mujeres chilenas. *Revista de Ciencias Sociales*, XXII (2), 63-67. <https://www.redalyc.org/journal/280/28049145006/html/>
- Secretaría de Economía (2024). Estado de México. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/mexico-em?redirect=true>
- Torres, P., Cheverría, S., Tristán, B.V. y Díaz, A. (2024). Competencias emprendedoras en la mujer potosina: una perspectiva cualitativa. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 24(2), 36-45. DOI: 10.24054/face.v24i2.3116
- Tuffour, J. K., Oppong, M., Nyanyofio, J. G. T., Abukari, M. F., Addo, M. N., & Brako, D. (2022). Micro-Entrepreneurship: Examining the Factors Affecting the Success of Women Street Food Vendors. *Global Business Review*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/09721509211072380>
- Velázquez, M.A., Godínez, L. & Rodríguez, G. (2023). El emprendimiento como estrategia de desarrollo de las mujeres de la región oriente del Estado de México. *Revista Relayn*. 7(3), 51-64. <https://iqaatroeditores.org/revista/index.php/relayn/article/view/1127>
- Ventura, R., & Quero, M. J. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de Gestión*, 13(1), 127-149. <https://www.redalyc.org/pdf/2743/274325767005.pdf>
- Viadana, C.A., Zubeldía, M.L., Tomarelli, J. & Morales, O. (2016). Mujeres emprendedoras: una aproximación empírica. Instituto de Investigaciones y Asistencia Tecnológica en Administración, Escuela de Administración, Argentina, 1-18. <https://rephip.unr.edu.ar/server/api/core/bitstreams/16adedc8-a1c8-4be9-9e34-473824aafa6a/content>

Sobre los autores

¹Profesora investigadora de la Universidad Autónoma del Estado de México, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5832-425X>

²Profesora investigadora de la Universidad Autónoma del Estado de México, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8149-8012>

³Profesora investigadora de la Universidad Autónoma del Estado de México, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8571-9043>



iQU4TRO EDITORES

En colaboración con:

