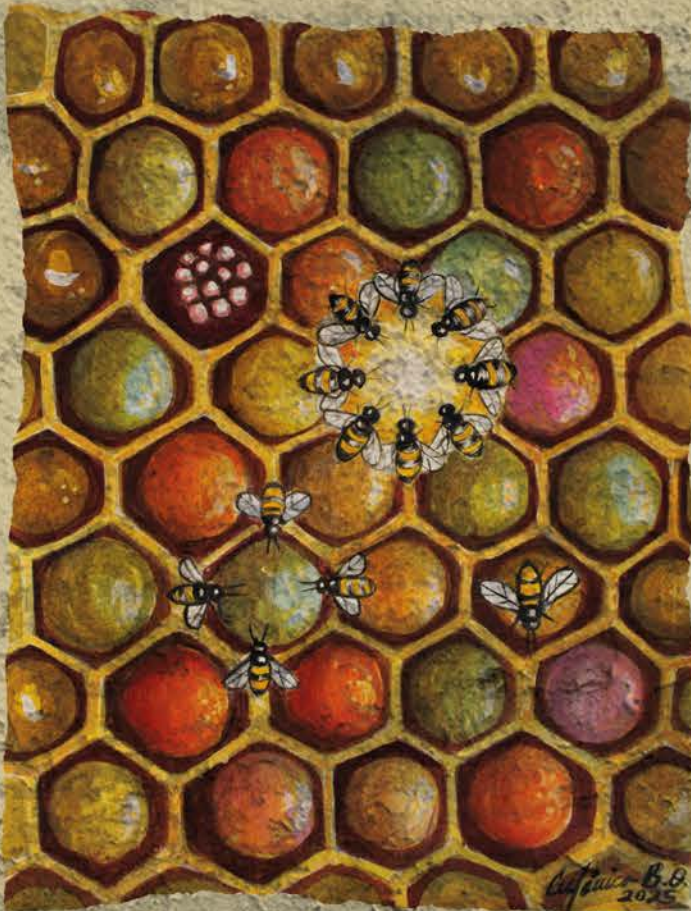


El inalcanzable equilibrio de las emprendedoras

Las redes de apoyo, pilar de sus negocios

Coordinan

Claudia M. Prado-Meza · Francisco Javier Haro Navejas



UNIVERSIDAD DE COLIMA

El inalcanzable equilibrio de las emprendedoras

Las redes de apoyo, pilar de sus negocios

enfoque académico

UNIVERSIDAD DE COLIMA

Dr. Christian Jorge Torres Ortiz Zermeño, Rector

Mtro. Joel Nino Jr., Secretario General

Mtro. Jorge Martínez Durán, Coordinador General de Comunicación Social

Mtro. Adolfo Álvarez González, Director General de Publicaciones

Mtra. Irma Leticia Bermúdez Aceves, Directora Editorial

El inalcanzable equilibrio de las emprendedoras

Las redes de apoyo, pilar de sus negocios

Coordinan

Claudia M. Prado-Meza

Francisco Javier Haro Navejas



UNIVERSIDAD DE COLIMA

El inalcanzable equilibrio de las emprendedoras. Las redes de apoyo, pilar de sus negocios

© Universidad de Colima, 2025

Avenida Universidad 333

C.P. 28040, Colima, Colima, México

Dirección General de Publicaciones

Teléfonos: 312 316 1081 y 312 316 1000, extensión: 35004

Correo electrónico: publicaciones@ucol.mx

www.ucol.mx

Derechos reservados conforme a la ley

Publicado en México / *Published in Mexico*

ISBN electrónico: 978-968-9733-12-6

DOI: 10.53897/LI.2025.0031.UCOL

5E.1.1/317000/023/2025 Edición de publicación no periódica



Este libro está bajo la licencia de Creative Commons, Atribución – NoComercial – CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)

Usted es libre de: Compartir: copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. Adaptar: remezclar, transformar y construir a partir del material bajo los siguientes términos: Atribución: Usted debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante. NoComercial: Usted no puede hacer uso del material con propósitos comerciales. CompartirIgual: Si remezcla, transforma o crea a partir del material, debe distribuir su contribución bajo la misma licencia del original.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution – NonCommercial – ShareAlike 4.0 International License.

You are free to: Share: copy and redistribute the material in any medium or format. Adapt: remix, transform, and build upon the material under the following terms: Attribution: You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made. You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use. NonCommercial: You may not use the material for commercial purposes. ShareAlike: If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original.

Proceso editorial certificado con normas ISO desde 2005

Dictaminación doble ciego y edición registradas en el Sistema Editorial Electrónico PRED

Registro: LI-011-25

Recibido: Marzo de 2025

Publicado: Diciembre de 2025

Índice

Voces de resiliencia. Redes de apoyo, pilar del emprendimiento femenino	7
<i>Claudia M. Prado-Meza</i>	
<i>Francisco Javier Haro Navejas</i>	
Capítulo 1. Ruptura con la benevolencia a través de la construcción de su ser: la emprendedora mexicana	26
<i>María Isabel Orozco Rodríguez</i>	
Capítulo 2. Liminalidad y emprendimientos turísticos de mujeres en la frontera norte mexicana	53
<i>Isis Arlene Díaz-Carrión</i>	
<i>Ma. Cruz Lozano Ramírez</i>	
<i>Adriana Guillermina Ríos Vázquez</i>	
Capítulo 3. Female Entrepreneurship and the Purple Economy: Challenges and Opportunities in Mexico	74
<i>Juana Edith Navarrete Marneou</i>	
Capítulo 4. Trazando puentes de integración: emprendimiento e interculturalidad entre migrantes venezolanas en Brasil	104
<i>Chess Emmanuel Briceño Nuñez</i>	
Capítulo 5. Mujer resiliente: iniciativas de emprendimiento social femenino para generar autoempleo a mujeres madres autónomas ...	123
<i>Genny Georgina Colli Chuc</i>	
<i>María Elena Hurtado Rodríguez</i>	
<i>Miriam Alejandra Martín González</i>	
<i>Gizelle Guadalupe Macías González</i>	

Capítulo 6. Mujeres empresarias en Sinaloa y sus contribuciones al desarrollo local desde una perspectiva feminista. El caso de las mujeres en la industria de alimentos y bebidas.....	152
<i>Erika Cecilia Montoya Zavala</i>	
Capítulo 7. Liderazgo directivo de mujeres en la gestión deportiva pública y privada: caso Colima	177
<i>Isela Guadalupe Ramos Carranza</i>	
<i>Ciria Margarita Salazar C.</i>	
<i>Carmen Silvia Peña Vargas</i>	
Capítulo 8. Poder empresarial femenino en el ámbito de la consultoría en seguridad y salud en el trabajo	202
<i>Angélica Yedit Prado Rebolledo</i>	
<i>Alejandra Chávez Ramírez</i>	
<i>Rocío Abril Morales Loya</i>	
<i>José Manuel de la Mora Cuevas</i>	
Capítulo 9. De emprendedora a empresaria. Retos, desafíos y adversidades: caso de la empresa “Lupita Coronel” <i>Beauty Academy</i>	234
<i>Oriana Zaret Gaytán Gómez</i>	
<i>María Guadalupe Martínez Coronel</i>	
Semblanzas.....	265

Voces de resiliencia. Redes de apoyo, pilar del emprendimiento femenino

Claudia M. Prado-Meza
Francisco Javier Haro Navejas

Este libro es una combinación de voces e historias de mujeres en los negocios. Son nueve textos en los que las y los autores comparten los esfuerzos diarios que emprendedoras y empresarias realizan para sacar adelante sus empresas, quienes exponen lo que aman de sus emprendimientos y qué las hace sentirse plenas, creativas y exitosas; también nos hacen saber qué elementos consideran fundamentales para la persistencia de sus negocios, siendo las redes de apoyo esenciales para equilibrar su participación en el área productiva con las actividades del hogar y el cuidado de sus hijos e hijos.

Estos textos son el resultado de la sinergia entre los grupos de investigación y las empresarias con quienes conversaron. Ellas dedicaron parte de su tiempo a relatar los esfuerzos que han tenido que realizar y los grupos de investigación contextualizaron dichas historias, de manera que permiten a quienes leen comprender que los emprendimientos no nacen solos ni en el vacío. Asimismo, visibilizan las distintas brechas de género existentes y muestran cómo afectan a las mujeres que desean emprender y qué herramientas utilizan para sobrellevarlas.

Es imprescindible resaltar el gran compromiso de los equipos de investigación con las mujeres empresarias. A lo largo de los capítulos se advierte cómo estos proyectos nacen de ser testigos de primera mano de los retos estructurales que enfrentan las mujeres que deciden emprender. De acuerdo a la publicación del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), titulada *Una olimpiada desigual. La equidad de género en las empresas latinoamericanas y del Caribe* (Basco et al., 2021) se encontró evidencia de cómo las condiciones de las mujeres empresarias es diferente a la de los varones, donde dos de cada 10 empresas (14%) son propiedad de mujeres.

En muchas ocasiones, estos proyectos de investigación son producto de iniciativas diseñadas y desarrolladas bajo una metodología de acción-participación, logrando que todas las partes colaboradoras adquirieran nuevo capital humano y reforzaran su capital social. Por lo que cada capítulo es el resultado de una investigación exhaustiva que demuestra el compromiso por avanzar en los estudios sobre las mujeres emprendedoras desde una perspectiva feminista. Ante la brecha existente en las estadísticas de emprendimiento entre varones y mujeres, estos textos matizan los contextos en los cuales las mujeres emprenden y dirigen sus empresas.

No es sorpresa, entonces, que una de las conclusiones de estos textos sea que la escasez de datos oficiales impide el diseño e implementación de políticas públicas con perspectiva de género, lo que genera un círculo vicioso: los esfuerzos de emprendimiento no pueden ser apoyados por el gobierno considerando los contextos específicos de las mujeres. Esto es particularmente preocupante cuando se sabe que el 20.6% de las empresas en México han sido fundadas exclusivamente por mujeres (Asociación de Emprendedores de México, 2024).

Otro de los temas recurrentes en los textos es cómo el análisis de estas historias visibiliza que los emprendimientos están constreñidos por el contexto en que se encuentran las mujeres, donde el sistema jerarquizado de género las coloca en desventaja en cada etapa de la empresa, desde su nacimiento hasta su renovación o cierre.

No es de extrañar, entonces, que muchas mujeres decidan emprender en sectores donde su presencia es más común y donde enfrentan menor resistencia, menores barreras de entrada y ma-

yor flexibilidad para equilibrar su vida familiar con la empresarial. Según la *Radiografía del emprendimiento en México 2024: Edición mujeres* (Asociación de Emprendedores de México, 2024), los sectores con mayor presencia de mujeres emprendedoras son el comercio (50%), los servicios (36%) y la manufactura (10.8%); en contraste, sólo el 1.6% de los emprendimientos en el sector tecnológico son liderados por mujeres, lo que indica que una mujer tiene 25 veces más probabilidades de emprender en comercio que en tecnología.

Al analizar el contexto, es posible entender que los sectores socialmente aceptables para el emprendimiento femenino son aquellos donde la presencia de mujeres es más común porque están relacionados con el cuidado.

Así, se presentan dos ejemplos de la participación de empresarias en sectores masculinizados: el primero, “Liderazgo directivo de mujeres en la gestión deportiva pública y privada: caso Colima”, autoría de Isela Guadalupe Ramos Carranza, Ciria Margarita Salazar C. y Carmen Silvia Peña Vargas; y el segundo, “Poder empresarial femenino en el ámbito de la consultoría en seguridad y salud en el trabajo”, de Angélica Yedit Prado Rebolledo, Alejandra Chávez Ramírez, Rocío Abril Morales Loya y José Manuel de la Mora Cuevas. En ambos casos, las empresarias relatan experiencias poco positivas en las que, incluso, algunos trabajadores se niegan a recibir órdenes de ellas, sólo por el hecho de ser mujeres.

No es difícil entender por qué es menos común que las mujeres emprendan en estos sectores, ya que su día a día implica un reto continuo y frecuente; sin embargo, al igual que otras empresarias entrevistadas, identifican éxitos y logros que las enorgullecen y les permiten continuar con su labor. Por ello, este libro es un esfuerzo por visibilizar la importancia del análisis del contexto y de su impacto, resaltando tanto los elementos positivos como las dificultades estructurales que enfrentan las emprendedoras.

Al hacerlo, es posible derrumbar el mito popular de que “el peor enemigo de una mujer es otra mujer”, dicho ampliamente aceptado en México y escuchado con frecuencia en distintos espacios y momentos, pero tiene raíces patriarcales y su repetición perpetúa la división entre ellas, ignorando las causas estructurales de muchas de las brechas y violencias de género existentes.

Todos los textos de este libro resaltan la importancia de las redes de apoyo, la mayoría son familiares, donde otras mujeres apoyan en el cuidado del hogar y los hijos, e incluso en la administración del negocio cuando es necesario; también brindan apoyo emocional y se convierten en las principales motivadoras para iniciar o continuar con los emprendimientos. Otras redes de apoyo incluyen colegas con quienes se comparten preocupaciones, consejos y estrategias, así como cámaras de comercio que permiten ampliar la red de contactos y acceder a programas de capacitación y actualización.

Según la *Radiografía del emprendimiento en México 2024: Edición mujeres* (Asociación de Emprendedores de México, 2024), más del 70 % de las mujeres emprendedoras recurren a redes familiares o de amigas para apoyo financiero, emocional o logístico. Dependiendo del tipo de red a la que tengan acceso, varían los beneficios y desafíos que enfrentan. Las redes familiares e informales suelen ser más accesibles y brindan apoyo en el hogar y en la toma de decisiones, pero carecen del capital financiero y social necesario para proporcionar apoyo estratégico y acceso a financiamiento formal. En contraste, las redes empresariales y de mentoría pueden ser más difíciles de acceder, pero ofrecen servicios valiosos para la profesionalización del emprendimiento.

Tal como lo explican los capítulos, existen sectores empresariales donde las mujeres tienen aún menor participación, lo que significa que, en muchos casos, se ven en la necesidad de crear, en lugar de acceder a, redes que las apoyen en sus procesos de toma de decisiones.

No es de extrañar, entonces, que las mujeres con acceso a redes de apoyo tengan un 35 % más de probabilidades de mantener su negocio activo después de tres años, en comparación con aquellas sin redes (Asociación de Emprendedores de México, 2024). En lo referente a acceso al financiamiento, si analizamos las micro y pequeñas empresas lideradas por mujeres, el 38 % de las primeras y el 40 % de las segundas solicitaron financiamiento; sin embargo, sólo el 8 % de las solicitudes de las microempresas fueron aprobadas, mientras que de las pequeñas lo fue el 11 %. Si se contrastan los datos con las empresas de mismo tamaño, pero lideradas por hombres, se identifica que la tasa de aprobación para las micro es de 15

y 24 % para las pequeñas empresas. Siendo tres los factores identificados como barreras, quedando en primer lugar lo alto de las tasas de interés (65 % de las emprendedoras); en segundo lugar, el exceso de requisitos (45 %) y, en tercero, el historial crediticio poco favorecedor (45 %). Por ello, el 52.97 % de las emprendedoras utiliza sus ahorros para financiar su empresa, mientras que 21.74 % recurre al apoyo de familiares (Salcedo Fierro, 2024). Esto demuestra que las redes de apoyo no sólo brindan acompañamiento, sino que también juegan un papel clave en el financiamiento de los negocios.

Así, a pesar de iniciar sus emprendimientos desde la desventaja, las investigaciones compartidas en este libro muestran que son otras mujeres, tanto en redes familiares como profesionales, quienes desempeñan un papel esencial en la conciliación entre el emprendimiento y la vida personal. Ante la falta de capital financiero, es el capital social el que les permite conciliar su vida familiar con su nuevo emprendimiento.

Poco sorprende entonces que los textos permitan evidenciar a un gobierno ausente o con acciones insuficientes para actuar como un catalizador que impulse la creatividad de las empresarias, y tampoco logra evitar que se vean forzadas a tener más de una jornada laboral para conciliar su vida familiar con la de ser un sustento económico para la familia. Por lo que estos relatos crean conciencia sobre la importancia de no romantizar sus esfuerzos y de resaltar que los obstáculos que enfrentan están relacionados con su género.

El análisis contextualizado que abordan los textos está, en su mayoría, enmarcado en la interseccionalidad, haciendo un recuento de las diferentes identidades de las mujeres empresarias; es decir, la carga de trabajo extra que deben realizar proviene de los diversos roles que desempeñan en la sociedad: son madres, esposas, hijas y, al mismo tiempo, el resultado de una realidad que les toca vivir y que poco pueden cambiar, como su lugar de nacimiento, etnicidad, clase socioeconómica, edad, historia familiar y redes de apoyo heredadas, entre otros. Sin embargo, el aspecto social de varios de los emprendimientos analizados demuestra que su trabajo puede servir como un puente entre culturas, generaciones y grupos sociales.

Finalmente, otro aspecto abordado en los textos es la persistencia de sesgos de género ocultos dentro del entorno empresarial. Por ello, es poco común que se analice cómo las mujeres emprendedoras y empresarias definen el emprendimiento, cómo se consideran empresarias y, sobre todo, cómo se perciben como empresarias exitosas. No obstante, convincentemente los textos que integran este libro son un referente en la construcción de estas definiciones; en particular, porque las mujeres que colaboran y comparten sus experiencias de emprendedurismo destacan aquello que verdaderamente les interesa, como la importancia de utilizar su tiempo en iniciativas propias que les permitan desarrollar su creatividad y dejar un legado a sus hijos. También abordan cómo las redes de mujeres que las apoyan son fundamentales para emprender y mantener sus negocios, sin olvidar que es fundamental el contribuir activamente a los ingresos familiares.

El primer trabajo lleva por título, “Ruptura con la benevolencia a través de la construcción de su ser: la emprendedora mexicana” de María Isabel Orozco Rodríguez, de la Universidad de Guadalajara, quien nos invita a considerar cómo el contexto influye en la manera en que una mujer emprende y desarrolla negocios. Es crucial examinar el emprendimiento desde una perspectiva crítica, cuando se adopta un enfoque feminista para analizar el contexto sociocultural e histórico en que están insertas las mujeres, se vuelve necesario cuestionar el por qué se promueve al emprendimiento como una actividad económica benéfica, a la vez que se le promociona como una vía para el empoderamiento económico de las mujeres, una actividad económica deseable dentro de la realidad capitalista; sin embargo, las políticas públicas bajo las cuales realizan sus emprendimientos perpetúan prejuicios de género, lo que lleva a percibir a la mujer emprendedora como menos apta o exitosa que sus contrapartes masculinas.

Orozco Rodríguez nos invita a cuestionar los contextos bajo los cuales las mujeres emprenden, desde los sectores económicos en los que inician sus emprendimientos, hasta el que esté normalizado el que muchas de ellas trabajen desde casa, por considerarse una opción viable para conciliar la vida familiar, lo que termina resultando en una doble o triple jornada laboral. Así, la autora nos

invita a reflexionar si es posible lograr la verdadera liberación y empoderamiento de las mujeres y de si es posible crear nuevas formas de cooperación femenina que escapen de la lógica neoliberal. Busca respuestas a esas interrogantes a través de analizar el curso Mujeres Orquídea, llevado a cabo en 2015 en Zapopan. María Isabel examina las historias de vida de las participantes, centrándose en su desarrollo como mujeres emprendedoras, con énfasis en su biografía familiar y los roles que han desempeñado. Encontrando que usualmente el emprendimiento es presentado como una opción para el empoderamiento, pero en muchos casos significa una carga mayor de trabajo, al agregarse una jornada laboral extra a las ya existentes, sin que las mujeres puedan abandonar su rol reproductivo históricamente impuesto, siendo esta contradicción característica del capitalismo, pues se les ofrece libertad e independencia a través del derecho a trabajar más desde el hogar, perpetuando su explotación y aislamiento.

María Isabel resalta el papel fundamental del apoyo mutuo entre mujeres, ya que es gracias a ello que les es posible desempeñar sus actividades productivas y reproductivas, lo que resalta la naturaleza solidaria y cooperativa de las mujeres, que contrasta con los parámetros neoliberales y la falta de apoyo estatal. Al final, las historias de las participantes nos permiten repensar el emprendimiento femenino en México como algo más profundo: un espacio de expresión, libertad y dignificación, un impulsor de su acción en la satisfacción de sus necesidades, el cual no sólo aporta económicamente al hogar, sino que también contribuye a su empoderamiento, dignificación, libertad e independencia. Y esto se lograría a través de procesos educativos que no reproduzcan la histórica subordinación de las mujeres; por lo tanto, los proyectos educativos que reconozcan y visibilicen el trabajo de las emprendedoras y empresarias podrá realmente empoderarlas.

El segundo texto es autoría de Isis Arlene Díaz-Carrión, Ma. Cruz Lozano Ramírez y Adriana Guillermina Ríos Vázquez, y lleva por título "Liminalidad y emprendimientos turísticos de mujeres en la frontera norte mexicana". Este estudio explora la transitoriedad de los emprendimientos turísticos de mujeres emprendedoras en Tijuana, Baja California (México). Las autoras utilizaron una

metodología cualitativa para comprender cómo las mujeres emprenden a pesar de sus cargas de trabajo doméstico y de cuidados. Un aspecto que también se aborda en este texto es cómo muchos de los emprendimientos en México surgen de la carencia, convirtiéndose en una opción para generar ingresos en un entorno económico que suele ser poco amigable para las mujeres. Al considerarse una alternativa que permite conciliar las actividades que lleva a cabo en el hogar, con el emprendimiento que les permite acceder a recursos económicos.

El análisis a las actividades de las empresarias en el sector turístico permite a las autoras el visibilizar los desafíos significativos, sobre todo en períodos de transición, tal como lo fue la pandemia por covid-19. Al igual que el estudio de María Isabel, analizan la percepción que las participantes tienen de sí mismas como emprendedoras, especialmente en periodos de transición marcados por la emoción y la incertidumbre, donde apenas están construyendo su negocio y están a la par tratando de equilibrar su papel como empresarias, a la vez de hacerse cargo de sus responsabilidades familiares; y es ahí que abordan el concepto de liminalidad, el cual les permite identificar la etapa en que se encuentran en su emprendimiento. Para algunas, es un periodo de transición, mientras que, para otras, es una fase de incertidumbre o *limbo*.

Entre los hallazgos principales de la investigación resaltan la importancia de contar con referentes femeninos en su entorno: muchas de las entrevistadas señalaron que otras mujeres emprendedoras en sus familias o comunidades las inspiraron a iniciar sus negocios. Siendo la construcción de redes de apoyo, tanto formales como informales, una herramienta que les da acceso a oportunidades y conocimientos empresariales para desarrollar estrategias para mantenerse en el negocio y evitar el cierre, así como del equilibrio entre sus actividades en el hogar, como en su negocio. Es así que se ven en la necesidad de desarrollar la capacidad de adaptación y resiliencia para encontrar oportunidades para crecer y consolidar sus negocios.

El tercer texto, titulado "Female entrepreneurship and purple economy: Challenges and Opportunities in Mexico", de Juana Edith Navarrete Marneou, de la Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo, es el único en inglés. Las conversaciones sobre

equilibrar la vida familiar con la empresa continúan en este artículo, donde la autora aborda los retos que enfrentan las empresarias en Quintana Roo, México, mediante un análisis realizado desde la perspectiva de la Teoría Feminista, con un enfoque especial en la Economía Violeta y la Economía de los Cuidados, donde uno de los principales preceptos de la economía feminista es que el trabajo doméstico no remunerado y el trabajo de cuidados son la piedra angular de los sistemas económicos.

El estudio identificó que la mayor parte de las empresas analizadas pertenecen al sector de los cuidados, muchas de ellas operan desde casa y sólo a medio tiempo. Asimismo, nos permiten identificar algunos de los retos comunes de las empresarias, al igual que los capítulos anteriores, entre las razones principales que tienen para emprender mencionaron la necesidad de equilibrar su negocio con las actividades de cuidado y del hogar; sin embargo, es importante el visibilizar que esto puede ser una limitante en las oportunidades de expansión y crecimiento de sus empresas. Ante esto es imprescindible entender, y por lo tanto visibilizar, el condicionamiento del emprendimiento al contexto, lo que implica que las mujeres suelen emprender en sectores de la economía con bajo valor agregado, ya que tienen la responsabilidad del cuidado de niños, familiares y del hogar. Esto les dificulta adquirir capacitación o estudios más demandantes, restringiendo su crecimiento empresarial, que puede convertirse en un círculo vicioso, pues tal situación también les dará acceso limitado al financiamiento formal. Algunas de las veces pueden sobreponerse a este obstáculo gracias a las redes familiares de apoyo, pero si carecen de ello, las posibilidades de éxito de sus negocios disminuyen aún más.

Edith Navarrete nos invita a identificar los desafíos estructurales al analizar los desafíos y éxitos de las empresarias, porque la realidad es que, a pesar de ser responsables del cuidado de gran parte de la población, estas mujeres no cuentan con el respaldo necesario, ni del gobierno, ni de instancias financieras ni de la sociedad, para desarrollarse plenamente como empresarias exitosas.

El cuarto trabajo, de Chess Emmanuel Briceño Nuñez, de la Universidad Nacional Abierta de Venezuela, se titula “Trazando puentes de integración: Emprendimiento e interculturalidad entre

migrantes venezolanas en Brasil”, nos comparte una visión internacional de mujeres empresarias originarias de Venezuela que han migrado a Brasil, explora cómo han integrado sus emprendimientos en su proceso de adaptación e inclusión en su nuevo entorno. Briceño Nuñez analiza el contexto del emprendimiento femenino migrante y aporta que las circunstancias y contextos dan forma a las barreras que enfrentan para consolidar sus negocios, sobre todo cuando lo hacen en un entorno desconocido y fuera de su comunidad de origen.

Briceño Nuñez utiliza la teoría de la interseccionalidad como un marco conceptual para analizar cómo el género, la clase social, la comunidad de origen, el origen étnico y la comunidad destino influyen en las oportunidades y desafíos que enfrentan estas mujeres. Empleó una metodología cualitativa, específicamente la etnografía virtual, que le permitió observar grupos en redes sociales, foros de discusión y otros espacios digitales relevantes para la comunidad migrante; además de realizar entrevistas semiestructuradas con empresarias venezolanas en Brasil.

Los hallazgos destacan cómo las empresarias venezolanas llevan consigo su cultura de origen a la comunidad de destino, tanto así que sus emprendimientos reflejan este proceso de adaptación y preservación cultural, por lo que sus emprendimientos llegan a ser un puente intercultural donde las empresarias venezolanas ven sus negocios como una oportunidad para facilitar la comprensión mutua entre las comunidades venezolanas y brasileñas. El estudio demuestra que el emprendimiento de las mujeres migrantes no sólo evidencia su capacidad de adaptación a una nueva realidad, sino que también les permite generar ingresos en contextos desafiantes. Más allá de ser una estrategia de supervivencia, sus negocios actúan como espacios de interculturalización, en los que el producto y los servicios que ofrecen reflejan tanto su proceso de adaptación como la identidad de su comunidad de origen. Este análisis nos ayuda a comprender que los contextos de las comunidades de destino son determinantes para el éxito de las mujeres migrantes emprendedoras. A pesar de los retos, sus esfuerzos representan una oportunidad para el desarrollo económico y social tanto para ellas como para las comunidades que las reciben.

El siguiente texto lleva por título, “Mujer resiliente: iniciativas de emprendimiento social femenino para generar autoempleo a mujeres madres autónomas”, de Genny Georgina Colli Chuc, María Elena Hurtado Rodríguez, Miriam Alejandra Martín González y Gizelle Guadalupe Macías González, de la Universidad de Guadalajara. Muchas de las iniciativas analizadas en este estudio son resultado de políticas y programas públicos diseñados para conciliar las responsabilidades reproductivas de las mujeres con oportunidades que les permitan acceder a ingresos económicos. Se busca generar un impacto positivo tanto en la vida de las mujeres como en la de sus hijas e hijos.

Este trabajo aborda la iniciativa Mujer Resiliente, un programa dirigido a mujeres emprendedoras en el municipio de Tepatlán de Morelos, Jalisco, liderado por las autoras. La iniciativa busca fortalecer el autoempleo entre mujeres responsables en un 100 % de la crianza y manutención de sus hijas e hijos. De los datos clave que nos ayudan a entender el contexto bajo el cual emprenden las mamás autónomas es que suelen ser un segmento de la población con alta necesidad de generar ingresos, ya que según datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2023), el 70 % de las madres autónomas son económicamente activas, en contraste con la tasa de participación económica de las mujeres en general, que es de 46.7 %; esta diferencia de 23.3 % indica que las madres autónomas tienen una probabilidad 1.5 veces mayor de estar activas económicamente, en comparación con otras mujeres; a la vez, tres de cada 10 madres autónomas no cuentan con prestaciones laborales, lo que aumenta su vulnerabilidad y afecta su estabilidad económica.

Este texto presenta los resultados del análisis de dos proyectos de emprendimiento social diseñados expresamente por empresarias sociales para fomentar el autoempleo entre madres autónomas. A partir de conversaciones con las empresarias, se identificaron los principales desafíos y aprendizajes, la importancia de crear espacios donde las mujeres se sientan apoyadas y puedan llevar a cabo o ser parte de un emprendimiento. Sin embargo, estos espacios requieren tanto de tiempo como de es-

fuerzo y coordinación, así como de fondos para operar, por lo que es fundamental el compromiso con la causa por parte de estas empresarias para el éxito de las iniciativas. Las entrevistadas están convencidas de la importancia de su labor y de su impacto en la vida de las mujeres que participan.

En sus hallazgos analizan que es posible desarrollar e implementar modelos integrales de apoyo que van más allá del económico y la capacitación laboral, y consideran el contexto, las habilidades y las necesidades específicas de las mujeres autónomas. Además, el estudio evidencia que, a pesar de los desafíos, el emprendimiento social femenino tiene el potencial de transformar la realidad de muchas mujeres, al brindarles herramientas para mejorar su autonomía económica y su bienestar familiar; sin embargo, su éxito depende de la creación de condiciones adecuadas en que tengan acceso a redes de apoyo, estabilidad laboral y oportunidades de crecimiento.

El sexto trabajo es autoría de Erika Cecilia Montoya Zavala, de la Universidad Autónoma de Sinaloa, y lleva por título “Mujeres empresarias en Sinaloa y sus contribuciones al desarrollo local desde una perspectiva feminista. El caso de las mujeres en la industria de alimentos y bebidas”. Montoya Zavala realizó esta investigación con un enfoque feminista para analizar y visibilizar la participación empresarial de las mujeres en Sinaloa, resaltando los desafíos que enfrentan en un entorno de desigualdad estructural, puesto que las oportunidades para emprender están diferenciadas por género, ya que las mujeres deben equilibrar su presencia en la empresa con su papel dentro del hogar.

El estudio se centró en el sector económico de la industria de alimentos y bebidas en Sinaloa, que representa el 46 % del total de unidades económicas y genera 51 % de los empleos en la industria manufacturera. Para este análisis entrevistó a 37 empresarias dentro del sector, y entre los principales hallazgos está el cómo las entrevistadas compaginan su liderazgo empresarial con compromiso social, al participar activamente en iniciativas comunitarias y sociales. Muchas de ellas lideran organismos empresariales y están comprometidas con proyectos altruistas que benefician a sus comunidades. La mayoría de las empresarias entrevistadas están al frente

de empresas medianas que generan más de 50 empleos, y muchas de ellas optan por contratar mayoritariamente a mujeres, especialmente madres de comunidades con altos índices de rezago social.

De esta manera, a lo largo de su trayectoria, las empresarias han gestado nuevas alternativas de identidad femenina, desarrollando formas innovadoras de organización y liderazgo. Donde además de impulsar sus negocios, han construido redes de apoyo que les permiten avanzar en sus emprendimientos y vincularse con la sociedad a través del voluntariado y su participación en asociaciones comunitarias. Así, su capacidad de innovación y liderazgo, junto con su compromiso con el bienestar social, las posiciona como figuras clave en la transformación del entorno empresarial y comunitario.

El séptimo trabajo es el primero de tres que abordan los emprendimientos de mujeres colimenses, titulado "Liderazgo directivo de mujeres en la gestión deportiva pública y privada: caso Colima" de las autoras Isela Guadalupe Ramos Carranza, Ciria Margarita Salazar C. y Carmen Silvia Peña Vargas, de la Universidad de Colima, quienes analizan cómo las mujeres en el ámbito deportivo han desafiado estereotipos no sólo en la actividad física que practican, sino también en diversos espacios dentro del sistema deportivo, incluyendo la gestión y dirección de empresas del sector, ya que históricamente la mayoría de las actividades deportivas y atléticas han sido consideradas masculinas.

Entre los hallazgos de la investigación está que las mujeres que lideran empresas deportivas enfrentan retos similares a los de otras empresarias; además de las dificultades propias del sector, deben equilibrar sus actividades profesionales con las responsabilidades de la esfera privada, incluyendo el cuidado de la familia y el hogar, así como el rol de esposas y madres.

En el caso de la importancia del contexto, las autoras explican que muchas de las funciones que las mujeres desempeñan en la gestión deportiva están vinculadas a tareas administrativas o secretariales, actividades que usualmente son llevadas a cabo por mujeres. Esto implica que, aunque su participación es determinante para el funcionamiento de las empresas, en muchas ocasiones no acceden a puestos donde se tomen decisiones estratégicas.

En su análisis sobre el liderazgo femenino en Colima encontraron que fue hasta mediados de la década de 1980 cuando una mujer dirigió por primera vez una empresa deportiva, donde se ofrecían servicios de entrenamiento aeróbico, siendo hasta después de diez años que dos mujeres más iniciaron proyectos empresariales enfocados en el deporte.

En el texto, las autoras, quienes tienen una larga trayectoria en el estudio del deporte y la actividad física, reflexionan sobre los distintos liderazgos femeninos que han observado a lo largo de los años. Al analizar estas historias desde una perspectiva de género, identifican las siguientes características en las mujeres que han alcanzado puestos directivos en el sector deportivo: suelen ser mujeres jóvenes con estudios de grado y posgrado, las cuales cuentan con experiencia previa como deportistas, lo que les proporciona una sólida preparación para asumir puestos de liderazgo. Se actualizan y capacitan constantemente, y ejercen un liderazgo transformacional o participativo, promoviendo la inclusión y el desarrollo de su equipo de trabajo.

Esto las llevó a identificar una exigencia de sobrecalificación para acceder a cargos directivos por parte de las mujeres, por lo que usualmente son relegadas a posiciones de menor autoridad o con menos posibilidades de ascenso, lo cual es un claro reflejo de la segregación vertical (Williams, 2023), ya que no se trata de una falta de talento femenino, sino de barreras estructurales que dificultan su ascenso.

Aunque la visibilidad de mujeres en estos roles permite inspirar y motivar a otras a seguir este camino, el papel del gobierno es central para fomentar una mayor participación femenina en la gestión deportiva. Por ello resulta fundamental que existan políticas públicas y programas de formación y mentoría diseñados para desarrollar, retener y promover a mujeres en puestos directivos dentro del sector.

El otro texto del libro que examina liderazgos de empresarias colimenses, es autoría de Angélica Yedit Prado Rebolledo, Alejandra Chávez Ramírez, Rocío Abril Morales Loya y José Manuel de la Mora Cuevas, de la Universidad de Colima, y lleva por título “Poder empresarial femenino en el ámbito de la consultoría

en seguridad y salud en el trabajo". El texto aborda las diferencias en los liderazgos ejercidos por mujeres y hombres, centrándose en el ámbito de la seguridad y salud en el trabajo. Este es un sector donde las mujeres tienen la capacidad de salvar vidas mediante la implementación de prácticas y políticas que priorizan la seguridad y el bienestar de las personas trabajadoras, así que la inclusión activa de mujeres en puestos de mando enriquece la toma de decisiones y promueve un enfoque más integral para la construcción de ambientes laborales saludables. Sin embargo, el sector de seguridad y salud en el trabajo es altamente masculinizado, ya que sólo el 18 % de las empresas en este ámbito son dirigidas por mujeres.

Durante el desarrollo de la investigación se identificó un problema recurrente en el análisis de la participación femenina en la seguridad y salud ocupacional: la falta de información sobre mujeres en puestos de liderazgo. Esta carencia de datos contribuye a la invisibilización del trabajo que realizan y dificulta la generación de políticas para cerrar la brecha de género en el sector, lo que evidencia las barreras sistémicas que limitan su participación y crecimiento profesional.

Al igual que en otros trabajos, el texto subraya la importancia de analizar los contextos en que las mujeres empresarias ejercen su liderazgo, pues entre los hallazgos de la investigación es que los desafíos varían según el tamaño de la empresa. Así, en las micro y pequeñas empresas la falta de presupuesto es una de las principales barreras para invertir en capacitación y conciliar la maternidad con las exigencias laborales; mientras que, en las medianas y grandes empresas, las mujeres enfrentan con mayor frecuencia discriminación de género, especialmente en sectores tradicionalmente masculinos como la minería y la construcción.

Se resalta que la trayectoria profesional de estas mujeres ha sido poco convencional desde sus etapas como estudiantes, ya que muchas de ellas son egresadas de ingenierías. No obstante, a lo largo de sus carreras han sabido identificar oportunidades laborales y de emprendimiento en sectores que no siempre han sido amigables con sus aspiraciones. Entre los elementos clave que han permitido a estas mujeres avanzar en sus carreras se encuentran las redes profesionales; en particular, su participación en asocia-

ciones especializadas y cámaras empresariales les ha brindado acceso a oportunidades de desarrollo, facilitando la creación de espacios laborales más inclusivos y equitativos.

Aunque su participación sigue estando limitada por barreras estructurales, la creación y fortalecimiento de redes de apoyo, las cuales estuvieran acompañadas de políticas públicas efectivas, se pudiera garantizar mayor presencia femenina en este campo y consolidar su liderazgo empresarial.

El último trabajo lleva por título *De emprendedora a empresaria. Retos, desafíos y adversidades: caso de la empresa "Lupita Coronel" Beauty Academy*, de Oriana Zaret Gaytán Gómez y María Guadalupe Martínez Coronel, de la Universidad de Colima, es resultado de un trabajo colaborativo entre una profesora —Oriana Zaret— y una egresada —María Guadalupe— de la Facultad de Economía. Actualmente, Lupita dirige su propia empresa. Para investigar su trayectoria como empresaria, utiliza una metodología cualitativa basada en la autoetnografía.

Basándose en la etnografía feminista, las autoras crean un espacio de reflexión que permite visibilizar y problematizar la situación de las empresarias jóvenes en México. El análisis identifica aspectos estructurales que generan desigualdades y desventajas entre mujeres y hombres en el ámbito empresarial. En su recuento como mujer joven emprendedora, Lupita resalta la importancia del contexto para comprender las condiciones y oportunidades disponibles para mujeres emprendedoras en Colima, quien, como muchas otras mujeres, sufrió acoso sexual en su trabajo, lo que la llevó a considerar el autoempleo como maquillista desde su hogar.

Su primer intento de emprendimiento fracasó, un desafío común entre quienes inician un negocio; sin embargo, la experiencia adquirida le permitió identificar nuevas oportunidades. Con su segundo emprendimiento, su capital humano se fortaleció al aplicar los conocimientos adquiridos en su licenciatura en economía, con los que pudo prepararse mejor para su siguiente iniciativa. Al emprender por tercera vez, Lupita contaba con una visión más estratégica, ahora tenía la capacidad de desarrollar su negocio con mayor preparación, expandirse con una estrategia bien definida y un plan de cierre diseñado para minimizar pérdidas en caso de ser necesario.

Uno de los factores clave en su éxito ha sido el poder de las redes de apoyo. Desde su etapa como estudiante fue parte de espacios que posteriormente le brindaron respaldo en la mercadotecnia y difusión de su emprendimiento. Como muchas mujeres líderes, Lupita visualiza su empresa: Instituto de Capacitación “Lupita Coronel” Beauty Academy, como una herramienta de transformación social, donde ofrece la carrera técnico cultor(a) de belleza, y desde donde busca generar un impacto positivo en la comunidad, brindando oportunidades de desarrollo personal y profesional a sus estudiantes.

A pesar de su crecimiento y consolidación como empresaria, Lupita ha enfrentado múltiples barreras debido tanto a su género como al sector en que opera, entre los principales obstáculos destacan la falta de apoyo gubernamental y social, pues existen pocos programas y políticas diseñados para apoyar a mujeres empresarias. Estereotipos de género: la atención que recibe de funcionarios al momento de solicitar apoyo financiero o capacitación está influenciada por prejuicios de género. Limitado reconocimiento de su sector: a pesar del impacto económico y social de la industria de la belleza, sigue siendo subestimada en comparación con otros sectores.

Para concluir, este libro aborda múltiples temas clave en el análisis del emprendimiento femenino. Los nueve textos resaltan distintas brechas de género en el emprendimiento, las cuales, a pesar de haberse visibilizado en los últimos años, siguen vigentes. Las mujeres emprendedoras continúan enfrentando desafíos estructurales únicamente por su condición de mujer, lo que limita su acceso a oportunidades y recursos.

Por ello, no es de extrañar que los textos resalten la urgencia de que los gobiernos redoblen esfuerzos para eliminar estas brechas, garantizando a las mujeres un acceso equitativo a financiamiento y recursos. Además, merece una mención especial la invisibilización de las empresarias en las estadísticas oficiales, lo que agrava aún más el problema.

No es sorprendente, entonces, que los emprendimientos liderados por mujeres sean más comunes en sectores donde las barreras de acceso y permanencia son menores. Por lo tanto, el go-

bierno también debe trabajar en la mejora de las condiciones para el emprendimiento femenino en sectores tradicionalmente masculinizados.

Otro aspecto a considerar es cómo el trabajo de cuidado del hogar y de las infancias sigue limitando el crecimiento de las mujeres emprendedoras. Es fundamental visibilizar el desequilibrio en la distribución de responsabilidades entre mujeres y varones, así como promover medidas que permitan un acceso más equitativo al mercado laboral y al mundo del emprendimiento.

Tal vez el tema más analizado a lo largo de los trabajos es el papel de las redes de apoyo, las cuales permiten que las mujeres emprendan o mantengan sus negocios. Sin la existencia de estas redes, es más probable que el emprendimiento no tenga éxito, en especial cuando dichas redes facilitan el acceso a capacitaciones y mentoría, lo que ayuda a las mujeres a estar mejor preparadas para enfrentar los retos del sector.

Le sigue en importancia el impacto del contexto para analizar, entender y apoyar el emprendimiento femenino, ya que los aspectos socioculturales son determinantes tanto en la trayectoria de las emprendedoras como en el desarrollo de sus empresas. Analizar estas variables permite entender cómo influyen en la consolidación de sus empresas y, al mismo tiempo, identificar áreas clave donde se requiere mayor apoyo institucional.

Este análisis también permite visibilizar la resiliencia y capacidad de adaptación de las emprendedoras. En momentos de crisis han sabido modificar procesos, productos y servicios para responder a una nueva realidad, lo que en algunos casos ha permitido el crecimiento de sus empresas y, en otros, al menos su supervivencia.

Finalmente, los textos ofrecen una oportunidad para visibilizar cómo los liderazgos de mujeres empresarias y emprendedoras no sólo transforman las dinámicas empresariales, sino que también tienen un impacto positivo en sus comunidades. Esperamos que este libro sirva como una invitación a crear espacios que fomenten el liderazgo femenino en la búsqueda de construir ecosistemas empresariales más inclusivos y equitativos.

Referencias

- Basco, A. I.; Verna, Á. B.; Silva, A. M.; Barafani, M.; Torres, N. S. A. y Cruz, S. O. (2021). *Una olimpiada desigual: la equidad de género en las empresas latinoamericanas y del Caribe*. Benitez, A. V. y Merino, M. F. (Eds.). <https://doi.org/10.18235/0003427>
- Salcedo Fierro, V. (20 de enero de 2024). *Sólo entre el 8 y el 11% de mujeres empresarias lograron obtener financiamiento: El camino a la inclusión*. infobae. <https://www.infobae.com/mexico/2024/01/20/solo-entre-el-8-y-el-11-de-mujeres-empresarias-lograron-obtener-financiamiento-el-camino-a-la-inclusion/>
- Williams, C. L. (2023). *Still a man's world: Men who do women's work* (Vol. 1). Univ of California Press. <https://doi.org/10.2307/jj.2711583>

Capítulo 1

Ruptura con la benevolencia a través de la construcción de su ser: la emprendedora mexicana

María Isabel Orozco Rodríguez

Introducción

El emprendimiento, como campo de investigación, comúnmente centra su atención en las cuestiones psicológicas y económicas del emprendedor y su empresa, sin tomar en cuenta el contexto histórico y social en que se desarrollan, debido a que aún no posee una teoría propia, por lo que toma bases teóricas de otras ciencias y disciplinas para sostenerse, entre ellas la economía, la psicología y la administración. En consecuencia, las principales líneas de investigación en materia de emprendimiento se han enfocado en conocer las características individuales del emprendedor: su personalidad, motivación, oportunidades y capacidades para organizar efectivamente sus negocios; frecuentemente, partiendo desde un enfoque epistemológico asocial y atemporal (García et al., 2007; Pereira, 2007).

La imagen del emprendedor que tradicionalmente se ha construido es la de un sujeto económico masculinizado; es decir, aquella que describe a un hombre creativo, innovador, valiente, decidido, agresivo, firme, conquistador y aventurero (Schumpeter, 1978; Ahl, 2006; Castro et al., 2015; Pereira, 2007). Esto influye en la forma de estudiar a la mujer emprendedora y, por ende, en la reproducción de estereotipos de género, puesto que se ha partido desde una postura epistemológica objetivista, cuya finalidad radica en comparar a la mujer con el hombre emprendedor, haciendo énfasis en las deficiencias del emprendimiento de la mujer (Ahl y Marlow, 2012; Ferraz et al., 2014; Henry et al., 2015).

Otro aspecto que vale la pena evidenciar, dentro del campo de investigación en emprendimiento, es que las perspectivas tradicionales lo han legitimado como una actividad económica deseable y positiva. Desde el punto de vista de Calás et al. (2009), estas perspectivas tradicionales tienen como objetivo reproducir el capitalismo de mercado como sistema económico, asumiendo su beneficio incuestionable. Esto influye de manera importante en la promoción de la educación emprendedora, la cual, desde una perspectiva crítica, es definida como una actividad ideológica y política que responde al proceso de reestructuración neoliberal actual (Holmgren et al., 2005).

Entonces, ¿cómo se debe investigar a la mujer emprendedora? En este trabajo nos inclinamos por las nuevas propuestas epistemológicas que parten desde una perspectiva crítica, específicamente feminista, que no sólo consideran a la mujer y a su empresa como objeto de estudio, sino que incluyen el contexto sociocultural e histórico en que están insertas y a partir de los cuales construyen los significados, manteniendo también una visión crítica del emprendimiento (Ferraz et al., 2014; Poggesi et al., 2016).

Así, el objetivo de este trabajo fue comprender la manera en que las mujeres, participantes de un curso de capacitación para el emprendimiento femenino, configuraban el concepto de ser mujer emprendedora en relación con las características de su contexto social y con el discurso emanado durante su proceso de formación. Cabe mencionar que por contexto social se entiende el entorno familiar, socioeconómico, comunitario e histórico de las mujeres.

Por esta razón se considera fundamental el acercamiento a instituciones que capacitan a mujeres emprendedoras, ya que dentro de estos contextos se puede observar el proceso de construcción del significado de ser mujer emprendedora.

Perspectiva teórica

Debido a que este trabajo de investigación surge a partir del cuestionamiento del emprendimiento como actividad económica benéfica y de su promoción como vía para el empoderamiento económico de las mujeres, se considera que la mejor perspectiva para establecer una postura crítica es a través de las teorías que estudian la opresión estructural; es decir, aquellas que analizan cómo se llevan a cabo los intereses en la dominación por medio de mecanismos (de la estructura social) que rutinizan los grandes dispositivos de la interacción social.

Los dispositivos de interacción social son siempre dispositivos de poder que han surgido históricamente con el paso del tiempo, y se centran en las estructuras del patriarcado, capitalismo, racismo y heterosexismo, situando la realización de la dominación y la experiencia de la opresión en la interacción de estas estructuras; es decir, en el modo en que mutuamente se refuerzan unas a otras (Ritzer, 2002). En esta ocasión nos centramos en la interacción de las estructuras del capitalismo y el patriarcado, como fomentadoras de la situación histórica de subordinación y opresión de la mujer en la sociedad.

La racionalidad neoliberal y el modelo emprendedor

En las últimas décadas ha aumentado el fomento al espíritu emprendedor entre las poblaciones desfavorecidas en los países menos desarrollados para generar empleo y reducir la pobreza de los hogares (Altan-olcay, 2014). En México, el modelo emprendedor empezó a ser paulatinamente adoptado desde finales de los años ochenta, y difundido a través de políticas públicas para relanzar la economía, respetando los planes de “ajuste estructural” desarrollados a partir de la crisis de la deuda externa (García, 2006).

Estos esfuerzos por impulsar el emprendimiento se derivan de lo que Laval y Dardot (2013) denominan como “la nueva razón del mundo”: el neoliberalismo. Las políticas neoliberales centran el problema de la pobreza en el propio sujeto, promoviendo el progreso social a través de la desproletarización de las masas mediante el trabajo y la responsabilidad individual. De esta forma, el neoliberalismo se filtra al nivel personal a través de un autogobierno en que el sujeto aprende a conducirse a partir de las normas del mercado, motivado por una aspiración a estar mejor. Así, el anhelo de progreso lleva a la autogestión y desvictimización del sujeto, sin la mediación del Estado, haciendo de los pobres no asegurados sociales sino propietarios, ahorradores y productores independientes e individualizados; en pocas palabras, los convierte en emprendedores (Laval y Dardot, 2013).

Desde la racionalidad neoliberal el emprendimiento es un esfuerzo abierto y accesible donde sólo el esfuerzo personal determina la recompensa; no obstante, esta accesibilidad se pone en duda, sobre todo cuando se aborda la cuestión de la mujer, ya que se ha demostrado que el discurso emprendedor posee persistentes prejuicios de género (Ahl y Marlow, 2012). El origen androcéntrico del sistema económico capitalista ha traído como consecuencia la masculinización del emprendedor (Pérez Orozco, 2006), y con ello un impacto negativo en la percepción de la mujer emprendedora, al considerarla inferior o menos apta que sus contrapartes masculinas (Ahl, 2002).

El papel de la mujer en el modelo emprendedor

El discurso del emprendimiento femenino ha tomado forma partiendo de cuatro supuestos, los cuales difícilmente se cuestionan: se concibe el emprendimiento como algo bueno sin cuestionarlo, hombres y mujeres son diferentes tipos de emprendedores, la vida se divide en una esfera pública y otra privada, y el éxito del negocio depende solamente del individuo. Estos supuestos dejan de lado los aspectos sociales que circundan a la mujer emprendedora, dando como resultado la pérdida de la perspectiva del poder y el no cuestionamiento de los roles de género, sobre todo la doble carga de trabajo que se posa sobre las mujeres (Ahl, 2002).

Según lo plantea Federici (2010), este doble rol o carga de trabajo de las mujeres tiene sus orígenes desde la transición del feudalismo al capitalismo, cuando comienza una separación entre trabajo productivo y reproductivo, o sea, la producción del mercado capitalista se separó del proceso de reproducción de la vida. Esta separación tuvo como consecuencia la jerarquización sexual del trabajo y, por tanto, la feminización e invisibilización del trabajo reproductivo, aislando a la mujer en su casa y separándola de la vida comunitaria. A pesar de ello, ante la pobreza en la que vivían los hombres trabajadores y el aumento del número de hijos por familia, las mujeres tuvieron que arreglársela para completar el gasto familiar, desempeñándose como sirvientas domésticas, hilanderas, tejedoras, bordadoras, vendedoras ambulantes o amas de crianza; con todo, cualquier actividad que desempeñaran era considerada trabajo doméstico no productivo, aunque por ello obtuvieran un salario, perpetuando así su invisibilización económica.

La consideración de que cualquier trabajo hecho en su casa por las mujeres sea considerado como *no-trabajo*, es a lo que Federici (2010) nombra como “patriarcado del salario”, lo cual invisibiliza el trabajo de la mujer, aunque por ello obtenga ganancias económicas, y naturaliza su doble jornada como parte de su rol en la sociedad. Esta es una de las contradicciones más fuertes y violentas del capitalismo, y que actualmente sigue reproduciéndose a través de la promoción de soluciones que le permitan a la mujer cumplir, de manera más efectiva, su doble rol, como si el problema de fondo fuera una cuestión de gestión del tiempo y de los esfuerzos.

Desde el principio del capitalismo, las mujeres han sido sometidas ante los intereses del poder y su trabajo ha sido invisibilizado e infravalorado. Federici (2010) se refiere a este proceso como el sometimiento capitalista de las mujeres, a partir del cual fueron despojadas de absolutamente todo: de sus tierras, de su derecho a la propiedad, de sus saberes tradicionales e incluso del control sobre sus propios cuerpos. La mujer se convirtió en el sostén del capitalismo a base de la más brutal de las violencias, al negarle el control sobre su cuerpo se degradó su maternidad a condición forzosa para la producción de fuerza de trabajo y se le confinó en el hogar sin recibir reconocimiento alguno como trabajadora.

Por otra parte, según Federici (2013) en la actualidad globalizada vivimos un nuevo proceso de acumulación primitiva que ha asumido formas variadas: por un lado ha impulsado el surgimiento de políticas y una ideología que resignifica a los trabajadores como microemprendedores, haciéndolos únicos responsables de su reproducción en la medida en que se reducen los subsidios en sanidad, educación, pensiones y transporte público; también ha reconstruido la sociedad en una estructura piramidal al aumentar las desigualdades y las jerarquías históricas de la división sexual e internacional del trabajo. Y, por último, provocando la descentralización de la producción industrial y la expansión del trabajo informal o desde casa, con lo cual ha devuelto la centralidad al trabajo doméstico en el hogar.

Este trabajo desde casa demuestra ser una estrategia capitalista a largo plazo, mediante el cual se puede invisibilizar el trabajo, reducir los salarios y minar los esfuerzos de los trabajadores a sindicalizarse. Muchas mujeres eligen este tipo de trabajo desde casa en un intento de conciliar la obtención de un salario con el cuidado de sus familias, pero el resultado es la esclavización a un salario bajo y su continuo anclamiento al trabajo doméstico. Así es como las mujeres hoy trabajan más que en el pasado, sobre todo aquellas jefas de familia (Federici, 2013).

Ante esta problemática surgió un nuevo régimen patriarcal que sitúa a las mujeres de países en vías de desarrollo bajo el control de instituciones como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y diversas ONG que promueven políticas, programas y proyectos generadores de ingresos. Estos son los nuevos explotadores, quienes se apoyan de las mujeres europeas y norteamericanas como las nuevas colonizadoras que entrenan a las mujeres pobres y las capacitan para que se integren a la economía global como productoras de mano de obra (Federici, 2013).

Con base en lo descrito, podemos decir que la visión que actualmente se tiene de la mujer emprendedora deviene del rol social que el sistema capitalista le ha imputado a la a través de los siglos: el de reproductora y trabajadora invisibilizada, históricamente arraigado, el cual no se puede cambiar de repente a través de un segundo trabajo, ya que eso sólo incrementa su explotación, su aislamiento social y su competencia con otras mujeres. El trabajo femenino den-

tro de un sistema capitalista no supone liberación, y menos cuando es promovido a través de acciones mitificadas como empoderadoras, como en el caso del emprendimiento. Lo que se necesita para la liberación y el empoderamiento de la mujer es el resurgimiento de las luchas colectivas sobre la reproducción, y crear nuevas formas de cooperación femenina que escapen a la lógica neoliberal.

Metodología

Este trabajo pretende sumarse al esfuerzo de estudiar el emprendimiento femenino desde perspectivas diferentes a las tradicionales, que consideren a la mujer como un sujeto contextualizado y no aislado; que cuestionen la normatividad y la mistificación que permea a esta actividad y que integren a la problemática a otros actores importantes, como las instituciones educativas que promueven el emprendimiento como medio de empoderamiento de la mujer.

El abordaje de esta investigación fue cualitativo, lo cual le dota de un carácter fundamentalmente interpretativista (Creswell, 2009). También posee cierta inclinación hacia la teoría crítica, pues no sólo busca captar y reconstruir el significado que las mujeres han construido en torno al ser emprendedora, sino incluir las características de su contexto sociohistórico que influyen en esta construcción. Por lo tanto, se decidió abordar un caso específico de capacitación para el emprendimiento femenino.

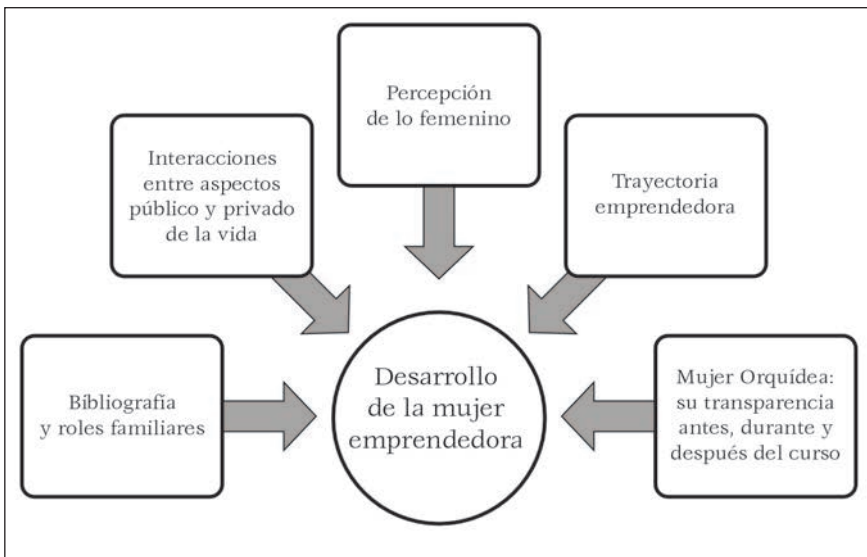
El caso que se aborda en este trabajo es el curso llamado *Mujeres Orquídea*, que se llevó a cabo en el año 2015 en Zapopan, Jalisco. Se considera que este trabajo se trata de un estudio instrumental de casos, ya que se enfocó en los significados creados por las mujeres más que en las particularidades del curso en sí mismo. Por ello, nuestro principal instrumento para la colecta de datos fue la historia de vida, pues el interés radicó en la recuperación de la forma en que las mujeres han construido el significado de ser emprendedoras desde su propia experiencia de vida; esto implica no sólo la experiencia de formación que tuvieron a partir del curso *Mujeres Orquídea*, sino todo lo que experimentan a causa de las características de su contexto social, incluyendo sus circunstancias familiares, socioeconómicas y comunitarias. Esto se apoya en ha-

llazgos empíricos (Cramer et al., 2012; Mendes y Silva, 2013) que muestran que la identidad emprendedora de las mujeres es construida desde la historicidad de cada mujer, de ahí la importancia de acercarnos a su historia de vida.

En los estudios de caso, las historias de vida exploran las autorrepresentaciones de la vida de los sujetos según una red temática o conjunto de temas (Stake, 1999), en este caso se exploraron las historias de vida de las participantes, cuyo eje central es su desarrollo como mujeres emprendedoras; y como ejes transversales (aunque no por eso secundarios) se incluyeron: biografía familiar y los roles que han desempeñado dentro de esta, interacciones entre el aspecto público y privado de la vida, percepciones de lo femenino (percepciones de género), la trayectoria de sus negocios y la experiencia en el curso Mujeres Orquídea y los acontecimientos que le procedieron. Para su mejor comprensión, a continuación se expone de manera gráfica la red temática utilizada para la exploración de las historias de vida (véase figura 1).

Figura 1

Red temática para exploración de historias de vida



Se realizaron en promedio seis horas de conversación con cada participante, divididas en tres o cuatro sesiones de historia de vida. Antes de comenzar, se les pidió autorización para grabar las conversaciones y se les aclaró que la información sería utilizada exclusivamente con fines formativos. Posterior a los encuentros, se realizaron las anotaciones pertinentes en el diario de campo.

Mujeres participantes del estudio

Los sujetos de investigación de este trabajo están conformados por tres mujeres participantes del curso Mujeres Orquídea: Socorro, Cristina y Adriana, quienes fueron seleccionadas de acuerdo a los siguientes criterios:

1. Que hayan participado en las dos fases del curso Mujeres Orquídea.
2. Que vivan en el municipio de Zapopan, de preferencia en las colonias Santa Margarita, la Tuzanía, Arcos Zapopan, Jardines de Nuevo México o aledañas.
3. Que tengan disposición y disponibilidad de participación.

Es importante señalar que, bajo su consentimiento, se han respetado los nombres reales de las participantes, ya que esta investigación parte de premisas teóricas feministas que reconocen que el conocimiento es y está situado, de manera que el investigador o investigadora es un actor social posicionado frente a quienes representa (Haraway, 1988). Al decretar que el conocimiento está situado en un contexto determinado, este se crea dialógicamente a través de la experiencia vivida. La historia es preservada en forma de narrativa por las protagonistas, en ese sentido la ética se centra en reconocer a los actores y que este conocimiento está cargado de valor y de subjetividad. Bajo esta perspectiva, la producción del conocimiento no es exterior a las formas de vida que pretende estudiar y por tanto se les nombra.

Análisis de la información

Para la categorización e interpretación de los datos nos apoyamos en una herramienta teórico-metodológica propuesta por González Rey (2007), quien permitió rescatar aquellos elementos que configuran la identidad de las mujeres emprendedoras. Esta herramienta par-

te de la concepción de la subjetividad como una categoría de todas las ciencias antropológicas, considerándola una dimensión presente en todos los fenómenos de la cultura, la sociedad y el ser humano.

La razón por la que consideramos que esta herramienta es de utilidad para el análisis, es porque considera la subjetividad desde un nivel de organización denominado subjetividad social, la cual es constituida tanto en el sujeto individual como en los diferentes espacios donde este vive; es decir, el individuo se apropia de lo social, lo mediatiza, lo filtra y lo traduce en su propia subjetividad (González Rey, 2007).

La propuesta metodológica de González Rey (2007) parte de la idea de que las propias frases intencionales y directas son portadoras de información implícita que no está en la representación consciente de los sujetos. De esta forma, el análisis de la información se desarrolla a través de la identificación de aquellos indicadores implícitos que nos lleven a la construcción de los núcleos de significación a partir de los cuales los individuos configuran su subjetividad. Este proceso metodológico se divide en tres fases (Aguiar y Ozella, 2006):

1. Identificación de preindicadores. A través de la lectura y relectura del material transcrito, se identifican aquellas palabras que resaltan por ser repetitivas o enfatizadas por los informantes, por poseer una carga emocional, o ambivalencias y contradicciones.
2. Indicadores o contenidos temáticos. A partir de una segunda lectura, se aglutinan los preindicadores por similitud, complementariedad o contraposición. Se regresa al material empírico y se hace una primera selección de los párrafos que ilustran y esclarecen los indicadores.
3. Construcción y análisis de los núcleos de significación. A partir de la relectura del material, considerando la aglutinación resultante, inicia un proceso de articulación que resultará en la organización de los núcleos de significación a través de su nombramiento. En este proceso es posible verificar las transformaciones y contradicciones que ocurren en el proceso de construcción de los significados, lo que posibilitará un análisis más consistente que permite ir más

allá de lo aparente y considerar tanto las condiciones subjetivas como las contextuales e históricas.

Los núcleos de significación resultantes además de expresar los puntos centrales y fundamentales que tienen implicaciones para el sujeto, se analizan tomando en cuenta el contexto social, político, económico e histórico que permite acceso a la comprensión del sujeto en su totalidad (Aguiar y Ozella, 2006).

Resultados

Una vez identificados los preindicadores en la historia de vida de cada una de las participantes, se realizó una segunda revisión de las transcripciones a partir de la cual se identificaron más preindicadores que se fueron aglutinando por temáticas o indicadores. Después de establecer los indicadores se regresó una vez más a las transcripciones y se rescataron los párrafos que los ilustrasen mejor, para posteriormente iniciar el proceso de nombramiento de los núcleos de significación para su interpretación. En la siguiente ilustración se presenta de manera gráfica este proceso.

Tabla 1
Organización de los preindicadores, indicadores
y núcleos de significación

Preindicadores	Indicadores	Núcleos de significación
Misa	Pertenencia a una comunidad católica	La fe como medio de explicación y justificación de la realidad
Catequesis		
San Juan Macías		
Despensa		
Parroquia		
Gracias a Dios	Dios como respaldo y justificación de sus decisiones	
Dios mío ayúdame		
Dios no te deja/ me acompaña		
Dependo de Diosito		
Sólo Dios me apoya		
Si Dios quiere		
Le pido a Dios		
Dios me dio oportunidad		

CAPÍTULO 1. RUPTURA CON LA BENEVOLENCIA...

Preindicadores	Indicadores	Núcleos de significación
Interesante	Interés por aprender y adquirir conocimiento nuevo	Pasión por el proceso creativo: aprender a hacer
Aprender / aprendí / aprendimos / aprendizaje		
Tomar cursos		
Conocimiento		
Estudiar		
Aprender sola (autodidacta)		
Satisfacción al hacer las cosas	Satisfacción por crear y vender productos	
Me gusta lo que hago		
Me siento satisfecha		
Mi mamá trabajaba	El rol productivo de la mamá en la familia	Ejemplo materno, solidaridad y cooperación femenina
Mi mamá vendía		
Yo le ayudaba a mi mamá	Educación materna	
Mi mamá me enseñó		
Mi mamá no me dejaba		
Descanso con mi mamá	Relación afectiva con su mamá	
Mi mamá confidente		
Mi mamá mi amor		
Mi mamá me ayudaba	Respaldo y apoyo materno	
Apoyo de mi mamá		
Mi abuelita me cuidaba	Apoyo y cuidado entre mujeres	
Mi hermana me cuidaba		
Cuidar a mis hermanos		
Cuidar a mi mamá		

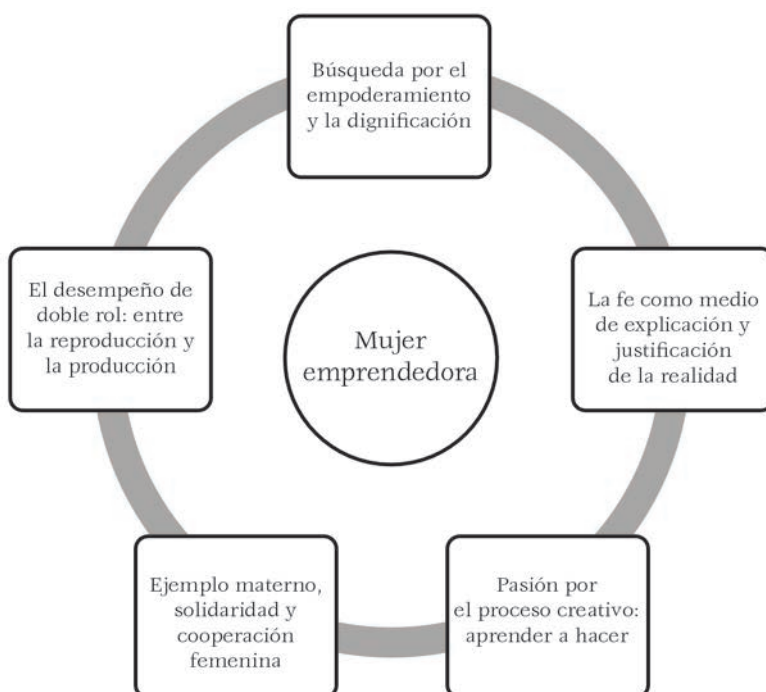
EL INALCANZABLE EQUILIBRIO DE LAS EMPRENDEDORAS...

Preindicadores	Indicadores	Núcleos de significación
Organizarme	Actividades reproductivas cotidianas de las mujeres	El desempeño de doble rol: entre la reproducción y la producción
Hacer la comida		
Atender la casa		
Hacer el quehacer		
Maternidad como prioridad		
Estar con mis hijos		
Ponía a mis hijos a hacer la tarea		
Llevar a mis hijos a la escuela		
Primero mis hijos		
Trabajar	Actividades productivas cotidianas de las mujeres	
Tejer		
Juntar dinero		
Vender		
Doble trabajo	Identificación del doble rol de la mujer en el hogar	
Mujer trabajadora y de hogar		
Trabajar sin desatender a la familia		
La mujer hace muchas cosas		
Más mamá que emprendedora		
No teníamos dinero	Carencias y necesidades económicas	Búsqueda por el empoderamiento y la dignificación
No me daba dinero		
Mi dinero		
Completar el gasto familiar		
Ganancia extra		
Gastar		
Dinero da tranquilidad	Ingreso propio como fuente de empoderamiento	
Dinero da libertad		
Dinero da independencia		
Lo económico nos tiene quietas		
No nos podemos mover		
No depender de alguien		
Tener ahorros		
No me gusta pedir	Ingreso propio como fuente de dignidad	
Pedir es humillante		
Tomar mis propias decisiones		

En la figura 2, encontramos cinco núcleos de significación a través de los cuales las participantes construyen el concepto de ser emprendedoras: su fe como medio de explicación y justificación de la realidad; la pasión por el proceso creativo, que implica el aprender a hacer; el ejemplo materno, la solidaridad y la cooperación femenina; el desempeño de su doble rol: productivo y reproductivo; y la búsqueda por el empoderamiento y la dignificación.

Figura 2

Modelo de construcción de la mujer emprendedora



Discusión

La fe como medio de explicación y justificación de la realidad

La fe ha servido históricamente como estandarte para justificar los procesos de sometimiento de las mujeres, y como soporte de

proyectos políticos cuyo objetivo era ocultar las razones del empobrecimiento, para que los pobres no se rebelaran y aceptaran su condición. Durante los procesos de acumulación originaria que permitieron el desarrollo del sistema capitalista en la Europa de los siglos XVI y XVII, y que más tarde exportaron a América Latina, la iglesia católica proveyó al estado del andamiaje metafísico e ideológico para el sustento de procesos disciplinarios y de explotación, dirigidos a los estratos más vulnerables de la población, en especial a las mujeres (Federici, 2010).

A través de las historias de vida de las participantes, nos podemos dar cuenta cómo el pasado tiene una continuidad hasta el presente, ya que la religiosidad es un aspecto esencial que rige la forma como ellas sienten, piensan, deciden y actúan en su vida cotidiana. Ellas justifican sus acciones y su destino a través de su fe, y dejan en manos de Dios lo que en realidad está en manos de un sistema socioeconómico que es altamente violento con ellas:

Ver si Dios nos daba la oportunidad de vender, pero yo les dije “no, yo creo que no, porque el dinero que yo estaba juntando pos ya se fue en los estudios de tu papá, entonces yo creo que no vamos a vender”, pero le digo “Dios va acomodando todos y te va dando la oportunidad y hay que saberla aprovechar”. (Tercera sesión de Historia de vida, Adriana, 19 de febrero de 2018)

Las mujeres usan su fe para explicar y gestionar su realidad y destino como emprendedoras: Dios es quien les permite vender, tener ganancias y cumplir o no sus sueños; es quien les da las oportunidades, las habilidades y la compañía; incluso explican las relaciones patriarcales a través de la voluntad de Dios, convirtiéndolas en una cuestión de fe más que de estructuras de poder históricamente establecidas:

Pues es que viene de nuestros antecesores, [...] Jesús dijo “Dios y hombre”, [...] casi siempre el hombre es dueño, porque está de pantalla como dueño, [...] dueño de un negocio, [...] y aunque no me guste, bueno, me guste o no me guste Dios dijo “Dios y hombre”, él puede. (Segunda sesión de Historia de vida, Socorro, 14 de octubre de 2017)

Partiendo de esta relación entre capitalismo, religión y subordinación de la mujer, recordamos que la racionalidad neoliberal tiene como característica primordial la configuración de la propia identidad de las personas de acuerdo con el modelo de mercado, el cual proviene de una estructura capitalista que posee bases altamente violentas y que han promovido la subordinación de la mujer durante siglos. Así, las mujeres configuran su identidad emprendedora desde la interiorización de estructuras históricas de dominación, como lo es el capitalismo y el patriarcado, justificadas a través de su fe.

Pasión por el proceso creativo: aprender a hacer

El capitalismo ha disciplinado a la mujer por tantos años, que no sólo la ha enseñado a desempeñar cierto rol en la sociedad, sino que también la enseñó a encontrar el disfrute en dicho rol e incluso a adoptarlo como su más grande aspiración (Federici, 2013). Esto ha traído como consecuencia no sólo la naturalización del trabajo doméstico como una responsabilidad nata en las mujeres, sino la invisibilización de sus sueños y aspiraciones que vayan más allá del rol preestablecido.

Ante esto, no resulta sorprendente que dentro de la literatura sobre emprendimiento femenino se hable muy poco sobre las pasiones de las mujeres emprendedoras, y que sus motivaciones más estudiadas sean aquellas que tienen que ver con la necesidad de encontrar en el emprendimiento una ocupación que les permita equilibrar sus actividades laborales con las del hogar. El sentir de las mujeres está completamente abandonado, y se ha pasado por alto que también son seres capaces de tener deseos y pasiones que las motiven a actuar.

Por esta razón resulta tan importante e interesante rescatar este núcleo de significación, ya que es evidencia de la capacidad que tienen las mujeres de apasionarse por actividades que sean de ellas y para ellas:

Nomás por hobbie, pero [...] toda la vida me ha gustado tener también, [...] desde que tenía a mis hijos chiquitos, los ratos que tenía libres siempre tejía; desde que mi mamá me enseñó punto de cruz, desde entonces me gustó punto de cruz y me ponía a hilvanar, me gustó el tejido y

me ponía a tejer; terminaba uno y empezaba otro y otro, así siempre uno tras otro. (Segunda sesión de Historia de vida, Cristina, 28 de noviembre de 2017)

Cuando las mujeres hablan de lo que les gusta, se refieren a aquellas actividades en las que pueden desarrollar su creatividad y a través de las cuales obtienen cierta satisfacción y que a la vez les generen remuneración, ya sea tejer, hacer arreglos florales, pintar o simplemente aprender a hacer algo nuevo. Ellas nunca mencionan que les apasione hacer el aseo de sus casas o que les guste tener doble jornada de trabajo ni siquiera mencionan que el emprendimiento como tal les resulte apasionante. Esto lo podemos atribuir a que, como ya menciona Federici (2013), el trabajo dentro de un sistema capitalista involucra explotación y no hay placer, orgullo o creatividad alguna en ser explotada.

De hecho, este gusto y curiosidad por aprender fue la que las motivó a tomar el curso de capacitación para el emprendimiento impartido por Prospera y, a partir de él y los otros que tomaron posteriormente, fue que conocieron la palabra emprendedora:

No conocía la palabra emprendedora [...], bueno cuando tomamos el curso de Prospera decían “ustedes pueden emprender un negocio”, y yo dije “ah, emprender es algo que tú puedes hacer para vender, bueno, a lo mejor yo he sido emprendedora desde que yo estaba en la primaria” [...] yo todo el tiempo una cosa, otra, otra, otra, he vendido, he obtenido ganancias y no he descuidado cualquier otra obligación que yo tengo, entonces ya ahora, cuando tomamos el curso de aquí del ayuntamiento, pues era puro hablar de emprender, emprender, emprender. (Tercera sesión de Historia de vida, Adriana, 19 de febrero de 2018)

Así, a través de la capacitación, estas mujeres aprendieron a nombrar *emprendimiento* a aquellas actividades creativas y de aprendizaje que han realizado a lo largo de su vida, y que les resultan verdaderamente apasionantes. De esta forma, los objetivos neoliberales van colándose lentamente en la forma en que las mujeres se representan a sí mismas y, como mencionan Laval y Dardot (2013), se comienzan a fabricar seres humanos regidos por las normas del mercado.

El desempeño de doble rol: entre la reproducción y la producción

La mayor parte del trabajo no pagado en el mundo es realizado por mujeres, principalmente en el área de la reproducción y del cuidado de los niños y los adultos mayores (Federici, 2010); no obstante, la pobreza las obliga a tomar otros trabajos para sustentarse, completar el gasto familiar o lograr un poco de autonomía. Esto lo vemos claramente en las historias de nuestras participantes, quienes a lo largo de su vida han tenido que aportar a la economía familiar además de dedicarse a las labores domésticas:

No trabajaba y me tuve que meter a trabajar ahí para poder darles de comer, pos sacar adelante a mis hijos. (Primera sesión de Historia de vida, Cristina, 8 de noviembre de 2017)

Este doble rol que adquieren las mujeres en sus familias acrecienta su jornada laboral y limita el tiempo que debería dedicarse a sí mismas, a descansar o hacer actividades recreativas:

Yo me tengo que levantar a las seis, a las seis porque si voy a salir a las siete yo ya tengo que dejar todo listo. (Tercera sesión de Historia de vida, Adriana, 19 de febrero de 2018)

El doble rol de la mujer y sus jornadas laborales que en sentido figurado superan las 24 horas al día, no es un fenómeno exclusivo de las participantes, sino una condición generalizada de la mujer, cuyos orígenes provienen de un sistema socioeconómico sumamente contradictorio, basado en la explotación de los sectores más vulnerables de la población.

Las bases contradictorias del emprendimiento femenino son tan evidentes que, aunque se promueve como solución para el equilibrio trabajo-hogar, se ha comprobado que esta actividad ofrece a las mujeres mayor carga de trabajo y una fuente de tensión, estrés y culpa por descuidar a su familia al dedicarse a su empresa (Cramer et al., 2012; McGowan et al., 2012). Estas contradicciones se hacen evidentes en la propia narración de las mujeres, quienes reconocen los roles que desempeñan y lo difícil que es mantener un equilibrio entre ambos:

Es muy pesado, es muy pesado, sí se puede hacer, pero es doblemente trabajo, desgaste de energía, [...] me dolió

mucho no poder dar de lactar a mi hija más tiempo, [...] fue muy difícil, [...] uno como mamá quiere estar al cien con los hijos, maternal, moral, sentimental, emocional y físicamente hablando, pero es mentira, no se puede trabajar y estar con los hijos. (Segunda sesión de Historia de vida, Socorro, 14 de octubre de 2017)

Podemos observar que las mujeres se han apropiado del rol reproductivo que se les ha impuesto históricamente y lo consideran como su prioridad; sin embargo, siguen necesitando realizar actividades productivas para poder satisfacer todas las necesidades del hogar.

Esto nos demuestra que la situación de la mujer se sigue reproduciendo a través del tiempo, la diferencia es que en fechas actuales, la racionalidad neoliberal disfraza de emprendimiento a las actividades productivas que ellas realizan en función de seguir desempeñando su rol reproductivo. Por esta razón, las mujeres dicen ser más mamás que emprendedoras, y piensan que el no dedicarles más tiempo a sus negocios es signo de conformismo.

Podemos decir que las mujeres han naturalizado las contradicciones capitalistas presentes en su contexto sociohistórico, específicamente la de aquella necesidad de encontrar un balance entre las responsabilidades del trabajo y del hogar a través de actividades que les dan más trabajo y dificulten aún más este balance.

Ejemplo materno, solidaridad y cooperación femenina

Como ya mencionamos, las mujeres participantes han naturalizado los roles que se les han impuesto históricamente, lo cual parece un fenómeno generacional, pues sus mamás, al igual que ellas, tuvieron que realizar actividades productivas en función de su rol reproductivo.

Mi mamá siempre vendiendo agua fresca, ella fue comerciante; mi abuelita comerciante, de ahí viene lo mío, de ahí se mantuvo mi mamá. (Primera sesión de Historia de vida, Socorro, 4 de octubre de 2017)

Esto sostiene aún más la idea de que la situación de control y subordinación de la mujer se sigue reproduciendo a través del tiempo, ya que las mamás e incluso las abuelas de estas mujeres trabajaban para sacar adelante a la familia, pero nunca dejaron de lado las

labores domésticas. Esto último es evidente debido a que las participantes relacionan la imagen materna con actividades reproductivas como el aprendizaje, la enseñanza, el apoyo, el afecto y el refugio.

La única manera de descansar, porque ni en mi casa, es acostándome a un lado de mi mamá, ahí me pongo a dormir. (Primera sesión de Historia de vida, Socorro, 4 de octubre de 2017)

Porque mi mamá era siempre mi confidente era mi amor, todo. (Primera sesión de Historia de vida, Cristina, 8 de noviembre de 2017)

Siempre cargaba a mis hijos, no los dejaba, nada más el día que surtía mi mamá me decía “aquí déjalos” porque pos era retirado. (Tercera sesión de Historia de vida, Adriana, 19 de febrero de 2018)

A partir de estas frases podemos ver cómo la madre, además de ser un soporte afectivo y emocional importante, también es un actor clave para el desenvolvimiento de su doble rol en el hogar, ya que, sin su ayuda, las participantes no habrían podido llevar a cabo sus actividades productivas y reproductivas simultáneamente.

Este fenómeno de apoyo entre mujeres también parece ser generacional, puesto que sus abuelas, hermanas e incluso ellas como hijas llegaron a ayudar a su mamá con las labores reproductivas.

Mi mamá siguió trabajando, y a los más chicos nos cuidaba una de mis hermanas, [...] mi hermana que era la que se encargaba de hacer la comida. (Primera sesión de Historia de vida, Cristina, 8 de noviembre de 2017)

Esto nos demuestra que la mujer posee una naturaleza solidaria y de cooperación que va en contradicción con los parámetros neoliberales que, por el contrario, proponen el aislamiento y la competencia entre los individuos. He ahí una contradicción importante de esta racionalidad, ya que promueve el progreso como responsabilidad individual sin tomar en cuenta, por ejemplo, que las mujeres no podrían emprender o trabajar sin que alguien las ayude, ya que al no tener el apoyo del estado y ser las únicas responsables de las tareas reproductivas, necesitan de otras mujeres para lograrlo: sus mamás, abuelas, hermanas o hijas.

Las mujeres configuran su emprendimiento desde un cooperativismo femenino que les permite dar respuesta a los requerimientos de su doble rol; es decir, su emprendimiento nunca será algo individual o aislado, ya que siempre estará respaldado por el apoyo de otra mujer.

Búsqueda por el empoderamiento y la dignificación

Desde la perspectiva de la subjetividad social (González Rey, 2007), las necesidades son entendidas como un estado de carencia del individuo que se activan con vistas a su satisfacción, dependiendo de sus condiciones de existencia. El proceso de acción del sujeto en el mundo a partir de sus necesidades sólo se completa cuando toma algo presente en su mundo social y lo resignifica como satisfactor de sus necesidades (Aguiar, 2006).

Las mujeres participantes identificaron como una de sus necesidades principales el obtener ingresos económicos para aportar dinero al hogar y así “sacar adelante a su familia”, “completar el gasto” o satisfacer necesidades personales:

Yo lo sentía como una ayuda para mí, una entrada de dinero, porque ya en ese tiempo [...] mi esposo era una persona irresponsable [...] y yo tenía necesidades de mis hijos, porque estaban chiquitos y mis niñas iban a la escuela. (Tercera sesión de Historia de vida, Cristina, 7 de diciembre de 2017)

Como ya lo comentamos en los núcleos anteriores, esta necesidad de las participantes por ganar dinero para aportar al hogar tiene un antecedente histórico muy arraigado a los roles sociales impuestos a la mujer desde los inicios del capitalismo, lo cual la obliga a efectuar actividades productivas en función de la realización de sus responsabilidades reproductivas.

Partiendo de lo anterior, y retomando la perspectiva de la subjetividad social con respecto a las necesidades, podemos decir que el emprendimiento es aquello que las mujeres resignifican como impulsor de su acción en el sentido de la satisfacción de sus necesidades. Estas mujeres no están conscientes de que las necesidades sentidas se desprenden de una situación histórica de desposesión económica y dominación social que viene sometien-

do a la mujer globalmente desde el siglo XVI, por lo tanto, es lógico que no consideren que sus medios de satisfacción estén, por ejemplo, en el reconocimiento de sus labores domésticas como trabajo productivo y la remuneración económica por sus labores de reproducción, tal como lo propone Federici (2010). En su lugar, las herramientas que las mujeres sienten que necesitan para satisfacer sus necesidades las encuentran en actividades como el emprendimiento, al ser un medio visible y accesible que forma parte de su realidad social actual.

Además de la aportación económica al hogar, estas mujeres buscan algo más, buscan medios de empoderamiento, de dignificación, libertad e independencia, y en el dinero encuentran la respuesta a esta necesidad.

Siempre que tú tienes un negocio, siempre puedes tener dinero, aunque sea para las tortillas, pero vas a tener, [...] con tu propio negocio, tú ya no dependes de otra persona, vas a tratar de tener un dinero ahorrado, por lo que sea que se llegara a ofrecer, entonces es lo bueno de ser una emprendedora. (Tercera sesión de Historia de vida, Adriana, 19 de febrero de 2018)

Estas mujeres se sienten o se han sentido económicamente dependientes de sus padres o maridos, y es algo que les molesta y a la vez les motiva a lograr independencia y libertad; es decir, a empoderarse. Por lo tanto, ven en el dinero propio la vía para su empoderamiento y, como ya mencionamos, el emprendimiento es su medio para conseguirlo.

Con ello podemos decir que las mujeres construyen el significado de ser mujeres emprendedoras desde la resignificación de esta actividad, como el satisfactor de su necesidad de empoderamiento, aunque realmente el emprendimiento reproduce la situación de subordinación de la mujer, debido a su origen neoliberal.

Conclusiones

Con este trabajo podemos concluir que las mujeres construyen el concepto de ser emprendedoras a través de cinco núcleos de significación: su fe, como medio de explicación y justificación de la

realidad; la pasión por el proceso creativo, que implica el aprender a hacer; el ejemplo materno, la solidaridad y cooperación femenina; el desempeño de su doble rol, productivo y reproductivo; y la búsqueda por el empoderamiento y la dignificación.

Estos núcleos están relacionados entre sí y se explican mediante la forma en que las mujeres se representan a sí mismas a través de la interiorización, naturalización y reproducción de las estructuras históricas de dominación presentes en su contexto social. Por un lado, tenemos el sistema capitalista que ha originado procesos de opresión y subordinación en la mujer, y se ha apoyado en elementos como la fe católica para sustentarlos; también tenemos las formas patriarcales de organización social, específicamente la división sexual del trabajo, a partir de lo cual se ha reconocido a la mujer exclusivamente por su rol de reproductora del hogar, aunque realice actividades productivas en función de dicho rol. Y por último, tenemos la racionalidad neoliberal que va introduciendo el modelo de mercado en la vida de las mujeres, aislándolas, creando relaciones de competencia entre ellas y así contradiciendo su naturaleza solidaria y cooperativa.

Esta interiorización de las estructuras de dominación es un fenómeno histórico que aún se percibe en la subjetividad social de las mujeres, y que influye en su concepción como emprendedoras. Con esto, confirmamos que las mujeres participantes se apropiaron de la palabra emprendedora durante su proceso de formación y la resignificaron, según las características de su contexto sociohistórico.

El emprendimiento se ha convertido en el mito perfecto para ofrecerle prosperidad y empoderamiento a la mujer, mientras la sigue manteniendo atada a la función reproductiva sin remuneración ni reconocimiento. Esto no sólo es un mito, sino una contradicción tan característica del capitalismo, pues se le ofrece a la mujer libertad e independencia a través del derecho a trabajar más desde el hogar; es decir, a ser más explotada y aislada.

La institución formadora presente en este estudio de caso está reforzando y reproduciendo las prácticas de subordinación de la mujer presentes en su contexto sociohistórico, pues el emprendimiento es una actividad que posee bases y antecedentes altamente violentos hacia las mujeres. Por lo tanto, podemos concluir que

ningún proyecto educativo dirigido a formar emprendedoras podrá empoderar a las mujeres si se continua sin reconocer su trabajo, sólo haciéndolo visible es como ellas podrán ser realmente dueñas de su propio destino.

Recomendaciones

Este trabajo es un aporte a las nuevas propuestas para la investigación del emprendimiento femenino, que se realizan desde perspectivas que cuestionan la benevolencia del emprendimiento y llevan la reflexión a un nivel contextual e histórico. Las conclusiones nos ayudan a entender cómo, a través del emprendimiento, se está siguiendo la tendencia histórica de recargar en la mujer el sostenimiento del sistema capitalista, imputándole responsabilidades productivas y reproductivas de la vida.

También tuvimos un acercamiento a la forma en que se posiciona a la mujer a través de los cursos de capacitación para el emprendimiento, y concluimos que los procesos educativos para mujeres emprendedoras reproducen prácticas históricas de subordinación de la mujer mexicana; empero, esto no fue suficiente, faltaría analizar a fondo la estructura de estos procesos y buscar alternativas educativas para el empoderamiento de la mujer procurando seguir sus formas culturales, sin tratar de adherirlas a un ideal importado del extranjero.

Por otra parte, comprendimos que la mujer mexicana configura su identidad emprendedora a través de una búsqueda más de ser que de tener; es decir, de la búsqueda por su empoderamiento y su liberación. Las historias de las participantes nos ayudaron a pensar el emprendimiento femenino en México como algo más profundo, que representa para ellas un espacio donde pueden ser, un espacio de expresión, libertad y dignificación. Entonces cabría preguntarnos cómo rescatar esa búsqueda de la mujer mexicana por su empoderamiento, y redirigirla a través de procesos educativos que no sigan reproduciendo su situación histórica de subordinación. Esa es nuestra próxima tarea.

Referencias

- Aguiar, W. M. J. y Ozella, S. (2006). Núcleos de significação como instrumento para a apreensão da constituição dos sentidos. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 26(2), 222-245. <https://doi.org/10.1590/S1414-98932006000200006>
- Ahl, H. (2002). *The Making of the Female Entrepreneur. A Discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship*. Jönköping University.
- Ahl, H. (2006). Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions. *ET & P*, 30(5), 595-622. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x>
- Ahl, H. y Marlow, S. (2012). Exploring the dynamics of gender, feminism, and entrepreneurship: advancing debate to escape a dead end? *Organization*, 19(5), 543-562. <https://doi.org/10.1177/1350508412448695>
- Altan-olcay, Ö. (2014). Entrepreneurial Subjectivities and Gendered Complexities: Neoliberal Citizenship in Turkey. *Feminist Economics*, (October), 37-41. <https://doi.org/10.1080/13545701.2014.950978>
- Calás, M. B.; Smircich, L. y Bourne, K. A. (2009). Extending the Boundaries: Reframing "Entrepreneurship as Social Change" through Feminist Perspectives. *The Academy of Management Review*, 34(3), 552-569. <https://doi.org/10.5465/amr.2009.40633597>
- Castro, M. A. A. B.; García, M. L. S. y Adame, M. E. C. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de Negocios*, 6(13), 98-107. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.009>
- Cramer, L.; Carvalho; M., Silvia, Á. L. y De Brito, M. J. (2012). Representações Femininas Da Ação Empreendedora: Uma Análise Da Trajetória Das Mulheres No Mundo Dos Negócios. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 1(1), 53-71. <https://doi.org/10.14211/regepe.v1i1.14>
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE.
- Federici, S. (2010). *Calibán y la bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación originaria*. Traficantes de sueños.
- Federici, S. (2013). *Revolución en punto cero. Trabajo doméstico, reproducción y luchas feministas*. Traficantes de sueños.

- Ferraz, A.; Piau, W. G.; Pessoa, U. y Fontes, C. M. (2014). Empreendedorismo feminino como sujeito de pesquisa. *Revista Brasileira de Gestao de Negocios*, 16(51), 319-342. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v16i51.1508>
- García, D. (2006). Implantación de la modalidad emprendedora en México. *Trayectorias*, 8(20-21), 139-151.
- Garcia, J.; Álvarez, P. y Reyna, R. (2007). Características del emprendedor de éxito en la creación PYMES españolas. *Estudios de Economia Aplicada*, 25(3), 3. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30113818017%0AEstudios>
- González Rey, F. L. (2007). *Investigación cualitativa y subjetividad. Los procesos de construcción de la información*. McGrawHill.
- Haraway, D. (1988). Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. *Feminist Studies*, 14(3), 575-599. <https://doi.org/10.2307/3178066>
- Henry, C.; Foss, L. y Ahl, H. (2015). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, (9037), 1-45. <https://doi.org/10.1177/0266242614549779>
- Holmgren, C.; From, J.; Olofsson, A.; Karlsson, H.; Snyder, K. y Sundtron, U. (2005). Entrepreneurship education: Salvation or damnation? *Journal of Entrepreneurship Education*, 8(1) 7-19.
- Laval, C. y Dardot, P. (2013). La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal. Gedisa.
- McGowan, P.; Redeker, C. L.; Cooper, S. Y. y Greenan, K. (2012). Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: Motivations, expectations, and realities. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1-2), 53-72. <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.637351>
- Mendes, J., y Silva, E. E. (2013). Mulheres e Suas Histórias: Razão, Sensibilidade e Subjetividade no Empreendedorismo Feminino. *RAC - Revista de Administração Contemporânea*, 17(4), 398-417. <https://doi.org/10.1590/S1415-65552013000400002>
- Pereira, F. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. *Cuadernos de Administración*, 20(34), 11-37. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20503402>
- Pérez Orozco, A. (2006). *Perspectivas feministas en torno a la economía: el caso de los cuidados*. Consejo Económico y Social.

- Poggesi, S.; Mari, M. y De Vita, L. (2016). What's new in female entrepreneurship research? Answers from the literature. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(3), 735-764. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0364-5>
- Ritzer, G. (2002). *Teoría sociológica moderna*. McGrawHill.
- Schumpeter, J. A. (1978). *Teoría del desenvolvimiento económico*. Fondo de Cultura Económica.
- Stake, R. E. (1999). *Investigación con estudio de casos*. Morata.

Capítulo 2

Liminalidad y emprendimientos turísticos de mujeres en la frontera norte mexicana

Isis Arlene Díaz-Carrión
Ma. Cruz Lozano Ramírez
Adriana Guillermina Ríos Vázquez

Introducción

La liminalidad (Van Gennep, 1960; Turner, 1967), entendida como un proceso temporal cargado de ambigüedad y materializado por el “no estar en un sitio, ni en otro”, ha sido usada por los estudios organizacionales para el análisis de procesos caracterizados por el cambio (Johnsen y Sørensen, 2015; Underthun y Jordhus-Lier, 2018). En este sentido, como liminal son definidos algunos emprendimientos de mujeres, mientras que la idea de pertenencia es identificada por diversas investigaciones donde las mujeres y sus emprendimientos aparecen como eslabones transitorios de las trayectorias profesionales; pero también como una actividad más en la vida cotidiana, pues en ocasiones las mujeres emprenden mientras sus cargas de trabajo doméstico y de cuida-

dos se lo permiten (Cantú et al., 2018; Ayatakshi-Endow y Steele, 2021; Doshi, 2022; Kelly y McAdam, 2022).

Las ciencias sociales han abordado los estudios sobre el emprendimiento desde diversas perspectivas; por una parte, existe una predominancia del concepto, entendido como un fenómeno económico que genera ingresos en un contexto de oportunidades de empleo limitado, o bien ante un empleo precario; pero también se ha analizado el concepto como una opción de crecimiento personal y oportunidad, con un potencial de negociación hacia los roles de género (Cantú et al., 2018; Figueroa-Domecq et al., 2020). Las razones que sostienen el emprendimiento en nuestro país aparecen particularmente vinculadas a las carencias que, si bien diversos informes destacan la necesidad de emprender, también se reconoce al emprendimiento como generador de impactos positivos para las mujeres (Paredes et al., 2019; Zamora et al., 2022).

En este capítulo, partiendo del concepto de liminalidad, se analiza el emprendimiento turístico de mujeres radicadas en Tijuana, para evidenciar las tensiones experimentadas por las emprendedoras y las negociaciones realizadas; usando la alegoría de la liminalidad como *puertas giratorias* por las que las emprendedoras transitan en su rol de cuidadoras y proveedoras. Interesa particularmente destacar la relevancia del constructo para promover la desnormalización de las tensiones promovidas por los estereotipos de género que potencian su falta de agencia y legitimidad en un sector fuertemente feminizado, como lo es el turismo, y las repercusiones de ello en la sociedad. El documento comienza con dos secciones teóricas donde se abordan los conceptos de emprendimiento de las mujeres en el turismo y la liminalidad; las secciones siguientes muestran la metodología usada y los hallazgos, mientras que los últimos dos apartados comprenden la discusión y las conclusiones.

Emprendimientos de las mujeres en el sector del turismo

La participación de las mujeres como emprendedoras del sector ha sido objeto de estudio por parte de diversas investigaciones (Figueroa-Domecq et al., 2020; Gutiérrez et al., 2020; Serrano et al., 2017;

Fernández y Martínez, 2010). De manera generalizada, los estudios realizados enfatizan las motivaciones que llevan a las mujeres a emprender y el emprendimiento como una estrategia de empoderamiento o las barreras que enfrentan las emprendedoras; todo ello en un trasfondo del rol de cuidadora como un condicionante significativo, no sólo al momento de emprender sino a lo largo de la vida de este (Figueroa-Domecq et al., 2020; Gutiérrez et al., 2020).

El turismo aparece como un sector donde la participación de las mujeres es socialmente validada, particularmente para las actividades que guardan estrecha relación con el cuidado, ya que, a pesar de la feminización, éste presenta puestos socialmente considerados apropiados, según el género de quien las desempeña (UNWTO, 2019; Figueroa-Domecq et al., 2020). Así, los emprendimientos de las mujeres aparecen concentrados en las actividades de hospedaje, hospitalidad y artesanías; mientras que los hombres tienen mayor presencia en el servicio de transporte o como guías de aventura (Figueroa-Domecq et al., 2020; Suárez et al., 2016; Hernández et al., 2005). Lo anterior coincide con las características de los emprendimientos en el resto de los sectores, donde los negocios de las mujeres se concentran en actividades como el comercio, debido a su bajo requerimiento de capital inicial, lo que condiciona fuertemente la vida de sus emprendimientos al presentar un elevado nivel de vulnerabilidad (Díaz-Carrión et al., 2022).

Particularmente, contextualizando el caso de México, la generación de empleo y de ingresos destaca como una motivación importante para emprender. En este sentido, el emprendimiento por necesidad ha sido documentado por las investigaciones, pero también aparecen motivaciones personales y sociales que llevan a las mujeres a emprender en el turismo (Serrano et al., 2017; Fernández y Martínez, 2010). De manera tradicional, las motivaciones emprendedoras se han explicado desde dos razones: la necesidad y la oportunidad; sin embargo, las investigaciones feministas han contribuido a destacar las múltiples interacciones presentes al momento de emprender, incluso en contextos económicamente desfavorecidos como el mexicano (Fernández-Aldecoa et al., 2022; Suárez-Gtz et al., 2022). No es extraño que el emprendimiento se haya vinculado con diversas políticas públicas para promover el

empoderamiento de las mujeres, particularmente en los destinos de turismo rural, espacios donde las posibilidades de empleo son más precarias, particularmente para las mujeres.

Relacionado con la negociación de los roles de género, cabe señalar que la literatura destaca la necesidad del balance de la vida cotidiana como motivación para las emprendedoras (Suárez et al., 2016; Serrano et al., 2017), al tratarse de una sociedad fuertemente tradicional, las mujeres aparecen como las principales realizadoras del trabajo de cuidados (INEGI, 2019), lo cual condiciona su participación en las diversas actividades; debido a ello, la posibilidad de balancear la vida cotidiana hace del emprendimiento una opción factible y deseable para las mujeres (Doshi, 2022; Díaz-Carrión, 2018).

Si bien el emprendimiento en el sector del turismo no ha sido revisado a partir del concepto teórico de liminalidad, a partir de los trabajos feministas que analizan el emprendimiento se perfila una diversidad de identidades experimentadas por las mujeres. En primer lugar, estarían la identidad de cuidadora y emprendedora, pero también, al aplicar la interseccionalidad es posible identificar otras identidades a partir de características como la edad, el ciclo de vida, el espacio de residencia y la pertenencia étnica, por señalar algunas de las identidades que más han sido estudiadas no sólo en México, sino también en el resto de América Latina (Serrano et al., 2017; Vizcaino-Suárez, 2018).

Liminalidad y emprendimientos de las mujeres

A pesar de no ser un concepto muy recurrido por las investigaciones de turismo y género, los estudios sobre la liminalidad y turismo comienzan a aparecer desde finales de los setenta (Conti y Cassel, 2020); el concepto ha sido usado para describir “viajes, experiencias, eventos, lugares y hasta al propio turista” (p. 416); también se ha usado para analizar prácticas organizacionales (Underthun y Jordhus-Lier, 2018). Si bien, la transitoriedad se presenta como el centro de los estudios de liminalidad desde la antropología, las investigaciones turísticas se enfocan en las dinámicas del *performance* y su potencial de liberación de las estructuras normativas de la sociedad (Conti y Cassel, 2020; Díaz-Carrión et al.,

2020). De tal suerte que los trabajos han destacado el limbo, la liminalidad transitoria o la permanente como dinámicas vinculadas al constructo; destacando principalmente el potencial de ruptura y de negociación de los acuerdos latentes antes, durante y después de la transición (Conti y Cassel, 2020).

Tratándose de procesos de identidad personal o social, la liminalidad aparece para subrayar una característica de temporalidad, pero también adopta, principalmente en los estudios organizacionales, la particularidad de permanencia que ha sido explorada por trabajos como los de Underthun y Jordhus-Lier (2018) o Conti y Cassel (2020), cuyos trabajos coinciden con Bamber et al. (2017) sobre la necesidad de destacar una liminalidad ocupacional permanente, caracterizada por una temporalidad sin fin, que es producida por la modernidad, además del limbo y la liminalidad ocupacional transitoria; fases que inicialmente fueron propuestas por Van Gennep (1960) como separación, transición y reagrupación, pero que desde los estudios organizacionales ofrecen nuevas interpretaciones.

Desde esta perspectiva, la liminalidad aparece como un concepto que permite el estudio de las identidades profesionales en un contexto de incertidumbre, cambio y transformación (Reed y Thomas, 2021). De tal suerte que la liminalidad puede tener connotaciones de incertidumbre y ser dolorosa, disruptiva o inquietante; pero también de promover la creatividad y aumentar la libertad para generar nuevos acuerdos favorables para la persona y grupo social (Bamber et al., 2017; Kelly y McAdam, 2022).

No obstante, para dejar clara la diferencia entre las etapas propuestas por Van Gennep (1960) y las aportaciones desde los estudios organizacionales, se remarcan las etapas de: liminalidad ocupacional transitoria, limbo ocupacional y liminalidad ocupacional permanente (tabla 1).

Tabla 1
Fases de la liminalidad ocupacional

<p>Liminalidad ocupacional transitoria</p> <p>Estadio no deseable, perjudicial para el bienestar, abundan las emociones de sustituibilidad y descartabilidad. Debido a la suspensión provisional y temporal de los acuerdos sociales, puede promover la negociación de acuerdos alternativos y modificaciones.</p>
<p>Limbo ocupacional</p> <p>Se caracteriza por una sensación de obstrucción o bloqueo de manera involuntaria. No se percibe un avance. Provoca frustración, no promueve la creatividad, ni negociaciones.</p>
<p>Liminalidad ocupacional permanente</p> <p>Quienes <i>transitan de una identidad hacia otra</i>, o quienes están <i>entre dos identidades</i> durante un largo período de tiempo. El cambio constante entre identidades es complicado, pero también satisfactorio.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de Bamber et al. (2017).

De acuerdo con Bamber et al. (2017), la liminalidad ocupacional transitoria quedaría expresada como “no más X, pero no Y todavía” (p. 3), en un sentido de “estar en transición hacia una nueva identidad”. En la liminalidad ocupacional permanente, la persona “no es ni X, ni Y”, o es “tanto X como Y” (p. 3), lo que remite a la idea de una persona que siempre está cruzando el umbral, pero en los términos propios, por lo que no se experimenta una sensación de indefensión; los autores lo explican a través de una metáfora de *puertas giratorias*. Finalmente, el limbo corresponde con esa sensación de “no ser X, siempre ser Y”, representando X la identidad deseada y Y una identidad poco valorada (p. 20). Al cruzar el limbo se incorpora la nueva identidad, la cual puede ser favorable y significativa, tanto para la persona como para su grupo social.

Las fases anteriormente explicadas resultan más adecuadas para el estudio de los emprendimientos de las mujeres; primero, porque el contexto de negocios es sumamente cambiante y, segundo, porque la identidad ocupacional guarda una estrecha relación con la identidad de género y las negociaciones necesarias para producir dinámicas más equitativas para las emprendedoras. Los trabajos organizacionales que utilizan la liminalidad de em-

prendedoras destacan la importancia de los roles de género como un elemento central en la identidad de ellas; particularmente en aquellas sociedades donde todavía el mundo emprendedor está marcadamente masculinizado (Doshi, 2022).

Además del género, las identidades del emprendimiento se intersectan con otras contribuyendo a tensiones importantes; como así constatan García-Lorenzo et al. (2020) en su investigación con emprendedoras de más de 50 años. De acuerdo con los hallazgos, la liminalidad emprendedora se circunscribe por la paradoja de la transición con una fuerte carga de edadismo. Lo anterior resulta relevante porque, en el caso de las emprendedoras, Doshi (2022) identifica una paradoja de género (rol de cuidadora versus rol de proveedora), y Kelly y McAdam (2022) igualmente constatan tensiones incluso en sectores considerados como comprometidos con la agenda de género, como el digital; para estas últimas autoras, la identidad ocupacional se desencadena precisamente durante las fases liminales y se experimentan fuertes restricciones debido a las normas sociales; por ejemplo, las participantes destacan el control del cuerpo (esbelto y bronceado) como parte importante de la identidad de las emprendedoras del sector. Ante estas tensiones destaca la resiliencia de las emprendedoras para negociar su presencia en el negocio digital, a través de la resistencia a los estereotipos de género, vinculando la resiliencia con la resistencia.

En estos casos, las investigadoras han destacado el dinamismo de la construcción de la identidad emprendedora presentes entre el *antes*, *durante* y *después*, enfatizando procesos de resistencia y negociación para hacer frente a la precariedad, además de la ausencia de soporte y validación. Como se ha señalado en otras investigaciones, las mujeres enfrentan una mayor restricción societal que los hombres, y sus procesos identitarios suelen partir o comprender la *otredad* (Conti y Cassel, 2020; Díaz-Carrión et al., 2020).

En América Latina, la liminalidad tampoco ha sido plenamente explorada por los estudios de género y turismo; de ahí el interés por avanzar el constructo como uno significativo para contribuir a la propuesta de estrategias tendientes a desnormalizar y minimizar las brechas que experimentan las mujeres en el sector (Suárez-Gtz et al., 2022; Figueroa-Domecq et al., 2020).

Metodología

Para analizar los procesos de emprendimiento y la liminalidad de las mujeres, en el sector del turismo y los viajes en Tijuana, Baja California (México), se empleó la metodología cualitativa y de la entrevista a profundidad como principal herramienta. Lo anterior en concordancia con los planteamientos metodológicos de los principales constructos de la investigación (Ayatakshi-Endow y Steele, 2021; Doshi, 2022).

Partiendo de la revisión de la literatura se identificaron las principales dinámicas de la temática y con ellas se elaboró un guion de entrevista semiestructurada, dividido en cuatro secciones. La primera, para obtener la información sociodemográfica de las entrevistadas y las generalidades de sus emprendimientos. La segunda, tercera y cuarta parte, comprenden una batería de preguntas para recopilar información acerca de los inicios del emprendimiento, el cambio y el aprendizaje para gestionar la liminalidad desde una mirada de la vida cotidiana, así como para la identificación de las interacciones entre sus roles de emprendedora y cuidadora. La última sección del guion se queda abierta para obtener cualquier comentario complementario de parte de la entrevistada y realizar el cierre.

Para validar el contenido del instrumento se solicitó el apoyo de tres colegas con experiencia en la temática, quienes valoran su relevancia, representatividad, consistencia con el propósito y temas de interés; se recomendaron modificaciones menores (referentes a la introducción de preguntas para profundizar los impactos entrelazados del rol de emprendedora y cuidadora de las entrevistadas). Realizadas las incorporaciones, se llevó a cabo la validación del instrumento a través de la aplicación a terceras personas, en total se realizaron tres pruebas piloto.

Las entrevistas se realizaron entre los meses de noviembre de 2021 y julio de 2022, en promedio se realizaron tres sesiones por cada entrevistada, cada sesión tuvo una duración aproximada de dos horas. En total se entrevistó a 25 mujeres autoidentificadas como cis-género, emprendedoras en el sector del turismo y los viajes con una antigüedad del emprendimiento mayor a cinco años, radicadas en Tijuana. La selección de la muestra es de tipo no

probabilístico usando los métodos de conveniencia y bola de nieve (Patton, 2015), se contactó primero a emprendedoras conocidas y éstas a su vez refieren a otras. Una vez realizadas las entrevistas, se llevó a cabo la transcripción usando *IBM Watson Speech to Text*, por ser de libre acceso.

Posteriormente se realizó el análisis de contenido cualitativo con el software de libre acceso *Weft QDA*; para ello se generaron los códigos y subcódigos para el análisis de contenido (tabla 2). A partir de esta agrupación fue posible descomponer los textos para la realización de una primera lectura de los documentos, permitiendo la identificación de los principales temas para la codificación. Posteriormente se realizó el análisis latente, caracterizado por la identificación de los temas subyacentes, hallando así las transiciones más significativas para los emprendimientos de las participantes (Bengtsson, 2016; Graneheim et al., 2017).

Tabla 2

Estructura para el análisis de contenido

Conceptos 1er. orden	Temas 2do. orden	Respuestas agregadas
desempleo, renuncia, angustia, atrapada, complejidad, pandemia, riesgo, sin avance, dudas, violencia, inseguridad, migración, conflicto, tiempos, cansancio	<i>Rol emprendedora:</i> separación, retos, transición, incertidumbre, conflicto, estancamiento <i>Rol cuidadora:</i> problemas, balance, desgaste	limbo ocupacional (en contexto del balance de la vida cotidiana)
optimismo, orgullo, cambio, cansancio, reparto, apoyo, familia, roles, conflicto, renuncia, decisión	<i>Rol emprendedora:</i> oportunidad, crecimiento <i>Rol cuidadora:</i> reconocimiento, necesidad, corresponsabilidad, autoafirmación	liminalidad ocupacional permanente (en contexto del balance de la vida cotidiana)

Fuente: Elaboración propia a partir de Bamber et al. (2017); Conti y Cassel (2020); Doshi (2022); García-Lorenzo et al. (2020); Kelly y McAdam (2022).

Para minimizar sesgos en esta fase, se revisó el marco teórico; además, las notas de campo fueron útiles como herramienta de control

de la triangulación. Otra estrategia recurrida fue la consulta con colegas expertas en el tema (Lietz y Zayas, 2013; Gioia, 2021). Para salvaguardar la identidad de las entrevistadas, sus nombres fueron cambiados y algunos aspectos generales también se modificaron.

Resultados

En este apartado se exploran los procesos liminares identificados como más importantes. La sección se divide en tres partes: primero se revisa el proceso de separación, después se exponen las situaciones identificadas como limbo, para finalmente explorar la liminalidad de *puertas giratorias*; en este caso principalmente vinculadas con el proceso migratorio y el rol de cuidadora.

La separación

Como han señalado los diversos estudios de liminalidad y emprendimiento, el *dejar de ser* comprende una serie de motivaciones que marcan el inicio de la transición. En el caso de las entrevistadas es posible identificar esta separación ocupacional de ser *estudiante* o *empleada* a ser *emprendedora* como una fase donde conviven la incertidumbre y la esperanza: “lo recuerdo como una montaña rusa, por un lado, la duda de si ‘¿podré?’ y luego me sentía más como... ‘todo va a ir bien’” (Maritza). En la mayoría de los casos, la decisión de emprender aparece como algo pensado: “mi familia siempre ha tenido negocios, para mí no fue algo así como... extraño abrir uno en la misma actividad” (Yadira). A pesar de no tener antecedentes cercanos de emprendimientos, comenta la decisión de emprender como una planificada:

Antes de iniciar con el negocio, tuve que hacerme de capital para tener un fondo que me permitiera operar un año, entonces en la universidad trabajaba y estudiaba el último año, y luego pasaron otros dos años que fue cuando dije ‘ya sí, ahora’ y empecé. (Yadira)

A pesar de no ser generalizado el emprendimiento por necesidad, algunas de las entrevistadas se plantearon comenzar el negocio al quedar desempleadas, en la mayoría de los casos, esta situación fue generada por la pandemia por covid-19 (Jacqueline, Alondra y Li-

zet). Al respecto, Alondra comenta: “Me quedé sin empleo en 2020, varias empresas turísticas cerraron, un año después me hablaron de la antigua empresa, pero ya me había decidido a ser guía”.

En los casos comentados se identifica una liminalidad ocupacional transitoria (Bamber et al., 2017), que, si bien contiene elementos no deseables, también se caracteriza por la posibilidad de “cruzar el umbral” hacia la identidad de emprendedora. Es entonces cuando la separación —a pesar de su fuerte carga emocional— sostiene dinámicas que facilitan el tránsito hacia la nueva identidad de emprendedora, percibiendo el transitar como un avance.

Tijuana es una ciudad caracterizada por la migración (Muro y Rodríguez, 2022), debido a lo cual no es de extrañar que la dinámica aparezca entre la muestra de estudio como un importante componente de la identidad. En el caso de las participantes, la cercanía de la ciudad con las principales ciudades de California (EUA) la convierten en un destino turístico con potencial económico y más seguro, situación que ha podido ser aprovechada por las emprendedoras, como comenta Lucía:

Yo salí de mi ciudad porque no me gustaba el ambiente, había mucha violencia y mucho machismo, mi familia es muy tradicional, yo no quería sólo casarme y ser ama de casa, Tijuana era la ciudad como más prometedora y elegí venir a estudiar la universidad acá, mi familia no lo entendía [...] de hecho esperaban que me regresara y cuando les dije que no, que me iba a quedar para iniciar un negocio, menos lo entendieron, pensaron que no, que no, que me iba a desanimar o a... no sé, aburrir, pero pues no... mi negocio ha enfrentado ya la pandemia y pues aquí sigo [...] y sí, tengo planes de crecimiento.

Por su parte, Mariana también migra hacia la ciudad atraída por su potencial turístico:

Soy de una ciudad del norte del país, pero no es una ciudad fronteriza, y pues Tijuana, a pesar de todo, sí la ves como [...] como con probabilidad de que tu negocio pegue, yo he tenido otros negocios, pero allá [en su ciudad de origen] y pues cuando mi esposo y yo pensamos en movernos, fue nuestra primera opción, pues por la población, pero también por el turismo y los proveedores.

En ambos casos, las emprendedoras experimentan la migración y el emprendimiento como procesos que Bamber et al. (2017) identifican con liminalidad ocupacional permanente; en estos últimos casos, el emprendimiento, además, se vincula con su condición migrante, existiendo dos procesos que no necesariamente son experimentados como una separación, sino que son aprovechados en el emprendimiento:

Mi restaurante tiene comida de dónde vengo y de aquí, al menos una vez al año regreso y reinvento mi cocina, soy de allá y soy de aquí [...] y si me fuera a otra ciudad, sería de Oaxaca, de Tijuana y de ese nuevo lugar [...] es lo que soy. (Julia)

Para Julia, la liminalidad ocupacional permanente se manifiesta en *ir* y *venir* entre sus dos identidades; esta dinámica *giratoria* es aprovechada como elemento de distinción y puesta en valor de la oferta gastronómica que comercializa. Como ella, otras entrevistadas recurren a artesanías o productos artesanales originarios de las regiones que emigraron y sobre los que basan sus emprendimientos (Georgina, Mayte y Olivia); en los tres casos, las emprendedoras se describen como un *punto* y están satisfechas con la valoración que se hace de sus orígenes: “Me da orgullo que el turista valore la artesanía que hago, que está inspirada en el lugar donde nací” (Georgina).

El limbo: estar atrapada

Esta fase de la liminalidad, identificada como un bloqueo involuntario, remite a unas participantes, quienes —independientemente de su motivación—, no se perciben como emprendedoras ni se despiden todavía de su identidad ocupacional anterior. Según las entrevistadas, son diversas las razones que las lleva a experimentar este desasosiego (Maritza, Lucía, Areli); las causas interactúan entre sí, no sólo como consecuencia de la identidad ocupacional, sino también producto de sus demás identidades:

Tienes a tu familia, mis hijas en este caso, mi esposo, y emprendes, pero tu familia te mira como “mi mamá”, y los clientes, los proveedores, a veces es como “la mamá que tiene un negocio de” [...] y como que no te toman en serio. (Danna)

La reciente pandemia fue también una de las razones para experimentar la sensación de “estar atrapada”, como comenta Jacqueline: “varios meses cerramos y pues como que no sabías si ibas a regresar, fue complicado, todo fue complicado”. En la opinión de las participantes, esa incertidumbre ha sido la que más complicaciones les trajo: “no se compara, antes sí teníamos ese sentimiento de ‘no avanzo’, ‘no crece mi negocio’, pero esto lo cambió todo, lo puso ‘patas arriba’, y fue [...] muy complejo” (Eva). Tania también experimentó la incertidumbre generada por la pandemia:

Yo había comenzado en septiembre y pues diciembre había sido como mi primera temporada alta y me fue bien, pero llegó la pandemia y acá se cerró todo, apenas unas semanas antes de semana santa, entonces de repente fue quedarse sin nada, y pues no dependía de mí, pasaron los meses y pues nada [...] sin saber, “¿qué hago ahora? ¿cómo le hago?” Fue complicado para todo mundo, pero creo que más lo fue para quienes teníamos un negocio.

Fuera de la incertidumbre experimentada durante la pandemia, la falta de seguridad financiera convive también con la precariedad para promover el limbo ocupacional:

Hay veces que oigo que dicen “voy a ser mi propio jefe”, o que van a emprender “para hacerme rico”, pero no, no es así [...] trabajas mucho más, mandas muchos presupuestos para que te salga un viaje, siempre prospectando, siempre. (Vanesa)

Ello también se relaciona con los limitados recursos con los que cuentan las emprendedoras, Yadira comenta que:

Emprender tu negocio no es fácil, vas como poco a poco, a veces te llegan clientes interesantes, pero tú no tienes el capital, entonces es también de tener redes con otros negocios; yo, con mi familia, cada quien tiene su negocio y de una forma nos apoyamos y también conocemos otras empresas que nos ven como grupo y ya les da más confianza que si fuera yo sola; si fuera así, como [...] como yo sola [...], yo creo que sí me sería como [...] con más presión, estaría más desprotegida.

Procesos liminales de materner y emprender

A pesar de que las mujeres incrementan cada vez más su presencia en el emprendedurismo, todavía experimentan brechas significativas, pues los estudios de turismo y género han evidenciado el papel que juega el rol de cuidadora en la vida de las mujeres (Suárez-Gtz et al., 2022). En el caso de las participantes, la maternidad les supone una identidad que motiva y limita sus emprendimientos, principalmente como consecuencia del tiempo, pero también de recursos financieros (Areli, Larisa, Danna). Tanto las participantes que ya son madres, como las que contemplan la maternidad en el futuro, consideran que ha sido —o será— una decisión propia y planeada (Areli, Yadira, Eva, Tania); también hay participantes que no consideran la maternidad en sus planes, se trata en su mayoría de emprendedoras menores de 35 años (Lucía, Jacqueline).

Bamber et al. (2017) hablan de un tipo de liminalidad ocupacional permanente, caracterizado por alternar diversas identidades. En el caso de las mujeres, esta sucesión contempla no sólo las identidades ocupacionales, sino también las que mantienen en el resto de la vida cotidiana, particularmente la identidad de cuidados:

Mi tiempo para el negocio está muy marcado por los tiempos de mi familia, yo soy la propietaria, pero soy también la mamá de Javier y tengo que ver por ambos, por mi hijo y por mi negocio que es [...], pues sí, mi otro hijo, [...] ambos demandan igual cantidad de trabajo y ambos me dan también muchas satisfacciones. (Yadira)

Como señala Yadira, también para otras entrevistadas, la identidad de mamá es una motivación importante: “quiero que mi hija se sienta orgullosa de mí y de mi negocio” (Tania). No obstante, la identidad de cuidados, alternada con la de emprendedora también puede dar pie a tensiones.

Algunas de las entrevistadas consideran que el cuidado de la familia es incompatible con un emprendimiento:

Empecé mi agencia hasta que mi hija más pequeña estaba ya en la secundaria, creo que si hubiera sido más pequeña no me habría sido posible, pues entre escuela, clases por la tarde y eso, no habría tenido tiempo, habría descuida-

do a mi familia y tampoco habría cuidado de la agencia.
(Aurora)

Las entrevistadas más jóvenes piensan que decisiones como la de Aurora son más comunes en los grupos domésticos donde la responsabilidad de los hombres en el trabajo de cuidados es baja; por ello plantean la necesidad de los hombres de un mayor involucramiento: “Si la otra parte no jala igual, es muy complicado” (Larisa).

La aplicación de la metáfora de las *puertas giratorias* para alternar identidades queda representada en las palabras de Aurora:

Recuerdo que nos decían en un curso “vas a tener varios sombreros” y tendrás que andar poniéndote uno y luego otro y así... en mi casa soy mamá y esposa, en mi negocio soy emprendedora, así es como quiero que me vean, porque soy ambas cosas.

Discusión

La navegación entre diversas identidades ha sido el principal foco de estudio de la liminalidad, la transición ante el cambio y el aprendizaje para gestionar los *espacios de tránsito* remite a construcciones que llevan a las mujeres a negociar el significado de *emprendedora*, sin dejar de tener en cuenta las interacciones con sus otras identidades. En algunos casos, las identidades *giratorias* se materializan entre las emprendedoras entrevistadas por el género (rol de cuidadora), como señalan Yadira y Aurora, al comentar que son “emprendedoras” pero también “esposas” o “madres”; también quienes emigran experimentan liminalidades *giratorias*, como lo señalan Julia o Georgina, quienes declaran ser “de allá” y también “de aquí”, y experimentar orgullo y satisfacción por ambas.

De manera generalizada, la pandemia por covid-19 aparece como una situación recurrida para materializar el limbo. En este sentido, se destaca el peso de dicho evento, particularmente en el sector del turismo y los viajes, que fue uno de los más impactados durante 2020 (Milán García et al., 2021); continuando con la identidad ocupacional, limbo es también precariedad materializada en el “siempre prospectando” de Vanesa.

Complementado el concepto de limbo, se identifica la confluencia de los roles de cuidadora (no sólo de la familia, también del negocio) con el de proveedora. Así, el “ser emprendedora” pero también la “mamá de...” señalado por Danna, encarna el estereotipo de que *los negocios no son para las mujeres* y que mantiene a las emprendedoras como la otredad en el ecosistema emprendedor (Doshi, 2022; Kelly y McAdam, 2022).

Para las participantes, como una extensión de su rol de cuidadoras, el emprendimiento se torna también como *otro hijo*: requiere de cuidados, requiere de recursos, trae complicaciones y trae satisfacciones. Esto coincide con lo reportado por Doshi (2022), quien destaca entre sus hallazgos que las emprendedoras experimentan las tensiones de ambos roles y no en pocos casos sus narrativas denotan la presión por ser *emprendedoras exitosas*, pero también por ser *madres y esposas exitosas*. Si bien en la presente investigación no se analiza la construcción del *éxito* de manera directa, es interesante el simbolismo utilizado por las entrevistadas para definir sus emprendimientos y a ellas como *la mamá del emprendimiento*; futuras investigaciones podrían contribuir a arrojar luz sobre esos procesos identitarios.

Para negociar las dificultades experimentadas en el tránsito hacia la identidad de emprendedora, aparecen sobre todo las redes de apoyo. La literatura ha señalado de manera recurrente el papel de dichas redes en la vida de las mujeres, en este caso no sólo para el cuidado, sino también para proveer (Fernández-Aldecua et al., 2022; Díaz-Carrión, 2018). Respecto a la liminalidad, se destaca el apoyo con que cuentan las participantes para hacer frente al limbo y transitar hacia la liminalidad ocupacional de Bamber et al. (2017), pero también destacando las oportunidades con las que cuentan las emprendedoras para negociar su otredad en el mundo masculinizado de los negocios (Kelly y McAdam, 2022).

Considerando lo anterior, la “liminalidad giratoria” identificada por Bamber et al. (2017), aparece como un concepto no sólo para analizar la creación de una identidad ocupacional, sino también para aprehender las interacciones de ésta con el resto de las identidades de la vida cotidiana de las emprendedoras. Al ampliar la liminalidad hacia el análisis de las interacciones entre los roles

de cuidadora y proveedora, se avanza hacia una liminalidad de la vida cotidiana que supera divisiones de roles y promueve identidades *giratorias* que permiten abordajes más completos; lo anterior, a la vez que pueden dar pie a evidenciar las interrelaciones entre los roles de las mujeres y emprendedoras, así como sus negociaciones.

Conclusiones

Como principales hallazgos se destacan los procesos liminares experimentados por las emprendedoras como consecuencia de la migración, el acceso al mundo laboral, la precariedad del empleo, los procesos disruptivos del macroentorno (siendo el más reciente el covid-19 y la crisis económica derivada de éste). Ante estos procesos liminares, las mujeres desarrollan estrategias para mantenerse como emprendedoras, pero también para conciliar su rol de proveedora con el de cuidadora.

Las aportaciones teóricas permiten considerar a la liminalidad como un constructo útil para el análisis de los emprendimientos de las mujeres, al tiempo que muestra sus múltiples posibilidades de interacción con las demás identidades de la vida cotidiana. Así, la alegoría de una liminalidad ocupacional *de puertas giratorias* (Bamber et al., 2017) se enriquece para dar pie a una liminalidad *giratoria*, que contempla los roles de cuidadora y de proveedora, donde aparecen indicios de una posible revalorización en el rol de cuidadora y cómo las emprendedoras recurren a esta identidad para aplicarla en su rol de emprendedora.

Como implicaciones se destaca la necesidad de trabajar de manera conjunta por parte de los agentes del sistema emprendedor en el sector, para evitar la reproducción de estereotipos de género y promover estrategias que mantengan la presencia de las mujeres como emprendedoras, así como el balance de dicha identidad con el resto de las que conforman su cotidianidad.

Futuras investigaciones pueden contribuir al avance del concepto analizando el peso de la pertenencia étnica o la identidad de género, por señalar algunas de las categorías, en la interacción con la identidad emprendedora. De igual manera, resultaría interesante complementar el concepto de emprendimiento bajo la luz de

enfoques críticos postmodernos y su impacto en la multiplicidad y diferencia, explorando no sólo cómo se construye la identidad de *emprendedora exitosa* y sus repercusiones en las mujeres, sino avanzando aún más el concepto de liminalidad *giratoria* para abarcar las identidades cotidianas y resistir.

Las principales implicaciones de la investigación pueden servir para diseñar políticas públicas que promuevan identidades incluyentes y continuar el reconocimiento de la importancia del trabajo de cuidados, así como la necesidad de una corresponsabilidad por parte de los hombres. Respecto al establecimiento de estrategias y acciones por parte de otros agentes del ecosistema emprendedor, los hallazgos pueden contribuir a visibilizar los acuerdos normalizados que van en detrimento de las emprendedoras.

Referencias

- Ayatakshi-Endow, S. y Steele, J. (2021). Striving for balance: women entrepreneurs in Brazil, their multiple gendered roles and covid-19. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 13(2), 121-141. <https://doi.org/10.1108/IJGE-09-2020-0142>
- Bamber, M.; Allen-Collinson, J. N. y McCormack, J. (2017). Occupational limbo, transitional liminality and permanent liminality: New conceptual distinctions. *Human Relations*, 70(12), 1514-1537. <https://doi.org/10.1177/0018726717706535>
- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *NursingPlusOpen*, 2, 8-14. <https://doi.org/10.1016/j.npls.2016.01.001>
- Cantú, M.; Bobek, V.; Hazbo, S. y Maček, A. (2018). Cultural foundations of female entrepreneurship in Mexico: Challenges and opportunities. *Naše Gospodarstvo/Our Economy*, 64(1), 28-40. <https://doi.org/10.2478/ngoe-2018-0004>
- Conti, E. y Cassel, S. H. (2020). Liminality in nature-based tourism experiences as mediated through social media. *Tourism Geographies*, 22(2), 413-432. <https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1648544>
- Díaz-Carrión, I. A. (2018). Tourism entrepreneurship and gender in the global south: The mexican experience. En Stroma Cole (Ed), *Gender*

- Equality and Tourism: Beyond Empowerment*. (pp. 108-117). CABI. <https://doi.org/10.1079/9781786394422.0108>
- Díaz-Carrión, I. A.; Vizcaino-Suárez, P. y Gaggiotti, H. (2020). Change within the change: pregnancy, liminality and adventure tourism in Mexico. *Tourism Geographies*, 22(2), 370-391. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1713876>
- Díaz-Carrión, I. A., Kido Cruz, M., Teresa y Ceyca Lugo, A. (2022). Determinantes socioeconómicos del empoderamiento de emprendedoras en Tijuana, México. *Región y Sociedad*, 34(abril), e1522. <https://doi.org/10.22198/rys2022/34/1522>
- Doshi, V. (2022). Experiencing liminality: At the crossroads of neoliberal and gendered experiences. *Gender, Work & Organization*, 29(4), 1132-1148. <https://doi.org/10.1111/gwao.12810>
- Fernández, M. y Martínez, L. (2010). Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de Bahías de Huatulco, México ¿Hacia un cambio en el rol de género? *Cuadernos de Turismo*, 26, 159-151. <http://revistas.um.es/turismo/article/viewFile/116311/110071>
- Fernández-Aldecua, M. J.; García-de-Fuentes, A. y Jouault, S. (2022). Gobernanza, redes y liderazgo en una cooperativa ecoturística maya de Yucatán, México. *Cooperativismo & Desarrollo*, 30(123), 1-31. <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2022.02.02>
- Figueroa-Domecq, C., Jong de, A. y Williams, A. M. (2020). Gender, tourism & entrepreneurship: A critical review. *Annals of Tourism Research*, 84, e102980. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102980>
- García-Lorenzo, L., Sell-Trujillo, L. y Donnelly, P. (2020). Entrepreneurship after 50: the liminal identity transitions of older emergent entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 32(9-10), 922-942. <https://doi.org/10.1080/08985626.2020.1849408>
- Garmann, C. y Meier, B. (2015). "It's capitalism on coke!": From temporary to permanent liminality in organization studies. *Culture and Organization*, 21(4), 321-337. <https://doi.org/10.1080/14759551.2014.901326>
- Graneheim, U. H.; Lindgren, B.-M. y Lundman, B. (2017). Methodological challenges in qualitative content analysis: A discussion paper. *Nurse Education Today*, 56, 29-34. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2017.06.002>

- Gioia, D. (2021). A systematic methodology for doing qualitative research. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 57(1), 20-29. <https://doi.org/10.1177/0021886320982715>
- Gutiérrez, M.; Such, M. J. y Gabaldón, P. (2020). La mujer emprendedora en el turismo rural: peculiaridades del caso costarricense a través de la revisión bibliográfica. *Cuadernos de Turismo*, 46, 185-214. <https://doi.org/10.6018/turismo.451691>
- Hernández, R.; Bello, E.; Montoya, G. y Estrada, E. (2005). Social adaptation ecotourism in the Lacandon forest. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 610-627. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.08.005>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2019). *Encuesta Nacional sobre Uso del Tiempo (ENUT) 2019*. <https://www.inegi.org.mx/programas/enut/2019/>
- Kelly, G. y McAdam, M. (2022). Women entrepreneurs negotiating identities in liminal digital spaces. *Entrepreneurship Theory And*, 47(5), 1942-1970. <https://doi.org/10.1177/10422587221115363>
- Lietz, C. A. y Zayas, L. E. (2013). Evaluating qualitative studies. En Richard M. Grinnell Jr. and Yvonne A. Unrau (ed.), *Social work research and evaluation: Foundations of evidence-based practice* (pp. 595-605). Oxford University Press.
- Milán, C. H.; Icaza, G. G. y Del Valle, M. (2021). Perspectivas laborales en el turismo en México post-covid 19. *Ciencia y Sociedad*, 46(2), 85-106. <https://doi.org/10.22206/cys.2021.v46i2.pp85-106>
- Muro, K. y Rodríguez, O. (2022). Desplazamiento forzado de mujeres de Aguililla, Michoacán, a Tijuana, Baja California, por la violencia criminal. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 67(246), 267-297. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2022.246.81780>
- Paredes, S. P.; Castillo, M. y Saavedra, 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>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods*. SAGE.
- Reed, C. y Thomas, R. (2021). Embracing indeterminacy: On being a liminal professional. *British Journal of Management*, 32(1), 219-234. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12385>
- Serrano, R.; Mendoza, R.; Palmas-Castrejón, D.; Zarza-Delgado, P. y Osorio-García, M. (2017). Participación laboral de la mujer en establecimientos de hospedaje. Caso posadas familiares en

- Tonatico, México. *Rosa Dos Ventos*, 9(3), 318-337. <https://doi.org/10.18226/21789061.v9i3p318>
- Suárez, G. M.; Bello, E.; Hernández, R. E. y Rhodes, A. (2016). Ecoturismo y el trabajo invisibilizado de las mujeres en la Selva Lacandona, Chiapas, México. *El Periplo Sustentable*, 31, 1-24. <http://www.redalyc.org/jatsRepo/1934/193449985008/193449985008.pdf>
- Suárez-Gtz, G. M.; Estrada, E. I. J.; Serrano-Barquín, R.; Pastor-Alfonso, M. J. y Sánchez, G. (2022). El ecoturismo, ¿solución o parte del problema de la economía de cuidados? *Economía, Sociedad y Territorio*, XXII(68), 57-85. <https://doi.org/10.22136/est20221726>
- Turner, V. (1967). *The forest of symbols: Aspects of Ndembu ritual*. Cornell University Press.
- Underthun, A. y Jordhus-Lier, D. C. (2018). Liminality at work in Norwegian hotels. *Tourism Geographies*, 20(1), 11-28. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1314546>
- Van, A. (1960 [1908]). *The rites of passage*. Chicago. University of Chicago Press.
- Vizcaino-Suárez, L. P. (2018). Tourism as empowerment: Women artisan's experiences in central Mexico. En Stroma Cole (Ed.), *Gender equality and tourism: Beyond empowerment* (pp. 46-54). CABI. <https://doi.org/10.1079/9781786394422.0046>
- World Tourism Organisation (UNWTO). (2019). *Global Report on Women in Tourism*. UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420384>
- Zamora, A. I.; Díaz, Y. y Jiménez, M. C. (2022). Emprendedoras en México en tiempos de pandemia. *Región y Sociedad*, 34, 1-25. <https://doi.org/10.22198/rys2022/34/1534>

Capítulo 3

Female Entrepreneurship and the Purple Economy: Challenges and Opportunities in Mexico

Juana Edith Navarrete Marneou

Introduction

The pandemic attributable to the coronavirus disease (COVID-19) marked a breaking point for the healthcare sector challenging public health systems. The overloading of hospitals and the interruption of economic activities forced organizations to adopt measures in order to mitigate the spread of the SAR-COV2 virus and to reactivate the local economy. Implementing flexible work time, remote work, social distance, and lower salaries resulted in cognitive overload for humans. It reduced society's ability and willingness to care for children, the elderly, the sick, the disabled, and others.

The health crisis increased stress, depression, anxiety, and other mental illness, impacting society, and producing a deficit of qualified workers in the care sector (Blau & Kahn, 2020). To address this deficiency, a healthcare information market arose. It was used to recruit women in precarious labor conditions. This informal labor market has increased the gender gap and contributed

to social disparities based on class, race, ethnicity, and nationality (Blau & Kahn, 2020).

In this vein, various studies (Bahn, *et al.*, 2020; İlkkaracan & Memiş, 2021; Lo Sasso, *et al.*, 2020; Roussille, 2021; Blau & Kahn, 2020) describe the effect of the division of labor (paid and unpaid) by gender on the growth of wage, occupational and social gaps. Among the differences that women face are occupational exclusion, insufficient participation in public decision-making, and few hours for their private life (İlkkaracan & Memiş, 2021; Blau & Kahn, 2020).

Several studies demonstrate the positive externalities of implementing policies that promote a redistribution of unpaid work: expansion of health care coverage, flexible parental leave, creation of health care companies, and change in labor laws (Kylä-Laaso, *et al.*, 2021; Närvi, *et al.*, 2020). Regarding Latin America (LATAM), its frictions in the labor market have been the principal barrier to economic growth and social development in the region, due to which it is necessary to promote public policies and studies that contribute elements to the design of an agenda that facilitates the balance between paid and unpaid work (Silva, *et al.*, 2021).

Besides, health care is a driver of social well-being. However, prevailing economic conditions have increased women's responsibility for family care and maintained economic and gender differences (İlkkaracan & Memiş, 2021). In consideration of the above, a breaking point has been reached in order to rethink the change of the economic model and promote a cultural evolution to revalue care work, guarantee attention to public health problems, promote equality, and respect fundamental rights (Ferro, 2019; Pérez, 2020).

In 2020, a debate emerged between academics and practitioners regarding the adoption of social mechanisms, new regulations, and progressive public policies to mitigate gender disparities. Despite the value of these options, it is essential to have a gender perspective on the problem and explore alternatives such as women's entrepreneurship.

However, in Mexico, structural gender inequalities persist, manifesting particularly acutely in the domain of care work. In this sector, women shoulder a disproportionate share of unpaid domestic and community-based labor. According to INEGI (2022),

Mexican women dedicate, on average, more than twice the amount of time as men to domestic and care work. This discrepancy limits their full participation in the labor market and restricts their opportunities for economic and personal development.

The situation was further exacerbated by the onset of the COVID-19 pandemic, which served to underscore the precarious nature of care work and thereby underscored the imperative to rethink economic models from a vantage point that acknowledges the social and economic value of care. In this context, the Purple Economy offers a relevant analytical framework to understand and make these inequalities visible, proposing the redistribution of care as a transforming axis of public policies and economic dynamics.

In the state of Quintana Roo, Mexico, a region distinguished by its heavy reliance on tourism and pronounced social disparities, care work assumes a pivotal role in the lives of women. A significant proportion of these individuals are engaged in informal employment, characterized by extended work hours and restricted access to public welfare programs, further exacerbating their marginalization within the formal economic structure.

Moreover, the rise of women's entrepreneurship in the region has emerged as a strategy to reconcile care responsibilities with income generation. Nevertheless, this has occurred in an environment characterized by a paucity of sufficient institutional mechanisms to support such initiatives.

Therefore, the application of the Economy of Care and the Purple Economy approach to the analysis of female entrepreneurship in Quintana Roo allows for the identification of the structural barriers faced by women, as well as the proposal of alternatives that promote a more equitable, inclusive, and sustainable economy.

For the above reasons, the central objective of this research is to analyze the challenges faced by women entrepreneurs in Quintana Roo, Mexico, from the perspective of Feminist Theory, especially the Purple and Care Economy. Likewise, this study aims to generate new knowledge to understand the Latin American reality and contribute theoretical-methodological elements to scholar and practitioner debate, being among the first to analyze entrepreneurs using the perspective of Feminist Theory.

Literature Review

The gender gap is a multidimensional and critical topic examined from different perspectives such as economics, anthropology, political science, sociology, organization studies, and psychology (Fraser, 2007; Guzman & Kacperczyk, 2019; Sen, 2018; Raabe, *et al.*, 2019; Marlow, 2020; Bastian, *et al.*, 2019; Ekoja, *et al.*, 2020; Sidi Ali, 2018; Exley & Kessler, 2022; Reinking & Martin, 2018).

In this context, the focus is on gender inequalities experienced by women in comparison with men. Issues include discrimination in employment, gender segregation in the workplace, lower salaries in comparison to men, and limited access to political, social, and public decision-making processes (Jenson *et al.*, 2020; Kunze, 2018; Lyness & Grotto, 2018; Toff, & Palmer, 2019; Dassonneville & McAllister, 2018). Consistent with this approach, Feminist Economics has approached the subject of occupational differentials from a framework that assumes the presence of inequalities between men's and women's disparities (Table 1).

Feminist economics assumes that markets are social constructs that operate based on reciprocity, civility, law-abiding, and collective responsibility in seeking, to ensure the conditions for the reproduction of society (İlkkaracan, 2012; Bargawi *et al.*, 2016; Himmelweit, 2017). In this same vein, unpaid domestic work and care labor are perceived as the cornerstone of economic systems (Agenjo-Calderón & Gálvez-Muñoz, 2019; Kunze, 2018).

Similarly, feminist economics has criticized neoclassical economics for enacting masculinity through individualism and competition, while feminine behaviors are closely associated with altruism and cooperation (Toff & Palmer, 2019; Waring & Steinem, 1988). According to these ideas, labor market inequality strengthens the dominant hetero-patriarchal structures and social stratification that reduce individual rights, affect the redistribution of resources, and shape collective expressions of women (Folbre, 2009; Brown, 1975; Schneebaum, 2013).

Consequently, public intervention in this type of structure has two adverse effects. First, it reinforces gender stereotypes, often at the cost of gender equality, while simultaneously promoting a solidarity economy. Second, this encourages women to adopt

masculine patterns of behavior that prioritize the market. Even though policies exist to facilitate women's access to employment, career growth, and entrepreneurship. There is insufficient support available for care labor (İlkkaracan, 2013; Bargawi et al., 2016).

Table 1
Feminist Economics Approaches

Approach	Authors	Contribution
Classic	Waring & Steinem (1988) Bergmann (2005) Brush (1992)	Their analysis highlights how unpaid labor in the household and the caring work sector plays an essential part in keeping gender roles and the sexual division of labor
Neoclassic	Gutek (2001) Hunt (1988) O'Connor (2007)	Their objective was to analyze wage discrepancy, family role, and paid employment from an economic perspective
Marxist	Folbre (2009) Brown (1975) Schneebaum (2013)	The basis of their theory is the notion that the capitalist system is founded on patriarchy, unpaid reproductive work, sexual division work, and household labor
Care Economy	Eisler (2013) Bergeron (2016) İlkkaracan, (2012)	The pillars of this theoretical framework are: emotional labor, gender public, and unpaid work
Institutionalism	Waylen (2009) Mackay (2011) MacRae & Weiner (2021)	Institutionalism focuses on analyzing the impact of women's participation in public decision-making, the role of institutions as drivers of economic performance, and the effects of social norms on gender
Emergent	Munyoka (2023) Nair (2018) Miñoso & Pión (2022)	This developing movement discusses the intricate relationships between genders, races, and classes inside the worldwide economic system. It also promotes challenging dominant narratives or commonly accepted beliefs

Note: Table 1 illustrates the different feminist economy frameworks. Postcolonial and decolonial perspectives are evolving through their postulates. Source: adapted from İlkkaracan & Memiş (2021) and Agenjo-Calderón and Gálvez-Muñoz (2019).

Public policies motivate employers to hire women, but support mechanisms such as employment subsidies, quotas, or credit schemes for women-owned businesses still need to be established for care work. Market-oriented regulations devalue care work and widen the gender gap. Therefore, government intervention through these policies and regulations deepens the problem (Nair, 2018; Mackay, 2011; Lyness & Grotto, 2018; Himmelweit, 2017).

Against this backdrop, feminist economics argues that unpaid work and the opportunity costs of family care should be quantified to integrate them into economic dynamics. Traditionally, caring for people has been an activity undertaken by women in their homes and has not been valued in the market iterations (Jenson et al., 2020; Nisak & Sugiharti, 2020; Rees, 2022; Schildberg, 2015).

Care work for humans, like the conservation of natural resources, plays a crucial role in modern markets and societies. This activity derives from complex social processes characterized by asymmetrical power relations between caregivers and receivers (Roussille, 2021). However, these generally lack adequate recognition and appreciation regarding their contribution to social reproduction (İlkkaracan & Memiş, 2021).

The value of care work is subjective because its benefits are intangible, and its social opportunity cost depends on the context. Establishing a market price for care work is inherently challenging due to its intangible and context-dependent nature. As a result, remuneration in this sector tends to be significantly lower than in other economic activities. This wage disparity, combined with unfavorable working conditions, contributes to the precariousness of care-related employment and diminishes workers' motivation to engage in or remain within this field (İlkkaracan, 2016; Agenjo-Calderón & Gálvez-Muñoz, 2019).

To address this challenge, the Purple Economy appears as a proposal for an economic order that is structured around the sustainable maintenance of care work and the eradication of intersectional and gender inequalities through a redistributive internalization of the cost of care in production and consumption patterns for better functioning of the system (İlkkaracan & Memiş, 2021; Tandon, 2013; Folbre, 2009; Blalock et al., 2023; Rahim et al.,

2022). The framework’s core involves the internationalization of cost, a concept used in the Green Economy, and the valuation of reproductive labor, household labor, and health care (Table 2).

Table 2
Purple Economy and Feminist Terminology

Issue	Definition
Reproductive Labor	The macroeconomic function involves reproducing labor as a significant input or factor of production.
Unpaid Work	Labor exploitation.
Domestic Labor	Exclusion from the public market sphere.
Care Labor	Social and economic functions for well-being (paid + unpaid)

Note: Table 2 describes how the Purple Economy integrates paid and unpaid domestic work, based on equity and feminist principles. Source: adapted from İlkaracan & Memiş (2021).

Care work needs a market value that guarantees its sustainable provision. The outcome will be to avoid gender, racial, and class inequalities (Table 3).

Table 3
Paid and Unpaid Work

Concept	Unpaid Work	Paid Work
The production of goods necessary for the physical, social, and emotional well-being of individuals, including children, the elderly, the ill, and the disabled, as well as of healthy, prime working-age adults, to enable them to function at a socially acceptable level of capability in comfort and safety.	Household production, volunteer and community work, and rural work such as fetching water/ firewood/food production/ processing for self-consumption.	The fields of health care and social services encompass long-term care, domestic services, and personal services.

Note: Table 3 presents paid and unpaid labor essential to human well-being. 381 million people are employed in the health sector, representing 11.5% of global employment. Two-thirds of unpaid laborers are women.

Source: adapted from İlkaracan & Memiş (2021) and Tandon (2013).

İlkkaracan & Memiş (2021) suggests that it is necessary to: a) maintain and expand the space for care work without perpetuating gender inequalities; b) transfer a substantial part of care work from unpaid to paid, from the private to the public sphere, from household production to public (and market) provisioning; c) incentivize men to assume caretaking behavioral patterns, transferring unpaid care work from women to men within the private sphere; and, d) implement public interventions that maintain a caring economy simultaneously with gender egalitarianism.

The purple economy is built on two fundamental principles: firstly, equality in providing care by sharing responsibility, and secondly, equality in the receipt of care by ensuring universal access to high-quality care. These objectives consider the viewpoints of both caregivers and receivers (İlkkaracan & Memiş, 2021; Tandon, 2013; O'Connor, 2007).

Furthermore, it emphasizes the complementary nature between the objectives of the people's economy and other economic and social policies, such as job creation, unemployment reduction, poverty alleviation, eliminating intersectoral inequalities, human capital, and sustainable productivity enhancement (inclusive and resilient economics). Recognizing, reducing, and redistributing unpaid care work, rewarding care work, and ensuring representation of care work are all important steps to internalize the costs. These strategies, objectives, and two underlying principles form the four pillars supporting the purple economy (Table 4).

In several countries, women are protected in their caregiving roles through various measures, such as extended maternity leave (exclusively for mothers), cash for-care transfers to mothers (caregivers), and flexible employment (part-time or home-based employment) for women to combine paid work and family (İlkkaracan & Memiş, 2021; Kabeer et al., 2021).

Despite these advances, there are reasons why it is urgent to address care work as an economic and social policy issue: a) care work plays a crucial economic role and involves massive numbers of work hours; b) imbalance in the care economy constitutes systematic root causes of persistent gender inequalities; c) ignoring caring labor threatens economic and social sustainability through

an emerging crisis of care; d) acknowledging the care economy unveils its potential for inclusive and sustainable growth; and e) ignoring the care economy results in false assessment of economic and social indicator, and ineffective policy and program interventions (İlkkaracan & Memiş, 2021).

Table 4
Four pillars of the purple economy

Universal Social Care Infrastructure	Labor Market Regulation	Ecologically Sound Physical Infrastructure for Rural Communities	Enabling Macroeconomic Environment
1. Accessible and high-quality health-care education. 2. Care services for children, elderly, disabled, and long-term ill.	1. Care leave, flexible work weeks, decent pay, and work conditions for care workers. 2. Eliminate gender discrimination in the labor market.	1. Improvements in rural water, energy, transport, and infrastructure to reduce indirect care work. 2. Green investment in sustainable agriculture.	1. Ensuring a decent job and promoting an inclusive, sustainable, and resilient economy are the primary objectives of fiscal and monetary policies. Industrial policy growth is only one of the tools to achieve these objectives.

Note: The table illustrates the four pillars of the Purple Economy, where public health is the pillar. Source: adapted from İlkkaracan & Memiş (2021).

Based on the above, this research uses the perspective of the Care Economy, particularly the Purple Economy, as an analytical framework for analyzing women's entrepreneurship in Quintana Roo, Mexico. The reason is women's inequality in the social and economic spheres. Moreover, this perspective, which originates from Feminist Theory, provides an alternate analysis that differs from neoclassical economics by considering the environmental conditions and assuming systemic gender inequality. Likewise, some research has accepted the Purple Economy for examining women's entrepreneurship due to its internal consistency and validity (Welter et al., 2014; Galindo & Ribeiro, 2011; Sundin, 2011).

Methodology

To identify the challenges that entrepreneurs face in Quintana Roo, Mexico, from the Purple and Care Economy, the first stage was the selection of a sample of 218 companies in the commercial and services sector located in the state of Quintana Roo, Mexico. We decided to analyze this type of company because a) there is no registry of women-owned businesses; b) this sector is an essential component of economic activity in Quintana Roo; and c) access to their information was feasible (Table 5).

Table 5
Sample

City	Number of Enterprises
Bacalar	38
Felipe Carrillo Puerto	80
Chetumal	100

Note: Table 5 displays the number of companies in a sample from Chetumal, Bacalar, and Felipe Carrillo Puerto. Source: Own preparation.

The information was collected using a questionnaire based on the analytical framework, with 90 items (Exhibit 1). The data was processed using the Artificial neural network technique (Multilayer Perceptron) to estimate a continuous output variable based on a set of input predictor variables (discrete and continuous). Artificial neural networks (ANNs) are highly parallel, nonlinear, and distributed systems that mimic the processing of a biological RN in the information processing of biological neural networks. The basic processing units, or artificial neurons, exchange information through synapses to solve a wide range of problems efficiently and effectively. The ANNs receive numeric values organized in a vector as input, which are used to feed the ANNs (Shanmuganathan, 2016).

The internal state is determined by weights assigned to each value (vector component). To calculate the internal state, the NA employs a transfer function that multiplies the input vector, its weighted factors, and a value known as bias. An ANN typically utilizes an activation function when outputting a value. The sigmoid function serves as an excitation/inhibition signal for other

neurons, acting as input data or as output of the entire system. The goal is to scale all possible values from the transfer function to the desired range of output values. Learning occurs through adjustments of weight and bias values (Shanmuganathan, 2016).

In this context, the predictor variables that were essential for forecasting the dependent or output variable and that did not have covariance with each other were included in the model. Introducing irrelevant or covariant variables can cause unnecessary overfitting in the model (Shanmuganathan, 2016). This occurs when the number of parameters or weights of the network is excessive concerning the problem to be treated and the number of available training data.

A rigorous procedure was followed to select the variables. A network was trained with all input variables, and then each variable was eliminated one at a time before retraining the network. To eliminate a variable, the criterion was based on its impact on the decrease in network execution (Shanmuganathan, 2016; Walczak, 2021). This process was repeated until the elimination of additional variables caused a significant reduction in the model's performance.

The selected variables for formulating the model went from a phase of preprocessing data to the adjustment of their treatment by the neural network (Shanmuganathan, 2016). A multilayer perceptron model is the optimal solution when the data have the following properties (Prieto, *et al.*, 2016): a) normal or uniform distribution, and b) the range of possible values should be approximately equally sized and limited within the working range of the activation function used in the hidden layers and the output of the neural network. The input and output variables were assigned values between 0 and 1 or between -1 and 1. Dummy coding was applied to the discrete variable (Shanmuganathan, 2016). Furthermore, if the variable is continuous, a single neuron can represent it (Table 6).

A multilayer perceptron includes an input layer, an output layer, and one or more hidden layers. It has been shown that a single hidden layer is sufficient in most cases. The architecture of a typical perceptron consists of an input layer, a hidden layer, and an output layer. The most efficient architecture is that the number of neurons in the intermediate layer is: where $P = \text{Number of training patterns}$; $N =$

Number of input layer patterns; and n = Number of neurons to be used in the intermediate layer (Shanmuganathan, 2016). On the other hand, when an input pattern p is presented, it is transferred from the input layer to the hidden layer via the weights (Shanmuganathan, 2016). The total or net input received by a hidden neuron is with t indicating iteration and represents the threshold of a fictitious neuron with an output value of 1, which is considered to have a weight associated with it (Shanmuganathan, 2016).

Table 6
Variables

Variable	Type	Value
Family Support	Input	100 (Low), 010 (Medium), 001 (High)
Successors	Input	0 (No), 1 (Yes)
Time Spent on Business	Input	100 (Low), 010 (Medium), 001 (High)
Relationship to Relatives	Input	100 (Low), 010 (Medium), 001 (High)
Family Affairs	Input	100 (Low), 010 (Medium), 001 (High)
Professional Development	Input	100 (Low), 010 (Medium), 001 (High)
Income	Input	100 (Low), 010 (Medium), 001 (High)
Family Wealth	Input	100 (Low), 010 (Medium), 001 (High)
Social Acceptance	Input	0 (No), 1 (Yes)
Experience as Businesswoman	Input	Years
Wellbeing	Output	100 (Low), 010 (Medium), 001 (High)

Note: The values of the input and output variables are determined by various types of layers and neurons. Source: Own preparation.

The net input received by an output neuron, k , net_k^p is $net_k^p = \sum_{j=1}^H W_{kj}(t)y_j^p(t) + \theta_k$ and the output value of the output neuron is. $Y_k^p = f_k(net_k^p)$. Then $X^p = (X_1^p, \dots, X_i^p, \dots, X_N^p)^T$ then is input vector; $net_j^p = \sum_{i=1}^N W_{ji}(t)x_i^p(t) + \theta_j$ represents the excitation levels of neurons in the intermediate layer (Shanmuganathan, 2016). The sensitivity of the neuron is, $\delta_j^p = \sum_{k=1}^M (net_j^p) \delta_k^p w_{kj}$ and the weights and biases of the connections that join the neurons of the intermediate layer to the output layer are: $\Delta w_{kj}^p(t+1) = \eta \delta_k^p + \mu \Delta w_{kj}^p(t)$ and $\Delta \theta_k^p(t+1) = \eta \delta_k^p + \mu \Delta \theta_k^p(t)$. In addition, $E^p = 1/2 \sum_{k=1}^M (d_k^p - y_k^p)^2$ reflects the adaptive capacity of the network (Shanmuganathan, 2016). The 218 real cases with their respective expert evaluations were used for training and testing the

designed networks. Of these cases, 70% were used for training, 10% for hold-out, and 20% for testing the proposed neural networks using cross-validation.

Results

Table 7 reports the properties of the sample. Firstly, the findings indicate that the companies in the sample operate in the care sector (e.g., boutiques, cosmetics retail, grocery stores, beauty salons, and others). Secondly, most of the businesses are home-based. Thirdly, the time devoted to the company is 20 weekly hours, which affects the business's economic performance.

Table 7
Sample's Sociodemographic Profile

Variable	Value
Average age	38.5 years old
Percentage of Married Women	59.63%
Time Spent on Business per Week	20 hours
Percentage of Women who Have Dependent Children	50.48%
Average Education	15 years
Business's Average Age	5 years
Percentage of Women who Are Providing Family Care	87.15%
Home-based Business	91.10%

Note: The table above summarizes the characteristics of the firms and women entrepreneurs who participated in the study. Source: Own preparation.

Regarding the reasons for entrepreneurship, women mentioned several reasons⁰ including social acceptance, work-life balance, spending more time with loved ones, increasing their income, improving their health, professional growth, and improving their quality of life (Table 8).

On the other hand, the treatment of the information collected from the entrepreneurs has reduced the final number of cases from 218 to 212 after preprocessing. These 212 cases include the input variables in the neural model and provide relevant information. The ANN was trained using data from 212 female

entrepreneurs, considering the ten variables as inputs and the improvement of their quality of life as outputs. To evaluate the ANN, a test set corresponding to 26.40% of the original data, 56 cases, was used (Table 9).

Table 8
Sample's Sociodemographic Profile

Reason	Percentage
Social Acceptance	14.67
Work-life Balance	20.18
Income	10.12
Health	14.67
Professional Growth	20.18
Quality of Life	20.18

Note: Table 8 indicates that the main reasons why women become entrepreneurs are to improve their quality of life, professional growth, and work-life balance. Source: Own preparation.

Table 9
Case Processing Summary

Sample	N	Percent
Training	135	63.70
Testing	56	26.40
Holdout	21	9.90
Total	212	100

Note: Table 9 summarizes the total cases used in the ANN. Source: Own preparation.

Finally, as shown in Exhibit 2, the prediction obtained through ANN establishes that the improvement of the quality of life of women depends on the support of the family in the activities of the company, the time to take care of their relatives, increasing their income, their relationship with their relatives, devoting more time to the business, having a family patrimony and social acceptance. Therefore, the results of the ANN demonstrate the challenges faced by women (Table 10).

The variables presented in Table 10 are aligned with the theoretical discussions on feminist economics and the Purple Economy, particularly in recognizing the multidimensional nature of women's entrepreneurial experiences within family and social contexts. These variables encompass economic, emotional, and relational dimensions that reflect the gendered dynamics of care and work, which are often overlooked by neoclassical models.

Table 10
Results

Variable	Correlation with Output	ANN Interpretation
Family Support	0.72	Critical for emotional and logistic support in entrepreneurship
Successors	0.45	Reflects long-term business continuity plans
Time Spent on Business	0.78	Strong indicator of business commitment
Relationship to Relatives	0.51	Affects emotional well-being and decision-making
Family Affairs	0.49	May divert attention from the business
Professional Development	0.75	Related to skills, confidence, and adaptability
Income	0.70	Key outcome and input for economic independence
Family Wealth	0.55	Influences access to capital and risk tolerance
Social Acceptance	0.48	Reflects external validation and community support
Experience as Businesswoman	0.76	Associated with better decision-making and resilience

Note: The table presents a conceptual relationship between input variables in a neural network used to analyze women's entrepreneurship. Source: Own preparation.

The integration of elements such as family support, time dedicated to the business, professional development, and well-being is a critical component of the neural network framework, which facilitates a holistic analysis of the factors that influence women's economic participation. This approach not only captures the

tangible outcomes of entrepreneurship but also highlights the underlying structures (such as unpaid care work, social expectations, and access to resources) that shape women's opportunities and constraints, especially in regions like Quintana Roo.

Discussion

The responsibilities of caring for children and family members, domestic work, and the lack of time for professional development have conditioned their entrepreneurship by focusing on low-value-added sectors of the economy. Likewise, the services and products offered are closely related to the care sector. This perpetuates gender roles by assigning women the responsibility of caring for society without providing them with the necessary public support to move into more profitable sectors.

They also face a male-dominated culture that increases fear of failure, limits access to financing, creates unfavorable negotiating conditions, limits time to be effective in running their business, and affects their health. During the development of their activities, women entrepreneurs do not have enough support from their families to dedicate more of their time to the business, which is why the growth of their companies is slow. Therefore, for women's entrepreneurship to become a development alternative, government intervention is necessary through policies that guarantee universal access to care services and enact laws that allow access to the market under conditions of equality. Economic incentives should also be implemented to create new companies owned by women.

If the conditions are not provided for women to engage in entrepreneurship successfully, the problem will be deepened as the gender gap continues to widen and the reduction in society's ability to care for its family accelerates. While entrepreneurship has proven to be a solution to social problems, it still reproduces gender roles. It is limited to wealth generation, leaving aside personal growth. In this way, the neoclassical economic model is reproduced, generating mechanisms that exclude and discriminate against women.

Finally, it is emphasized that the participants in this research perceive entrepreneurship as an alternative to improve their quality of life, increase their income, develop professionally and personally, and contribute to a more just society. The purple economy offers potential mechanisms to improve women's quality of life, ensure social reproduction, reduce social inequalities, promote family care, and achieve social development.

Conclusion and Recommendations

Our research has validated the purple economy as an analytical framework for examining the challenges of female entrepreneurship. Evidence suggests connections between family support, time devoted to business management, support for family caregiving, work-life balance, professional growth, health, income generation, and improved quality of life for women entrepreneurs. We established a relationship between the challenges confronting women and the conditions of their context, which is characterized by a dominant masculine culture. Our findings support the relationship between a company's performance and the time dedicated to its management. Finally, we also report how ANN can contribute to predicting the performance of women-owned firms.

We also suggest an analytical framework to study women's entrepreneurship from a critical perspective. We recommend using the postulates of the Purple Economy and the Feminist Theory of Entrepreneurship. It is essential to eradicate gender roles in entrepreneurship and change the predominant economic model to reduce the gender gap and achieve social development. For example, public policies that guarantee universal access to health care must be established, and new laws must be formulated. In certain societies, a masculine culture dominates which excludes women, and restricts their freedom. Based on our findings, we argue that entrepreneurship has the potential to become an alternative for women's development if it is conducted under conditions of equality. Our analysis reveals that the context affects the development of women's entrepreneurship, so the result may be different depending on the country. Therefore, researchers must consider this

variable, that is, that country context matters, when conducting studies on women's entrepreneurship. To have a better interpretation of the results considering the country context, researchers from the country of origin should always be part of the team.

Finally, it is recommended to be careful when applying our results to new studies, as several limitations exist. First, the sample was convenient since there is no registry of women-owned businesses in Mexico. Second, the study was conducted in a limited geographical area (Quintana Roo, Mexico) whose characteristics differ from those of other regions. Third, the research is one of the first to use ANNs to analyze the challenges faced by women entrepreneurs, so the model has limitations. Moreover, what works in one country may not be useful in another. To conclude, the analytical frameworks emerging from the new perspectives of female entrepreneurship theory could provide theoretical-methodological elements for better models.

References

- Agenjo-Calderón, A., & Gálvez-Muñoz, L. (2019). Feminist economics: Theoretical and political dimensions. *American Journal of Economics and Sociology*, 78(1), 137-166. <https://doi.org/10.1111/ajes.12264>
- Bahn, K., Cohen, J., & van der Meulen Rodgers, Y. (2020). A feminist perspective on COVID-19 and the value of care work globally. *Gender, Work & Organization*, 27(5), 695-699. <https://doi.org/10.1111/gwao.12459>
- Bargawi, H., Cozzi, G., & Himmelweit, S. (Eds.). (2016). *Economics and austerity in Europe: Gendered impacts and sustainable alternatives*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315627762>
- Bastian, B. L., Metcalfe, B. D., & Zali, M. R. (2019). Gender inequality: Entrepreneurship development in the MENA region. *Sustainability*, 11(22), 6472. <https://doi.org/10.3390/su11226472>
- Bergeron, S. (2016). *Formal, informal, and care economies*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199328581.013.10>
- Bergmann, B. R. (2005). *The economic emergence of women*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781403982582>

- Blalock, E. C., Fan, Y., & Lyu, X. (2023). A systematic literature review of Chinese entrepreneurship: utilizing feminist theory with implications for public policy. *Entrepreneurship & Regional Development*, 35(5-6), 482-510. <https://doi.org/10.1080/08985626.2023.2184873>
- Blau, F. & Kahn, L. (2020). The gender pay gap: Have women gone as far as they can? In *Inequality in the United States* (pp. 345-362). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003071709-31>
- Brown, C. A. (1975). Patriarchal capitalism and the female-headed family. *Social Scientist*, 4 (4/5), pp. 28-39. <https://doi.org/10.2307/3516119>
- Brush, C. G. (1992). Research on women business owners: Past trends, a new perspective, and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-30. <https://doi.org/10.1177/104225879201600401>
- Dassonneville, R., & McAllister, I. (2018). Gender, political knowledge, and descriptive representation: The impact of long-term socialization. *American Journal of Political Science*, 62(2), 249-265. <https://doi.org/10.1111/ajps.12353>
- Ekoja, G., Agbaeze, E., Namah, E., & Ajoku, O. (2020). Female entrepreneurship and socioeconomic development: From the Social Feminist Theory (SFT) Versus Theory of Need of Achievement (TNA) of entrepreneurial personality trait and intention perspective. *International Journal of Management*, 11(9), 1276-1306.
- Eisler, R. (2013). Building a Caring Economy and Society. *Beyond Capitalism, Socialism, and Other Old Isms*, 2(6).
- Exley, C. L., & Kessler, J. B. (2022). The gender gap in self-promotion. *The Quarterly Journal of Economics*, 137(3), 1345-1381. <https://doi.org/10.1093/qje/qjac003>
- Fraser, N. (2007). Feminist politics in the age of recognition: A two-dimensional approach to gender justice. *Studies in Social Justice*, 1(1), 23-35. <https://doi.org/10.26522/ssj.v1i1.979>
- Folbre, N. (2009). Varieties of patriarchal capitalism. *Social Politics*, 16(2), 204-209. <https://doi.org/10.1093/sp/jxp011>
- Galindo, M. A., & Ribeiro, D. (Eds.). (2011). *Women's entrepreneurship and economics: New perspectives, practices, and policies*. (Vol. 1000). Springer Science & Business Media.
- Guzman, J., & Kacperczyk, A. O. (2019). Gender gap in entrepreneurship. *Research Policy*, 48(7), 1666-1680. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.012>

- Gutek, B. A. (2001). Women and paid work. *Psychology of Women Quarterly*, 25(4), 379-393. <https://doi.org/10.1111/1471-6402.00036>
- Himmelweit, S. (2017). Changing norms of social reproduction in an age of austerity. *Ochanomizu University, Departmental Bulletin Paper*, 151, 01-02.
- Hunt, A. (1988). *Women and paid work*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-1-349-19293-9>
- İlkkaracan, İ. (2012). Why are so few women in the labor market in Turkey? *Feminist Economics*, 18(1), 1-37. <https://doi.org/10.1080/13545701.2011.649358>
- Ilkkaracan, I. (2013). The purple economy: A call for a new economic order beyond the green. In *Sustainable Economy and Green Growth: Who Cares* (pp. 32-37).
- Ilkkaracan, P. (Ed.). (2016). *Deconstructing sexuality in the Middle East: challenges and discourses*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315576213>
- İlkkaracan, İ., & Memiş, E. (2021). Transformations in the gender gaps in paid and unpaid work during the COVID-19 pandemic: findings from Turkey. *Feminist Economics*, 27(1-2), 288-309. <https://doi.org/10.1080/13545701.2020.1849764>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2023). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) 2022: Nueva serie*. <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2022/>
- Jenson, J., Laufer, J., & Maruani, M. (Eds.). (2020). *The gendering of inequalities: Women, men and work*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003073475>
- Kabeer, N., Razavi, S., & van der Meulen Rodgers, Y. (2021). Feminist economic perspectives on the COVID-19 pandemic. *Feminist Economics*, 27(1-2), 1-29. <https://doi.org/10.1080/13545701.2021.1876906>
- Kunze, A. (2018). *The gender wage gap in developed countries*. The Oxford Handbook of Women and the Economy. <https://doi.org/10.1093/oxfordhob/9780190628963.013.11>
- Kylä-Laaso, M., Koskinen Sandberg, P., & Hokkanen, J. (2021). Gender equality and the feminized public sector in the affective struggles over the Finnish Competitiveness Pact. *Gender, Work & Organization*, 28(4), 1507-1523. <https://doi.org/10.1111/gwao.12693>

- Lyness, K. S., & Grotto, A. R. (2018). Women and leadership in the United States: Are we closing the gender gap? *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 5, 227-265. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032117-104739>
- Lo Sasso, A., Armstrong, D., Forte, G., & Gerber, S. (2020). Differences In Starting Pay For Male And Female Physicians Persist; Explanations For The Gender Gap Remain Elusive: An examination of how the gender gap in total starting pay has evolved and the extent to which preferences over work-life balance factors affect the gap. *Health Affairs*, 39(2), 256-263. <https://doi.org/10.1377/hlthaff.2019.00664>
- Mackay, F. (2011). Conclusion: Towards a feminist institutionalism? In *Gender, Politics, and Institutions: Towards a Feminist Institutionalism* (pp. 181-196). Springer Nature. https://doi.org/10.1057/9780230303911_11
- MacRae, H., & Weiner, E. (2021). Feminist institutionalism. In *The Routledge Handbook of Gender and EU Politics* (pp. 56-67). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351049955-6>
- Marlow, S. (2020). Gender and entrepreneurship: past achievements and future possibilities. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 12(1), 39-52. <https://doi.org/10.1108/IJGE-05-2019-0090>
- Miñoso, Y. E., & Pión, R. (2022). Decolonial Feminism in Latin America: An Essential Anthology. *Hypatia*, 37(3), 470-477. <https://doi.org/10.1017/hyp.2022.44>
- Munyoka, E. (2023). Decolonial and Postcolonial Feminisms: Raising African Women's Voices. In *Women Empowerment and the Feminist Agenda in Africa* (pp. 259-274). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-9721-0.ch016>
- Nair, S. (2018). Postcolonial feminism. In J. Elíasy A. Roberts (eds.), *Handbook on the international political economy of gender* (pp. 50-60). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781783478842.00009>
- Närvi, J., Salmi, M., & Lammi-Taskula, J. (2020). Home care and early childhood education in Finland: Policies and practices of childcare. In *The Policies of Childcare and Early Childhood Education. Cheltenham and Northampton* (pp. 133-151. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781788117753.00014>

- Nisak, S. S. y Sugiharti, L. (2020). Gender inequality and women poverty in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(9), 375-387.
- O'Connor, P. (2007). Still changing places: women's paid employment and gender Roles. *The Irish Review*, (35), 64-78.
- Prieto, A., Prieto, B., Ortigosa, E. M., Ros, E., Pelayo, F., Ortega, J., & Rojas, I. (2016). Neural networks: An overview of early research, current frameworks, and new challenges. *Neurocomputing*, 214, 242-268. <https://doi.org/10.1016/j.neucom.2016.06.014>
- Rahim, I., Mukhtar, D., & Rahman, A. (2022). *The View of Feminist Theory in Women Entrepreneurship*. Driving Creativity & Innovation in Global Crisis. Series 1 MNNF Publisher International Invention & Innovative Competition (InIIC).
- Raabe, I. J., Boda, Z., & Stadtfeld, C. (2019). The social pipeline: How friend influence and peer exposure widen the STEM gender gap. *Sociology of Education*, 92(2), 105-123. <https://doi.org/10.1177/0038040718824095>
- Reinking, A., & Martin, B. (2018). The gender gap in STEM fields: Theories, movements, and ideas to engage girls in STEM. *Journal of New Approaches in Educational Research*. 2018, 7(2), 148-153. <https://doi.org/10.7821/naer.2018.7.271>
- Rees, Y. (2022). Feminism Beyond the Binary. *Lilith: A Feminist History Journal*, (28), 123-27. <https://doi.org/10.22459/LFHJ.28.10>
- Roussille, N. (2021). *The central role of the ask gap in gender pay inequality*. University of California.
- Schildberg, C. (2015) El futuro de la economía desde una perspectiva feminista: con cuidado y sostenibilidad. *Nueva Sociedad*, (256), 75-88. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5052850>
- Schneebaum, A. (2013). All in the family. Patriarchy, capitalism, and love. In A. G. Jónasdóttir and A. Ferguson(eds.), *Love. A Question for Feminism in the Twenty-First Century*, Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315884>
- Sen, A. (2018). *Collective choice and social welfare*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv2sp3dqx>
- Shanmuganathan, S. (2016). Artificial neural network modeling: An introduction. In Shanmuganathan, S. and Samarasinghe, S. (Eds.), *Artificial Neural Network Modelling* (pp. 1-14). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28495-8_1

- Sidi Ali, R. (2018). Feminist theory and its influence on female entrepreneur's growth intentions. *International Journal of Innovation and Economic Development*, 4(3), 20-32. <https://doi.org/10.18775/ijied.1849-7551-7020.2015.43.2003>
- Silva, O. N., Navarro, E. R., Montoya, E. O. S., De Peña, N. I. R., & Farroñán, E. V. R. (2021). The Inter-American Development Bank: purpose, results, and challenges in Latin America and the Caribbean. *Universidad y Sociedad*, 13(2), 495-503.
- Sundin, E. (2011). Entrepreneurship and social and community care. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 5(3), 212-222. <https://doi.org/10.1108/17506201111156689>
- Tandon, N. (2013). *Harmonizing our Footprints: Reducing the Ecological while Accumulating the Care. Sustainable Economy and Green Growth: Who Cares?* Genannet.
- Toff, B., & Palmer, R. A. (2019). Explaining the gender gap in news avoidance: News-is-for-men perceptions and the burdens of caretaking. *Journalism Studies*, 20(11), 1563-1579. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1528882>
- Walczak, S. (2021). Predicting crime and other uses of neural networks in police decision making. *Frontiers in Psychology*, 12, 587943. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.587943>
- Waring, M., & Steinem, G. (1988). *If women counted: A new feminist economics*. Harper & Row.
- Waylen, G. (2009). What can historical institutionalism offer feminist institutionalists? *Politics & Gender*, 5(2), 245-253. <https://doi.org/10.1017/S1743923X09000191>
- Welter, F., Brush, C., & De Bruin, A. (2014). *The gendering of entrepreneurship context*. Institut für Mittelstandsforschung Bonn (Hrsg.): Working Paper, 1, 14. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2557272>

Exhibit 1

Questionnaire

Le agradecemos su participación al responder este cuestionario, que forma parte de la investigación llevada a cabo por la Universidad de Quintana Roo.

I. Información general

Conteste las siguientes preguntas:

1. Edad de la directora/gerente/propietaria	Años: _____	
2. Estado civil	<input type="checkbox"/> Soltera	<input type="checkbox"/> Casada <input type="checkbox"/> Unión libre
3. Tiene hijos menores de 18 años	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
4. ¿Cuál es la ocupación de su pareja?	<input type="checkbox"/> Empleado <input type="checkbox"/> Empresario <input type="checkbox"/> Profesional independiente <input type="checkbox"/> Desempleado <input type="checkbox"/> Se dedica al hogar	
5. ¿Cuál es su puesto en el negocio?	<input type="checkbox"/> Propietaria <input type="checkbox"/> Socia <input type="checkbox"/> Gerente <input type="checkbox"/> Directora	
6. Número de años que lleva como propietaria/gerente/directora en este tipo de negocios	Años: _____	
7. ¿Tiene familiares (hijos, padres, suegros, entre otros) que dependan económicamente de Usted?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
8. ¿En su familia ha habido emprendedores?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
9. Familiares participan en las operaciones diarias del negocio?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
10. Además de la gestión del negocio, ¿realiza algunas otras actividades?	<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Estudio <input type="checkbox"/> Cuidado de los hijos <input type="checkbox"/> Cuidado de un familiar <input type="checkbox"/> Tengo un empleo <input type="checkbox"/> Otro (especifique): _____	
11. Señale en que área tiene más experiencia la directora/gerente/propietaria	<input type="checkbox"/> Ventas <input type="checkbox"/> Mercadotecnia <input type="checkbox"/> Producción <input type="checkbox"/> Administración general <input type="checkbox"/> Ingeniería <input type="checkbox"/> Contabilidad/finanzas <input type="checkbox"/> Derecho <input type="checkbox"/> Recursos humanos <input type="checkbox"/> Educación	
12. Señale el grado de escolaridad del director/gerente/propietario	<input type="checkbox"/> Sin estudios <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Preparatoria <input type="checkbox"/> Carrera técnica <input type="checkbox"/> Licenciatura <input type="checkbox"/> Posgrado	

II. Identificación de la empresa

Marque con una X o conteste las preguntas, según corresponda:

13. ¿Cuántos años lleva funcionando la empresa?	Años: _____
14. Estructura jurídica de la empresa	<input type="checkbox"/> persona física <input type="checkbox"/> persona moral (si es sociedad pase a pregunta 4)
15. Régimen fiscal	<input type="checkbox"/> Pequeños <input type="checkbox"/> Intermedio <input type="checkbox"/> General
16. ¿Cuenta con un establecimiento mercantil?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
17. Señale el número de empleados	<input type="checkbox"/> Fijos <input type="checkbox"/> Eventuales <input type="checkbox"/> Familiares
18. Tipo de ventas	<input type="checkbox"/> Al menudeo <input type="checkbox"/> Al mayoreo <input type="checkbox"/> Ambas
19. Monto aproximado anual de ventas	<input type="checkbox"/> hasta 4 millones <input type="checkbox"/> 4.01 a 100 millones 100.01 a 250 millones
20. Describa cuál es la principal actividad del negocio	<input type="checkbox"/> Agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza <input type="checkbox"/> Construcción <input type="checkbox"/> Industria manufacturera <input type="checkbox"/> Comercio al por mayor <input type="checkbox"/> Comercio al por menor <input type="checkbox"/> Transportes, correos y almacenamiento <input type="checkbox"/> Información en medios masivos <input type="checkbox"/> Servicios financieros y de seguros <input type="checkbox"/> Servicios profesionales, científicos y técnicos <input type="checkbox"/> Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación <input type="checkbox"/> Servicios educativos <input type="checkbox"/> Servicios de salud y de asistencia social <input type="checkbox"/> Servicios de esparcimiento, culturales y deportivos, y otros servicios recreativos <input type="checkbox"/> Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas <input type="checkbox"/> Otros servicios excepto actividades del gobierno

III. Emprendedurismo (en caso de ser propietaria)

21. ¿Qué la motivó a abrir su empresa?	<input type="checkbox"/> No tuve otra alternativa <input type="checkbox"/> Perdí mi empleo <input type="checkbox"/> Deseo de ser independiente <input type="checkbox"/> Deseo de superación personal <input type="checkbox"/> Identifiqué una oportunidad de negocio
22. ¿Cómo financió la apertura de la empresa?	<input type="checkbox"/> Préstamos de familiares y amigos <input type="checkbox"/> Crédito con un agiotista <input type="checkbox"/> Crédito con instituciones bancarias <input type="checkbox"/> Apoyo del gobierno <input type="checkbox"/> Ahorros propios o familiares
23. ¿Cuántas horas a la semana le dedica a la empresa?	<input type="checkbox"/> Menos de 20 horas <input type="checkbox"/> De 10 a 20 horas <input type="checkbox"/> De 20 a 39 horas <input type="checkbox"/> De 40 a 56 horas <input type="checkbox"/> Más de 56 horas

24. ¿Qué tanto le ha servido su actividad de empresaria?	Donde: 1 = No me ha servido y 5 = Me ha servido demasiado				
	1	2	3	4	5
Mejorar su calidad de vida					
Aumentar su dignidad como ser humano					
Mejorar su relación con mis familiares					
Mejorar su relación con mi pareja					
Desarrollarse profesionalmente					
Incrementar sus ingresos					
Formar un patrimonio familiar					
Aceptación social					

EL INALCANZABLE EQUILIBRIO DE LAS EMPRENDEDORAS...

25. ¿Qué obstáculos ha enfrentado?	Donde: 1 = Nunca y 5 = Siempre				
	1	2	3	4	5
Entorno cultural y familiar (machismo)					
Miedo al fracaso					
Encontrar el balance (empresa-familia-social)					
Falta de programas de apoyo para mujeres emprendedoras					
Falta de financiamiento					
Excesiva regulación para las empresas					
Falta de inclusión en organismos empresariales					
Crisis financiera					

26. ¿Qué sacrificios ha implicado su actividad como empresaria?	Donde: 1 = Nunca y 5 = Siempre				
	1	2	3	4	5
Tiempo con los seres queridos					
Tiempo para la vida social					
Dinero					
Salud					

IV. Gestión

Marque con una X lo que corresponde a su empresa:

1. ¿La empresa cuenta con un plan de negocios?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
2. ¿Cuenta con organigrama?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
3. ¿Se cuenta con un manual de puestos y funciones?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
4. ¿Se cuenta con un manual de procedimientos?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No

5. Indique el nivel de frecuencia de uso de las siguientes herramientas y prácticas contables y financieras	Donde: 1 = No me ha servido y 5 = Me ha servido demasiado				
	1	2	3	4	5
Estados financieros (balance general y estado de resultados)					
Sistemas de control de inventarios					
Sistema de control de costos de producción					
Análisis de estados financieros para la toma de decisiones					
Evaluación de inversiones mediante proyección de flujos de efectivo					

6. Indique el grado de utilización de los siguientes productos financieros en la empresa	Donde 1 = No me ha servido y 5 = Me ha servido demasiado				
	1	2	3	4	5
Tarjeta bancaria corporativa					
Cuenta de ahorros					
Chequera					
Tarjeta de crédito					
Terminal bancaria para pagos electrónicos					
Crédito refaccionario					
Crédito hipotecario					
Crédito para capital de trabajo					

EL INALCANZABLE EQUILIBRIO DE LAS EMPRENDEDORAS...

7. Señala con una X en qué medida la empresa utiliza las siguientes tecnologías de información y comunicación	Donde: 1 = No me ha servido y 5 = Me ha servido demasiado				
	1	2	3	4	5
Línea telefónica básica					
Telefonía móvil (celular, radio localizador, etcétera)					
Fax					
Acceso a Internet					
Correo electrónico (e-mail)					
Compras y ventas por internet					
Redes sociales (Facebook, twitter, Hi5, Youtube, etc.)					
Página Web					

8. Indique el comportamiento en cuanto al crecimiento en los últimos dos años (2015-2016) de cada uno de los aspectos que se enuncian a continuación				
Concepto	Negativo o cero	De 1 a 20 %	De 21 a 40 %	Más de 40 %
Utilidades				
Ventas				
Número de empleados				
Número de competidores				
Número de clientes				
Inversión de maquinaria y equipo neto				
Participación en el mercado				

CAPÍTULO 3. FEMALE ENTREPRENEURSHIP AND THE PURPLE ECONOMY...

9. La siguiente lista presenta los rubros que apoya el gobierno (en sus tres niveles) Indique:												
	¿Qué tanto considera conocer del programa? 0 = No lo conoce 1 = Lo conoce poco 5 = Lo conoce mucho						¿Qué tan importante considera esa ayuda para el desarrollo de su empresa? 0 = No es importante 1 = Poco importante 5 = Muy importante					
	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
Capital Semilla												
Fondos de garantía												
Capacitación												
Asesoría y consultoría												
Promoción y eventos que ayuden al acceso a mercados												
Programa de encadenamiento productivo												
Asistencia técnica												
Elaboración de estudios estratégicos												
Financiamiento a proyectos productivos												
Incentivos fiscales												
Investigación y desarrollo tecnológico												
Incubación de negocios												
Fomento a las exportaciones												
Financiamiento para la certificación de la empresa (ISO, Distintivo M, H, etcétera)												
Financiamiento para el ahorro de energía												

Capítulo 4

Trazando puentes de integración: emprendimiento e interculturalidad entre migrantes venezolanas en Brasil

Chess Emmanuel Briceño Nuñez

Como migrante venezolana emprendedora en Brasil, he experimentado de primera mano los desafíos y éxitos que conlleva trazar mi propio camino en un entorno culturalmente diferente. Este estudio es un reflejo crucial de nuestras voces y vivencias, destacando la importancia de la interculturalidad y el emprendimiento para construir puentes sólidos hacia una integración más significativa en la sociedad brasileña. (M. A. Fernández -Participante del estudio)

Introducción

La migración de venezolanos a Brasil ha emergido como un fenómeno de magnitud significativa en respuesta a la crisis humanitaria que persiste en Venezuela (Rodríguez, 2023; Gissi et al., 2022; Hermes, 2020). En particular, las mujeres venezolanas han desempeñado un papel fundamental al buscar en Brasil oportunidades que no sólo mejoren sus propias condiciones de vida, sino

también las de sus familias (Cayupare Piaroa, 2023). Este escenario plantea imperativamente la necesidad de cultivar la interculturalidad, fomentar la comprensión mutua y consolidar el respeto entre las comunidades de origen y las de acogida. En este contexto, el emprendimiento se revela como una herramienta crucial para empoderar a estas mujeres migrantes, facilitando así su integración en la compleja trama social brasileña.

Dicha situación hace referencia a una serie de factores interrelacionados que influyen en la integración de las mujeres migrantes venezolanas en Brasil, los factores pueden incluir barreras lingüísticas, diferencias culturales, discriminación, dificultades económicas, acceso limitado a servicios básicos como salud y educación, así como desafíos en la búsqueda de empleo y vivienda; además, la burocracia en los procesos de regularización migratoria y la falta de políticas específicas de integración pueden complicar más su situación. Todo esto contribuye a una realidad social compleja que puede dificultar la adaptación y la inclusión de estas mujeres en la sociedad brasileña.

La relevancia científica y tecnológica de abordar la temática migratoria venezolana en Brasil radica en la necesidad de comprender las dinámicas interculturales y empresariales que surgen en este contexto (Gandini et al., 2020). A medida que la migración se convierte en una realidad intrínseca, comprender las perspectivas, desafíos y éxitos de las mujeres venezolanas, así como la percepción de la sociedad de acogida sobre la migración y el emprendimiento intercultural, se torna crucial para el diseño de estrategias efectivas de inclusión y desarrollo.

En la literatura científica actual se observa una creciente atención hacia los aspectos socioeconómicos y culturales de la migración venezolana en Brasil, pero aún existe una brecha en la comprensión integral de las experiencias de las mujeres emprendedoras (Freitez, 2023; Palheta et al., 2023; De Oliveira et al., 2021). Este estudio se inserta en este espacio, aprovechando el método cualitativo basado en la etnografía virtual y el diseño de triangulación para ofrecer una perspectiva más holística. La intersección de migración, emprendimiento e interculturalidad, específicamente

desde la óptica femenina, ha recibido una atención limitada, justificando así la necesidad de esta investigación.

Por ello nuestra investigación se alinea cuidadosamente con la necesidad identificada en la literatura existente, la combinación de métodos cualitativos y el enfoque de triangulación permite explorar a fondo las complejidades de las experiencias de las mujeres venezolanas emprendedoras y la percepción de la sociedad de acogida. Esta coherencia entre el estado actual de la investigación y los objetivos del estudio destacan la pertinencia y la necesidad de abordar, de manera integral, los desafíos y oportunidades que surgen en el entrelazamiento de migración, emprendimiento e interculturalidad.

Por lo tanto, el presente estudio aspira a mostrar el panorama sobre las perspectivas, desafíos y éxitos de las mujeres venezolanas en Brasil, así como evaluar la percepción de la sociedad de acogida sobre la migración y el emprendimiento intercultural. A través de una metodología robusta, se busca no sólo comprender la complejidad de estas experiencias, sino también proponer recomendaciones concretas que informarán a las políticas públicas existentes en Brasil y proporcionarán una guía práctica para organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, impulsando la construcción de puentes sólidos de integración entre las migrantes venezolanas y la sociedad brasileña.

Marco teórico

Teorías de la migración

La migración venezolana a Brasil puede entenderse a través de diversas teorías; por ejemplo, Castles y Miller (2009) plantean la teoría del sistema mundial, sugiriendo que la migración es una respuesta a las desigualdades económicas globales; en este caso, la crisis en Venezuela puede interpretarse como una consecuencia de factores estructurales puntuales, relacionados con la aplicación desacertada de políticas gubernamentales por parte del estado. Por otro lado, la teoría de redes sociales, según Granovetter (1973), puede explicar cómo las conexiones sociales y familiares influyen en la toma de decisiones migratorias (Chung et al., 2023). Esta perspectiva permite

comprender por qué las mujeres venezolanas pueden ser impulsadas a migrar en busca de oportunidades en Brasil.

La teoría del sistema mundial y la teoría de redes sociales proporcionan un marco para comprender la migración venezolana en Brasil. La primera se centra en los aspectos macroeconómicos y geopolíticos que impulsan la migración, mientras que la segunda se enfoca en los vínculos sociales y familiares que influyen en las decisiones migratorias. Estas teorías son relevantes para comprender el contexto migratorio de las mujeres venezolanas emprendedoras en Brasil, ya que ayudan a identificar los factores que las llevan a migrar y establecerse en un nuevo país.

Emprendimiento y migración

La relación entre migración y emprendimiento ha sido abordada por autores como Aldrich y Waldinger (2010), quienes sostienen que la migración puede motivar al emprendimiento debido a la adaptación a nuevos entornos; sin embargo, Chavez Groh (2020) advierte que la migración también puede generar incertidumbre, afectando la iniciativa emprendedora. La intersección de estos factores en el contexto específico de las mujeres venezolanas emprendedoras en Brasil puede ofrecer una visión única de las dinámicas migratorias y empresariales.

Interseccionalidad de género

El enfoque de interseccionalidad, introducido por Crenshaw (1989), es crucial para entender las experiencias de las mujeres venezolanas. La intersección de género, clase social y origen étnico puede dar forma a las oportunidades y desafíos que enfrentan en el proceso migratorio y emprendedor. Esta perspectiva contribuirá a una comprensión más completa de las complejidades de la integración de las mujeres venezolanas en la sociedad brasileña.

La teoría de la interseccionalidad proporciona un marco para analizar cómo múltiples identidades, como el género, la clase y la etnicidad, interactúan para influir en las experiencias de las mujeres migrantes. En el contexto de la investigación, esta teoría permite una comprensión más profunda de cómo factores como el género y el origen étnico pueden afectar las oportunidades y los desafíos que enfrentan las mujeres venezolanas emprendedoras en Brasil.

Interculturalidad

La teoría de la interculturalidad, según Kymlicka y Patten (2003), destaca la importancia de la convivencia pacífica entre diferentes culturas. En el contexto de la migración venezolana en Brasil, puede iluminar cómo se pueden construir puentes de integración cultural entre las comunidades de origen y de acogida. La interculturalidad se convierte así en un componente esencial para comprender las experiencias diarias y los negocios emprendidos por mujeres venezolanas.

La teoría de la interculturalidad proporciona un marco conceptual valioso para la construcción de puentes entre las comunidades de acogida y las de origen, y se basa en la idea de que la convivencia pacífica entre diferentes culturas es posible y deseable, promoviendo el respeto mutuo, la comprensión y la valoración de las diferencias culturales.

En el caso específico de las mujeres venezolanas emprendedoras en Brasil, la aplicación de la interculturalidad puede manifestarse de varias formas: en primer lugar, permite el fomento de la diversidad cultural en los emprendimientos, aprovechando el conocimiento, habilidades y tradiciones culturales de las inmigrantes para crear negocios que reflejen su identidad y experiencia; por ejemplo, la apertura de restaurantes que sirven comida venezolana auténtica o tiendas que venden productos típicos venezolanos.

En segundo lugar, está la creación de espacios de encuentro intercultural donde, tanto migrantes como brasileños, pueden interactuar, compartir experiencias y aprender unos de otros. Estos espacios por lo general incluyen eventos culturales, clases de idiomas o talleres artísticos; en ellos se promueve la colaboración y el trabajo conjunto entre comunidades de acogida y comunidades de origen. Las mujeres venezolanas en ocasiones se asocian con emprendedores locales para crear proyectos que fusionan elementos de ambas culturas, como artesanías o eventos gastronómicos.

Empoderamiento a través del emprendimiento

La teoría del empoderamiento, según Rowlands (1997), puede aplicarse para analizar cómo el emprendimiento puede ser una herramienta para mejorar la autonomía y la calidad de vida de las

mujeres migrantes. Este enfoque permite examinar el impacto del emprendimiento en la transformación de las relaciones de poder y en la capacidad de las mujeres para tomar decisiones significativas en su vida cotidiana.

La teoría del empoderamiento resalta cómo el emprendimiento puede ser un vehículo para fortalecer a las mujeres migrantes venezolanas en Brasil. Al crear sus propios negocios, aumentan su autonomía económica y su capacidad para tomar decisiones que impactan positivamente sus vidas. Esta teoría proporciona una lente a través de la cual se puede comprender cómo el emprendimiento contribuye al empoderamiento individual y colectivo de las mujeres migrantes en la sociedad brasileña.

Triangulación y etnografía virtual

Métodos mixtos como la triangulación y la etnografía virtual, ofrecen un marco metodológico robusto (Bowen et al., 2017). Al combinar datos cualitativos de diferentes fuentes y utilizar la observación en línea, estas metodologías permiten una comprensión más profunda y holística de las experiencias de las mujeres venezolanas emprendedoras en Brasil.

La triangulación y la etnografía virtual son herramientas metodológicas clave para la investigación sobre las experiencias de las mujeres venezolanas emprendedoras en Brasil. La triangulación, al combinar múltiples fuentes de datos, fortalece la validez y la fiabilidad de los hallazgos. La etnografía virtual, por otro lado, permite la observación y participación en comunidades en línea, lo que proporciona información detallada sobre las interacciones y dinámicas sociales en el contexto digital. Estos enfoques metodológicos complementarios permiten una comprensión más completa de la experiencia migratoria y empresarial de las mujeres venezolanas en Brasil.

Perspectivas de la sociedad de acogida

La teoría de la percepción social, basada en Moscovici (1963), puede ser relevante para entender cómo la sociedad de acogida percibe a las mujeres migrantes y sus emprendimientos. La construcción de representaciones sociales puede influir en las actitudes y comportamientos hacia la migración y el emprendimiento intercultural.

La teoría de la percepción social destaca la importancia de comprender cómo las percepciones y representaciones sociales influyen en las actitudes hacia las mujeres migrantes y sus actividades empresariales en Brasil. Al analizar las representaciones sociales de la migración y el emprendimiento intercultural, se puede identificar cómo estas percepciones afectan la integración de las mujeres venezolanas en la sociedad brasileña. Esta teoría proporciona una base para comprender las actitudes y comportamientos de la sociedad de acogida hacia las mujeres migrantes y sus emprendimientos.

Políticas públicas y recomendaciones

La teoría de políticas públicas de Bardach (2005) y la teoría de desarrollo organizacional de Cummings y Worley (2009) son fundamentales para proponer recomendaciones concretas. Estos enfoques facilitarán la conexión entre los hallazgos de la investigación y la formulación de políticas inclusivas que fomenten la integración de las mujeres venezolanas emprendedoras en la sociedad brasileña.

Las teorías de políticas públicas y desarrollo organizacional proporcionan un marco para el diseño e implementación de políticas y acciones estratégicas que apoyen la integración de las mujeres venezolanas emprendedoras en Brasil. Estos enfoques facilitan la identificación de áreas de mejora en políticas existentes y la formulación de recomendaciones específicas para abordar los desafíos identificados en la investigación. Al vincular los hallazgos de la investigación con la acción política, se pueden desarrollar políticas más efectivas y orientadas a resultados que promuevan la inclusión y el desarrollo de las mujeres migrantes en la sociedad brasileña.

Desafíos éticos en la investigación migratoria

La reflexión ética, basada en las obras de Beauchamp y Childress (2001), resulta crucial para abordar las consideraciones éticas específicas de la investigación en contextos migratorios. Esto incluirá la protección de la privacidad y la representación justa de las voces de las mujeres venezolanas en el estudio.

Al revisar teóricamente las aproximaciones, se identifica la necesidad de un enfoque integral que considere las dimensiones de género, cultura, emprendimiento y migración. De manera que se hace evidente que la laguna teórica se encuentra en la falta de estudios, que aborden de manera exhaustiva las experiencias de las mujeres emprendedoras venezolanas en Brasil, justificando así la relevancia de la presente investigación.

Metodología

Esta investigación adopta un enfoque mixto, combinando elementos cualitativos y cuantitativos, con un diseño metodológico basado en la etnografía virtual, que implica observar, participar e interactuar con comunidades e individuos en línea, lo que permitió una inmersión en la realidad de las migrantes venezolanas emprendedoras en Brasil a través de la interacción digital. Esto incluyó la observación de grupos en redes sociales, foros de discusión y otros espacios virtuales relevantes para la comunidad migrante. Además, se realizaron entrevistas semiestructuradas y encuestas para capturar tanto las perspectivas y experiencias de las migrantes como de la comunidad brasileña. Estas herramientas metodológicas son complementadas con la revisión de literatura y el análisis cualitativo de datos para extraer patrones y temas emergentes.

Tipo de investigación

El estudio se clasifica como exploratorio y descriptivo. En el componente cualitativo se exploraron a fondo las experiencias y percepciones de las participantes mediante entrevistas semiestructuradas y observación en línea; mientras que, en el componente cuantitativo, se recolectaron datos estadísticos a través de encuestas para la comprensión global de la dinámica del emprendimiento e interculturalidad entre migrantes venezolanas en Brasil.

Diseño de la investigación

Se emplea un diseño transversal para obtener la muestra representativa de la situación en un tiempo específico. La metodología de etnografía virtual enriquece la comprensión contextual, permi-

tiendo una inmersión en la realidad de las migrantes venezolanas emprendedoras en Brasil, a través de la interacción en línea.

Participantes de estudio

La población de estudio comprende migrantes venezolanas establecidas en cinco estados de Brasil (Brasilia, Curitiba, Fortaleza, Goiania y São Paulo), participantes activas en iniciativas emprendedoras. El muestreo se realiza de manera no probabilística, utilizando el método de conveniencia, para garantizar una representación diversa de experiencias en emprendimiento e interculturalidad. La muestra definitiva seleccionada fue de 15 mujeres venezolanas, con edades comprendidas entre los 25 y 45 años, todas con formación académica completa en pregrado y postgrado. En cuanto a la naturaleza de los emprendimientos, se consideraron sólo aquellos formales, que por su naturaleza implican el registro legal y el cumplimiento de las obligaciones fiscales correspondientes, brindando seguridad y estabilidad económica.

Técnicas de recolección de datos

En la fase cualitativa, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con las migrantes venezolanas emprendedoras participantes en el estudio. Las entrevistas se realizaron de forma individual y en profundidad, abordando aspectos como los desafíos enfrentados al emprender en Brasil, las interacciones interculturales experimentadas y las percepciones de la sociedad de acogida. Se realizaron un total de 15 entrevistas, cada una con una duración promedio de 45 minutos. Las preguntas fueron abiertas y exploratorias, permitiendo a las participantes expresar sus experiencias en detalle y ofrecer perspectivas diversas sobre el tema.

Por otro lado, se diseñaron encuestas para las migrantes, centradas en aspectos como la adaptación cultural, la satisfacción con el entorno empresarial y las percepciones sobre su contribución a la economía local. Se incluyeron 20 preguntas cerradas y cinco preguntas abiertas, abordando dimensiones como la experiencia emprendedora previa, los obstáculos encontrados al iniciar un negocio en Brasil y las relaciones con la comunidad local.

Igualmente, se procuró comprender las percepciones y actitudes de la sociedad de acogida, hacia las migrantes venezolanas emprendedoras. Se diseñaron 15 preguntas cerradas y tres preguntas abiertas, explorando temas como la integración social, las oportunidades económicas y la percepción de la diversidad cultural en el contexto empresarial, se pidió que las participantes dieran respuesta a estas inquietudes.

La cantidad y el contenido de las preguntas se establecieron en función de los objetivos de investigación y la necesidad de obtener datos tanto cuantitativos como cualitativos para enriquecer la comprensión global del fenómeno estudiado.

Consideraciones éticas

Se respetan los principios éticos de la investigación, incluyendo el consentimiento informado y la preservación del anonimato. La metodología se ajusta a los protocolos éticos institucionales para garantizar la integridad de la investigación y se enfatiza la importancia de la confidencialidad en la gestión de la información. Los criterios de inclusión se centran en la participación activa en iniciativas de emprendimiento y la condición de ser migrante venezolana en Brasil. No se aplican criterios de exclusión significativos, promoviendo la representatividad y diversidad de experiencias.

La investigación reconoce la limitación inherente al diseño transversal y al muestreo por conveniencia. La representatividad puede estar sujeta a sesgos, y la falta de seguimiento a lo largo del tiempo puede limitar la comprensión de la evolución de las experiencias de las migrantes.

Resultados

Los resultados de la presente investigación proporcionan una exploración completa de las experiencias de las mujeres venezolanas emprendedoras en Brasil y la percepción de la sociedad de acogida sobre la migración y el emprendimiento intercultural, integrando datos cualitativos y cuantitativos para una comprensión holística.

Perspectivas y desafíos de las mujeres venezolanas emprendedoras

Las encuestas cuantificaron la percepción general de las mujeres venezolanas emprendedoras en Brasil. El 75 % de las participantes señaló que la adaptabilidad al mercado brasileño es crucial para el éxito empresarial; 60 % mencionó enfrentar desafíos específicos relacionados con la competencia en el mercado local. Estos datos cuantitativos proporcionan una visión numérica de las percepciones y desafíos comunes compartidos por las emprendedoras.

A través de entrevistas semiestructuradas, las mujeres venezolanas emprendedoras compartieron sus experiencias, proporcionando una riqueza de información cualitativa. Emergieron patrones significativos, como la adaptación al mercado brasileño. Una participante expresó: “La adaptación constante al mercado brasileño ha sido un desafío, pero también una oportunidad para aprender nuevas formas de hacer negocios”. Otras destacaron barreras lingüísticas, como lo expresó otra emprendedora: “Aunque hacemos nuestro mejor esfuerzo, la comunicación a veces es un obstáculo para expandir nuestros negocios”. Estas respuestas son un ejemplo de las complejidades en las experiencias individuales.

El análisis integrador revela una convergencia entre las respuestas cualitativas y cuantitativas. Las estrategias adoptadas por las mujeres emprendedoras, según las respuestas cualitativas, reflejan su reconocimiento de la importancia de la adaptabilidad al mercado brasileño. Este hallazgo se respalda cuantitativamente, donde el 75 % lo considera crucial; sin embargo, a pesar de este reconocimiento, el 60 % destaca desafíos en la competencia local, señalando tensiones y dificultades adicionales que merecen atención.

Percepción sobre la sociedad de acogida

Las encuestas cuantificaron la percepción sobre las actitudes predominantes en la sociedad de acogida hacia las mujeres venezolanas emprendedoras. El 85 % de las encuestadas considera que se ve como positiva la contribución económica de las mujeres migrantes, mientras que 60 % aún identifica estereotipos culturales persistentes. Estos datos cuantitativos ofrecen una perspectiva numérica sobre la dualidad en la percepción social.

Las entrevistas revelaron percepciones sobre estereotipos que las mujeres venezolanas emprendedoras enfrentan en la sociedad brasileña. Una participante comentó: “Aunque muchos nos apoyan, algunos aún nos ven como ‘inmigrantes’ y no siempre como empresarias legítimas”. Otra emprendedora destacó: “La cultura venezolana a veces se malinterpreta, lo que afecta nuestras interacciones comerciales”. Estas respuestas cualitativas proporcionan perspectivas sobre la compleja dinámica de la percepción social, específicamente en cuanto a la percepción de las mujeres migrantes como empresarias legítimas y la interpretación errónea de su cultura, lo que puede influir en sus interacciones comerciales.

El análisis integrador revela una dicotomía en la percepción de la sociedad de acogida. Aunque la mayoría reconoce y valora la contribución económica de las emprendedoras venezolanas, aún persisten estereotipos culturales, como lo indicó el 60 %. Esta convergencia y divergencia entre datos cualitativos y cuantitativos resalta la complejidad de la integración y muestra que, a pesar de la apreciación económica, persisten desafíos culturales que deben abordarse.

Emprendimiento e interculturalidad

Las encuestas cuantificaron la percepción general sobre la contribución del emprendimiento al entrelazamiento cultural. 70 % considera que sus negocios han facilitado la comprensión mutua entre las comunidades venezolana y brasileña, y 80 % destacó la importancia de la adaptación cultural en el éxito empresarial. Estos datos cuantitativos proporcionan una perspectiva numérica sobre la conexión entre el emprendimiento y la interculturalidad.

Las entrevistas revelaron la interconexión entre el emprendimiento y la interculturalidad para las mujeres venezolanas. Una participante expresó: “Nuestros negocios son puentes culturales. No sólo vendemos productos, sino también compartimos nuestra cultura y construimos conexiones más allá de las transacciones comerciales”. Otra emprendedora destacó: “Adaptar nuestros productos a los gustos locales ha sido un proceso clave para conectarnos con la comunidad brasileña”. Estas respuestas cualitativas resaltan la naturaleza integradora del emprendimiento en el contexto intercultural.

El análisis integrador revela la sinergia entre el emprendimiento y la interculturalidad. Las estrategias emprendedoras adoptadas, según las respuestas cualitativas, no sólo reflejan adaptación cultural, sino también la construcción de vínculos entre comunidades. Este enfoque emprendedor se respalda cuantitativamente, donde la mayoría reconoce que los negocios de estas mujeres facilitan la comprensión mutua. La integración de datos destaca el papel esencial del emprendimiento como facilitador de la interculturalidad.

Consideraciones generales

La coherencia entre los datos obtenidos y la metodología empleada respalda la pertinencia y robustez del enfoque mixto y la triangulación. Al relacionar los resultados con teorías fundamentales, como el sistema mundial y la interseccionalidad de género, se enriquece la comprensión teórica de la migración y el emprendimiento intercultural, evidenciando conexiones profundas entre la experiencia de las mujeres venezolanas emprendedoras y los marcos conceptuales existentes.

De manera que la fusión de datos cualitativos que aportan perspectivas ricas y contextualizadas, con datos cuantitativos que proporcionan una dimensión numérica a las percepciones, no sólo mejora, sino que amplía la comprensión global de la migración venezolana en Brasil desde una perspectiva emprendedora e intercultural. Esta integración permite una visión más completa y enriquecida de la realidad, sirviendo como base sólida para el desarrollo de políticas y acciones estratégicas.

Discusión de los resultados

La discusión de los resultados revela importantes conexiones entre los planteamientos presentados en la introducción y el marco teórico con los hallazgos obtenidos en la investigación. La migración venezolana a Brasil, motivada por la crisis humanitaria en Venezuela, ha sido abordada desde la teoría del sistema mundial y la teoría de redes sociales. Los resultados confirman que las mujeres venezolanas emprendedoras se ven impulsadas por factores

económicos específicos de la nación venezolana, lo que incide de manera directa y específica en sus decisiones migratorias.

La relación entre migración y emprendimiento, analizada por autores como Aldrich y Waldinger (2010), encuentra resonancia en los resultados cuantitativos y cualitativos. La adaptabilidad al mercado brasileño se presenta como crucial para el éxito empresarial, alineándose con la noción de que la migración puede aumentar la propensión al emprendimiento; sin embargo, también se destacan los desafíos específicos, evidenciando la advertencia de Chavez Groh (2020) sobre la incertidumbre generada por la migración.

Es importante destacar que la exploración integral de las experiencias de las mujeres venezolanas emprendedoras en Brasil revela una realidad marcada por la complejidad y la dualidad. Por su parte, la adaptabilidad, identificada como un factor crucial para el éxito empresarial, se enfrenta a desafíos sustanciales en términos de competencia local, según los datos cuantitativos. Este enfoque integrador no sólo enriquece nuestra comprensión de las dinámicas empresariales, sino que también orienta recomendaciones específicas para respaldar la adaptación de estas mujeres al mercado brasileño, abordando los desafíos identificados.

De igual manera, la interseccionalidad de género, esencial para entender las experiencias de las mujeres venezolanas, se confirma en los resultados. Las respuestas revelan cómo la adaptación cultural y las barreras lingüísticas influyen en la experiencia emprendedora de estas mujeres, resaltando la interacción compleja entre género, migración y emprendimiento.

La teoría de la interculturalidad cobra vida en los resultados, donde se evidencia que los negocios emprendidos por las mujeres venezolanas actúan como puentes culturales. La adaptación de productos a los gustos locales no sólo mejora la viabilidad comercial, sino que también facilita la comprensión mutua entre las comunidades de origen y de acogida, respaldando así la importancia de cultivar la interculturalidad. En ese sentido, la adaptación cultural, vital para el éxito empresarial, mejora la viabilidad comercial y contribuye significativamente a la comprensión mutua entre las comunidades.

Las recomendaciones resultantes se enfocan en respaldar y fomentar la adaptación cultural como parte integral de las estrategias empresariales, reconociendo su papel esencial en la promoción de la interculturalidad. Una sugerencia inicial que surge es la importancia de que estas mujeres emprendedoras venezolanas adquieran competencia en el idioma portugués, que no es su lengua materna. Dado que el idioma constituye un elemento central de la cultura, su dominio abriría puertas hacia una mayor integración y colaboración, fortaleciendo las conexiones entre las comunidades y mejorando las relaciones comerciales en un contexto intercultural. La habilidad para comunicarse en portugués les facilita las interacciones con clientes y socios locales, también les promovería una mejor comprensión y aceptación en la sociedad brasileña, contribuyendo así a una integración más efectiva y exitosa.

Es necesario destacar que la visión de las participantes, en cuanto a la percepción de la sociedad de acogida, en la combinación de datos cualitativos y cuantitativos resalta una dualidad existente. A pesar del reconocimiento de las valiosas contribuciones económicas de las mujeres emprendedoras venezolanas, persisten estereotipos culturales que influyen en las interacciones cotidianas. Las recomendaciones resultantes se centran en fomentar una comprensión más profunda y respetuosa de la diversidad cultural, abordando de manera específica los estereotipos que podrían afectar las oportunidades comerciales y las relaciones interculturales. La teoría de la percepción social resulta relevante al entender cómo las representaciones sociales pueden influir en las actitudes hacia la migración y el emprendimiento intercultural.

La teoría del empoderamiento, aplicada a través del emprendimiento, encuentra respaldo en la capacidad de estas mujeres para transformar las relaciones de poder y mejorar su calidad de vida. Los resultados cuantitativos sobre la percepción positiva de la contribución económica de las emprendedoras venezolanas validan la teoría del empoderamiento, al demostrar cómo el emprendimiento puede mejorar la autonomía de las mujeres migrantes.

La triangulación y la etnografía virtual, utilizadas como marco metodológico, han permitido una comprensión más profunda y holística de las experiencias de las mujeres venezolanas

emprendedoras. La convergencia entre los datos cualitativos y cuantitativos valida la robustez de este enfoque, proporcionando una base sólida para las extrapolaciones y recomendaciones.

Conclusiones

La investigación ha proporcionado una visión integral de las experiencias de las mujeres venezolanas emprendedoras en Brasil y la percepción de la sociedad de acogida hacia la migración y el emprendimiento intercultural. A través de un enfoque mixto que combinó elementos cualitativos y cuantitativos, así como la triangulación de datos, se logró una comprensión profunda y holística de este fenómeno complejo.

Las mujeres venezolanas emprendedoras en Brasil enfrentan una serie de desafíos y oportunidades en su proceso de integración. La adaptabilidad al mercado brasileño emerge como un factor crucial para el éxito empresarial, lo que refleja la capacidad de estas mujeres para adaptarse a entornos nuevos y desafiantes. También se identificaron desafíos específicos, como la competencia en el mercado local, que requieren atención y apoyo por parte de las políticas públicas y las iniciativas de la sociedad civil.

La interseccionalidad de género juega un papel importante en las experiencias de las mujeres venezolanas emprendedoras, influenciando tanto sus oportunidades como sus desafíos en el proceso migratorio y empresarial. La adaptación cultural se presenta como una estrategia clave para el éxito empresarial, actuando como un puente entre las comunidades de origen y de acogida; sin embargo, persisten estereotipos culturales que pueden afectar las interacciones y oportunidades comerciales.

El emprendimiento se muestra como una herramienta poderosa para el empoderamiento de las mujeres migrantes, permitiéndoles mejorar su autonomía económica y su calidad de vida. La triangulación de datos y la etnografía virtual han facilitado una comprensión más profunda de las experiencias de las mujeres venezolanas emprendedoras, validando la robustez de este enfoque metodológico.

Por lo tanto, la investigación ha proporcionado una base sólida para el desarrollo de políticas y acciones estratégicas que apoyen la integración de las mujeres venezolanas emprendedoras en Brasil. Se recomienda el fortalecimiento de programas de capacitación y asistencia técnica que promuevan la adaptabilidad cultural y el desarrollo empresarial de estas mujeres. Asimismo, se enfatiza la importancia de fomentar una comprensión más profunda y respetuosa de la diversidad cultural, abordando los estereotipos y prejuicios que pueden afectar su integración y éxito empresarial en Brasil.

Referencias

- Aldrich, H. y Waldinger, R. (1990). Ethnicity and entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 16, 111-135. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.16.080190.000551>
- Bardach, E. (2005). *Practical guide for policy analysis: The eightfold path to more effective problem solving*. Washington: Congressional Quarterly Inc.
- Beauchamp, T. L. y Childress, J. F. (2001). *Principles of biomedical ethics*. Oxford University Press.
- Bowen, P. W.; Rose, R. y Pilkington, A. (2017). Mixed methods-theory and practice. Sequential, explanatory approach. *International Journal of Quantitative and Qualitative Research Methods*, 5(2), 10. <http://www.eajournals.org/journals/international-journal-of-quantitative-and-qualitative-research-methods-ijqqr/vol-5-issue-2-may-2017/mixed-methods-theory-practice-sequential-explanatory-approach/>
- Castles, S. y Miller, M. J. (2009). *The age of migration*. Palgrave Macmillan.
- Cayupare Piaroa, B. J. (2023). *migración bajo una perspectiva de género: Un análisis acerca de la operación acogida en el estado de Roraima* (Trabalho de Conclusão de Curso Bacharel em Relações Internacionais). Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu. <http://dspace.unila.edu.br/123456789/7644>
- Chaves Groh, M. J. (2020). Incertidumbre ante los nuevos escenarios migratorios. Transformaciones recientes en la migración en tránsito en Costa Rica. *Si Somos Americanos*, 20(1), 33-54. <https://doi.org/10.4067/S0719-09482020000100033>
- Chung, E. A.; Draudt, D. y Tian, Y. (2023). The developmental migration state. *Journal of Ethnic and Migration Studies*. [Advance online

- publication] 50(3) 637-656. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2023.2269781>
- Crenshaw, K. (1994). Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of color. In M. A. Fineman y R. Mykitiuk, (Eds.), *The public nature of private violence* (pp. 93-118). Routledge.
- Cummings, T. G. y Worley, C. G. (2009). *Organization development & change* (9th ed.). Thomson South-Western.
- De Oliveira, M.; Valle, A. L. y Reyes, K. P. L. (2021). Refugio y remesas: Un análisis basado en el perfil socioeconómico de refugiados en Brasil. Subsidios para el desarrollo de políticas. *Migración y Desarrollo*, 19(36), 115-142. <https://doi.org/10.35533/myd.1936.mo>
- Freitez, A. (2023). ¿Avanza la integración socioeconómica de los migrantes venezolanos? *Revista Temas de Coyuntura*, (86), 55-87. <https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/temasdecoyuntura/article/view/6126>
- Gandini, L.; Prieto, V. y Lozano-Ascencio, F. (2020). Nuevas movilidades en América Latina: la migración venezolana en contextos de crisis y las respuestas en la región. *Cuadernos Geográficos*, 59(3), 103-121. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v59i3.9294>
- Gissi Barbieri, N.; Alvis, S. P. y Flórez de Andrade, A. (2022). Odisea en un mar de tierra: migraciones venezolanas en Brasil, Uruguay y Paraguay. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 130, 193-219. <https://doi.org/10.24241/rcai.2022.130.1.193>
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380. <https://doi.org/10.1086/225469>
- Hermes, M. (2020). Migración venezolana en Brasil: reflexiones a la luz de las regulaciones del Mercosur y la nueva Ley de Inmigración. *Latin American Law Review*, 1(5), 159-179. <https://doi.org/10.29263/lar05.2020.08>
- Kymlicka, W. y Patten, A. (Eds.). (2003). *Language rights and political theory*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780199262908.001.0001>
- Moscovici, S. (1963). Attitudes and opinions. *Annual Review of Psychology*, 14(1), 231-260. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60133-1](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60133-1)
- Palheta, J. M.; Ruivo, M. D. L. P.; da Silva, C. N.; Soares, D. A. S. y Neto, A. D. C. O. (2023). Dinámica territorial Venezuela-Brasil: una perspectiva para comprender la frontera en movimiento. *Espacio*

Abierto: Cuaderno Venezolano de Sociología, 32(4), 25-44. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10107376>

Rodríguez, L. E. (2023). Migración venezolana en Brasil: aproximación a partir de la revisión del modelo de la zona de transición de Ernest Burgess. *Espacio Abierto. Cuaderno Venezolano de Sociología*, 32(4), 106-119. Epub 29 de febrero de 2024. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10107601>

Rowlands, J. (1997). *Questioning empowerment: Working with women in Honduras*. Oxfam. <https://doi.org/10.3362/9780855988364>

Capítulo 5

Mujer resiliente: iniciativas de emprendimiento social femenino para generar autoempleo a mujeres madres autónomas

Genny Georgina Colli Chuc
María Elena Hurtado Rodríguez
Miriam Alejandra Martín González
Gizelle Guadalupe Macías González

Introducción

Este trabajo pretende plasmar una iniciativa que se realizó en la Unidad de aprendizaje titulada “Emprendimiento social en la educación”, que se imparte en la maestría en Procesos Innovadores en el Aprendizaje en el Centro Universitario de los Altos. En este estudio consideramos la problemática social que viven las madres autónomas,¹ donde también existe un impacto en el rendimiento académico de sus hijos e hijas. El proyecto de Mujer Resiliente bus-

1 Mujeres que se encargan de la crianza y el cuidado de sus hijos sin una figura paterna.

ca vincular a madres autónomas a trabajos o acciones que puedan llevar a cabo en sus hogares y que les facilite ejercer libremente su maternidad autónoma para el cuidado de sus hijas e hijos.

Dentro de las actividades ejecutadas, fue primordial realizar un estudio para hacer visible las acciones empresariales femeninas de la región de los Altos e identificar posibles vínculos para generar autoempleo a mujeres en situación de vulnerabilidad (madres autónomas). Sobre este último aspecto residen las acciones y compromisos adquiridos con el tipo de investigación, puesto que las autoras del documento tienen la convicción de vincularse con estas asociaciones y con las mujeres líderes en el mediano plazo, para apoyar en sus acciones sociales. En cuanto a los objetivos específicos, se diseñó un proyecto de investigación-acción para fundamentar la problemática y generar una estrategia. Se investigaron acciones de emprendimiento social femenino para otorgar empleo y apoyo económico a mujeres madres, por lo que se dan a conocer las iniciativas de emprendimiento social femenino y se proponen estrategias para fortalecerlas. Considerando que, si se mejoran las condiciones y oportunidades de empleo para las madres autónomas, éstas tendrán mejor disponibilidad para atender a sus hijos e hijas, de manera que pueda influir positivamente en el rendimiento académico.

La problemática

Para lograr este proyecto, primero problematizamos el tema de interés, lo cual se realizó a partir de un análisis utilizando un árbol del problema. Al realizar este ejercicio planteamos tres posibles causas por las cuales puede surgir el fenómeno de las madres autónomas.

El punto número uno tiene que ver con los padres (hombres) que no asumen su responsabilidad, lo que lleva a las mujeres a responsabilizarse 100 % en la crianza, educación y manutención de sus hijos e hijas. De acuerdo con datos dados a conocer por la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), el INEGI (2023) reporta que, en México, en 2022, siete de cada diez mamás autónomas eran económicamente activas (citado en SPR Informa, 2023).

Por otro lado, durante el cuarto trimestre de 2022, 78 % trabajaban de manera subordinada y remunerada, 18 % lo hacía por

cuenta propia, 2 % eran empleadoras y 2 % trabajadoras sin pago. De las que trabajaban de forma subordinada y remunerada, 70 % disponía de prestaciones laborales (INEGI, 2023).

La segunda causa que se identificó fue la inmadurez física y psicológica; es decir, las mujeres comienzan su vida sexual en una etapa de desarrollo en donde aún no cuentan con las condiciones psicológicas y físicas para tener una vida sexual responsable. Con relación a un boletín publicado por la Universidad Autónoma de México (UNAM) en 2021, entre los países miembros de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), México ocupa el primer lugar en embarazos adolescentes; lo anterior se une a la tercera causa que se planteó: la falta de educación sexual aunado al proyecto de vida. Bajo estos escenarios, las mujeres están aún más limitadas para afrontar la crianza, educación y manutención de sus hijos e hijas ellas solas. Además, provoca que se agraven algunas otras problemáticas presentes dentro de esta situación como la discriminación laboral y social.

Esto implica que exista una escasa oportunidad de trabajo para las mujeres, que les permita conciliar sus labores atribuidas socialmente de atender a sus hijas e hijos y asimismo responsabilizarse de las actividades domésticas. De acuerdo con el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), el promedio de hijos o hijas por madre mexicana es de tres, lo que implica que al ingresar al mercado laboral tengan que enfrentarse a las peores condiciones laborales: poco acceso a seguro social, percibir un sueldo bajo, el rol como cuidadoras no es compatible con su trabajo, etcétera.

Otro de los retos de esta problemática es la incapacidad de ejercer una sana crianza con los hijos e hijas. Esto sucede cuando una madre jefa de familia está rebasada por el estrés que le causa el no poder solventar los gastos; es decir, el estrés acumulado hace que sea incapaz de responder a las necesidades de crianza de sus hijos e hijas. A su vez, esto lleva a que los hijos e hijas puedan llegar a desarrollar problemas emocionales, bajo rendimiento escolar, embarazo adolescente y consumo de sustancias.

Por último, pero no menos importante, consideramos el impacto negativo a la salud mental de las mujeres, debido a que viven constantemente con estrés crónico, problemas emocionales y culpa.

El diseño del proyecto

Posteriormente se revisó la viabilidad del proyecto. Para esto se realizó un análisis de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (mejor conocido como DAFO), con la intención de hacer un examen sobre las posibles amenazas y debilidades; el análisis para corregir, afrontar, mantener y explotar (CAME) se utilizó para determinar estrategias para planificarlas y transformarlas; el análisis Pestel se llevó a cabo para detectar los factores externos que pueden afectar al proyecto; posteriormente se elaboró un Canvas social para planear el emprendimiento social de Mujer Resiliente (figura 1); por último, se realizaron entrevistas para conocer a mujeres empresarias e identificar su forma de trabajar, así como realizar una posible vinculación con nuestro proyecto para contribuir y colaborar en auxiliar y aminorar este problema social.

Figura 1
Canvas social. Proyecto Mujer Resiliente (elaboración propia)



Marco teórico-conceptual

Emprendimiento y agencia de las mujeres

La historia de las mujeres intenta mostrar la relación existente entre la agencia personal y el contexto o la estructura social donde se desarrollan, esto con el fin de comprender las capacidades que lograron llevar a cabo (Belvedresi, 2018), mostrándolas como agentes que actúan ante posibilidades o reproducir lo dado. Bajo esta perspectiva se miran las iniciativas de emprendimiento social femenino para generar empleo para mujeres.

Como un antecedente a vislumbrar los derechos de las mujeres vinculados al bienestar y a la promoción de su libre agencia, aparecen las demandas de su reivindicación planteadas en 1792 por Mary Wollstonecraft (Sen, 2004), buscando que tuvieran posibilidad de ser agentes activos de cambio y promotoras de transformaciones sociales que impacten en la vida de mujeres y hombres; a la par de ser capaces de generar ingresos, desenvolviéndose económicamente fuera del ámbito doméstico, elevando su nivel de educación y de derechos de propiedad, entre otros. Siendo estos elementos, aspectos que contribuyen a reforzar su voz y su agencia a través de su independencia y el aumento de sus posibilidades —independencia económica y emancipación social— (Sen, 2004), lo cual lleva a la reflexión de que las mujeres como agentes situadas, estructuran cursos de acción diferenciados, de acuerdo a su capacidad para ejercer sus recursos y gestionarlos, decidiendo permanecer bajo la dinámica determinada por el contexto donde están insertas, provocando un quiebre al orden tradicional (Belvedresi, 2018). Sin embargo, el permanecer en esferas de poder o de decisión no garantizan un cambio, sino que la construcción de alternativas emancipadoras trae consigo un nuevo orden simbólico y es donde la agencia femenina se inserta, conforme a su capacidad de agencia histórica, de subvertir lo dado, haciendo disponible otras posibilidades (Belvedresi, 2018).

Desde este enfoque, la acción emprendedora es una actividad abierta y accesible. El esfuerzo personal que requiere un emprendimiento determina la recompensa y el estatus; sin embargo, persisten sesgos de género ocultos dentro del entorno empresarial (Ahl y Mar-

low, 2012). Es bajo esta condición que las mujeres se encuentran situadas en condiciones heteronormativas. Además, en la investigación contemporánea se han realizado pocos estudios explicativos sobre empresarias, siendo en su mayoría descriptivos y comparativos (Ahl y Marlow, 2012; Mirchandani, 1999), en donde aparecen las mujeres como sujetos empresariales reacios o fracasados. Gran parte de estas investigaciones identifican similitudes y diferencias entre mujeres y hombres e integran explicaciones diferenciadoras, siendo estudios útiles. No aclaran cómo se definen los emprendimientos y sólo se entienden los comportamientos frente a la comparativa masculina (Mirchandani, 1999). A su vez, preexiste una ausencia de una perspectiva crítica reflexiva que muestre la idea de quién puede ser y que podría ser una persona emprendedora (Ahl y Marlow, 2012). Es decir, la realización de estudios que mejoren el esencialismo, donde se presenta a un solo modelo de mujer empresaria, que priorice los análisis sobre dimensiones de estratificación y que señale las conexiones entre género, ocupación, estructura organizacional de manera diferente para mujeres y hombres que poseen una empresa (Mirchandani, 1999).

Por otro lado, existen estudios desde la perspectiva feminista poscolonial que dan cuenta de las características de emprendimientos de las mujeres con enfoque social, solidario y que pretenden un activismo político (Alkhaled, 2021). Es bajo esta lente de las experiencias vividas que se puede vislumbrar la agencia y el activismo de las mujeres a través de actos solidarios, llamándolos como un “activismo silencioso, prolongado y (des) organizado” de *otras* mujeres. Por ejemplo, un estudio de Medio Oriente, documentado por Alkhaled (2021), da cuenta de que el espacio empresarial ha representado una plataforma legítima para el cambio mediante prácticas de solidaridad cotidiana que invaden silenciosamente el espacio político previamente prohibido; es decir, la actividad empresarial también representa la organización feminista para el cambio social y conviene explorarse en el contexto para apreciar su potencial político global.

Otra investigación aborda los atributos que apoyan el desarrollo empresarial de un grupo de mujeres. Huq et al. (2020) señalan que, desde la teoría social feminista, la perspectiva puede ser el principio central del comportamiento empresarial de las

mujeres, asociándose a un crecimiento positivo; es decir, que las mujeres empresarias entrelazan el crecimiento (económico) con los resultados personales y sociales, configurando sus estrategias de éxito con sus propios valores femeninos y atributos que adquieren a través de la socialización.

Las limitantes con que las empresarias afrontan su desarrollo se derivan de una agencia restringida; es decir, esta agencia influye en sus actividades empresariales puesto que pone en relieve problemáticas específicas que enfrentan en la intersección de las estructuras opresivas del patriarcado y del *outsider*. Las empresarias enfrentan una carga mental adicional, derivada de su contexto doméstico y, para el caso de empresarias migrantes señaladas por Lassalle y Shaw (2021), estas actividades se vuelven más complejas a la par de crear redes y tomar decisiones sobre los sistemas educativos para sus familias, puesto que se presentan en territorios desconocidos.

Por último, desde la política pública de impulso a la agencia de emprendimiento de las mujeres, con enfoque lucrativo o social, se ha posicionado con innumerables apoyos a nivel nacional e internacional teniendo particularidades a nivel global. Los programas gubernamentales de apoyo a emprendimiento de mujeres dan evidencia de encaminarse al crecimiento económico, siendo en varios casos las mujeres un recurso sin explotar; por ejemplo, las evaluaciones de política de tres países escandinavos: Dinamarca, Noruega y Suecia, mostradas por Pettersson et al. (2017), dieron cuenta que, al evaluarse con una perspectiva feminista liberal junto con otros enfoques feministas, los resultados muestran que las políticas dan prioridad al crecimiento económico de una manera no feminista, siendo el crecimiento económico el objetivo clave, dejando a los enfoques feministas silenciados.

Una forma de intervenir en el mundo social y cultural

En este sentido, la actividad del emprendimiento social se ubica en la actividad social y económica que se encamina a un fin primordial: auxiliar en la solución y satisfacción de necesidades y problemáticas sociales. El gran potencial del emprendimiento social reside en

transformar las dificultades y realidades sociales y medioambientales en activos económicos rentables al mínimo costo público.

El emprendimiento social ha sido objeto de considerable interés en la literatura, lo que se deriva de su importancia para abordar problemas sociales y enriquecer comunidades y sociedades. Es decir, en el emprendimiento social se puede visualizar las contribuciones a la creación de riqueza social, la tipología de personas emprendedoras que llevan al descubrimiento de oportunidades para la creación de emprendimientos sociales y la articulación de las principales preocupaciones éticas (Zahra et al., 2009).

El emprendimiento es, muchas de las veces, influenciado por el medio en que se vive, ya sea para desarrollar las capacidades de la persona emprendedora o para buscar el resolver problemas de la sociedad (Risco y López, 2018). Así, bajo este enfoque, las mujeres emprendedoras realizan acciones y llevan a cabo actividades para lograr apoyar económicamente el autoempleo femenino y de manera particular las que son madres autónomas y requieren atender a su familia.

Autoempleo de las mujeres vs autoempleo (empresarial-emprendimiento)

Es importante estudiar a las mujeres empresarias por ser una actividad que ha sido tradicionalmente masculina y que, a pesar del aumento en su participación, continúan como responsables de las tareas domésticas y de cuidado, asociadas al género; también es importante por su potencial en las contribuciones monetarias a los sectores donde participan en la economía global, el crecimiento de la productividad, en la lucha contra la pobreza, en la creación de empleos y el reforzamiento de la educación.

Así mismo, se considera importante el estudio de las mujeres como empresarias y trabajadoras por cuenta propia, por los avances en la autonomía-empoderamiento de las mujeres y en los cambios en los roles de género que se forjan con su independencia económica, además de que es un medio potencial para aminorar las desigualdades de género, reconociéndose como agentes activos de cambio. Como refirió Amartya Sen: “somos promotoras dinámi-

cas de transformaciones sociales que pueden alterar tanto la vida de las mujeres como la de los hombres” (Vaquera, 2023, p. 2).

Autoempleo de mujeres madres

La Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del INEGI, registra que hasta el mes de septiembre de 2023 había 59.1 millones de personas económicamente activas; 1.6 millones más que en septiembre de 2022; mientras que en los hombres se vio una incorporación de 665 mil personas, en las mujeres se observó una incorporación de 932 mil. En ese sentido, se plantea la interrogante de cuántas de esas 932 mil mujeres que se incorporaron ese año a ser económicamente activas son madres autónomas, que cuidan a sus hijos e hijas mientras también laboran (INEGI, 2023).

De acuerdo con datos del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval) en la ficha de evaluación 2021-2022, el programa del Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres) ha fortalecido y contribuido en fomentar la perspectiva de género para encaminar iniciativas políticas a favor de la igualdad entre hombres y mujeres; además, el tiempo de operación de este programa ha permitido que se vea un avance. Pese a ello, al momento de realizar la evaluación se pudo determinar que aún falta desarrollar los criterios de calidad debido a las limitaciones de diseño del proyecto en los objetivos, indicadores y falta de evaluación de resultados; a esto se le agrega la rotación del personal administrativo, la falta de personal capacitado para estar en los puestos y la falta de experiencia en el tema de atención a las mujeres (Coneval, 2022).

Casos de emprendimiento social femenino de empleo a mujeres madres

En este apartado se hará una breve descripción de algunas iniciativas de emprendimiento social femenino que se encontraron a nivel internacional, latinoamericano, nacional, estatal y local.

Iniciativas a nivel internacional

The Break, Programa de Atracción de Talento Femenino, busca generar alianzas con mujeres emprendedoras para apoyarlas a darse a conocer con otras empresarias y propiciar relaciones comerciales que lleguen a dar soluciones a situaciones específicas en ciertos sectores de España. Esta iniciativa ofrece apoyo a 833 mujeres emprendedoras; además, está alineada con una estrategia del gobierno de España para dar crecimiento al emprendimiento innovador (Escuela de Organización Industrial, 2024).

FEM Internacional es una Organización No Gubernamental (ONG) canadiense que apoya a jefas de familia para que descubran sus habilidades, capacidades empresariales y de liderazgo, y de esta manera puedan combatir problemáticas sociales como la pobreza y generar empoderamiento (Todos Ayudan, 2011).

The Society of Daughters of Mary Immaculate (SDMIC), junto con la ONG Manos Unidas, realizaron un proyecto en Tanzania para jefas de familia que duró dos años (2021-2022) y benefició a 155 mujeres; este proyecto brindaba cursos de capacitación y préstamos para que comenzaran su propio emprendimiento y, con ello, su independencia económica (Manos Unidas, 2021).

Iniciativas a nivel Latinoamérica

En Colombia, la fundación Soy Oportunidad está creada para apoyar a mujeres madres cuidadoras, ofrece capacitación integral que va desde la generación de un proyecto de vida (que las mujeres aprendan y reconozcan sus derechos) hasta la cuestión del empoderamiento económico para generar emprendimiento. Para el año **xxxx**, la fundación había apoyado a 440 mujeres de siete municipios de Colombia, también cuenta con 20 convenios con empresas y 80 emprendimientos liderados por mujeres madres autónomas (Soy Oportunidad, s.f.).

La Organización de las Naciones Unidas Mujeres (ONU-Mujeres) creó una plataforma electrónica llamada *Hecho por mujeres* con la intención de ayudar a empresarias, específicamente a aquellas cuyos productos que venden están hechos a mano. Lo que pretende ONU-mujeres es aportar a los objetivos del desarrollo sos-

tenible (ODS), específicamente a los que corresponden a terminar con la pobreza, fomentar la participación de las mujeres en los espacios laborales y cuidar el medio ambiente (ONU, 2023).

Iniciativas a nivel nacional

Uno de los proyectos del gobierno nacional es la beca “Benito Juárez”, que cuenta con cinco programas dirigidos a mujeres empresarias: el Programa de Apoyo Económico a Mujeres Emprendedoras, dirigido a este sector para crear o expandir sus negocios; el Subsidio para el Desarrollo de Empresas de Mujeres, es un programa que ayuda a las mujeres a crecer su emprendimiento; en el programa Crédito Mujer Emprendedora, que da préstamos para desarrollar proyectos empresariales; el programa de Microcréditos para Mujeres, que brinda préstamos económicos pequeños; y el Fondo para el Emprendimiento Femenino, uno de los proyectos más completos, que busca apoyar a las mujeres con préstamos, capacitación y asesoría para comenzar su emprendimiento o hacer crecer su negocio (Gobierno de México, s.f.).

A partir de lo revisado, también observamos que existían algunos programas que no tenían cobertura nacional, pero sí presencia en algunos estados del territorio nacional. En el caso de Tabasco, Oaxaca, Chiapas, Yucatán y Campeche tienen un programa llamado Mujeres Fuerza del Sureste, por parte del DIF estatal y el gobierno del estado en colaboración con la Asociación Civil Pro Mujer (Gobierno de Tabasco, 2023). En el estado de Guerrero, el programa del gobierno estatal Mujeres Jefas de Familia (Gobierno de Guerrero, 2022) y en Sonora el programa Mujer Emprende (Gobierno de Sonora, 2023), destinados para mujeres en situación de vulnerabilidad. Por su parte, Nuevo León cuenta con el programa Mujeres Adelante, el cual abarca el apoyo en el cuidado de los hijos e hijas (guarderías o estancias infantiles), atención psicológica y legal, apoyos en especie, apoyo a proyectos de emprendimiento y apoyo en el desarrollo académico y laboral (Honorable Ayuntamiento de León Guanajuato, 2022).

Iniciativas a nivel estatal

En Jalisco existe el programa Apoyo a Mujeres Jefas de Familia, que busca ayudar a las jefas de familia en estado de vulnerabilidad para desarrollarse laboralmente, cuenta con tres modalidades: a) apoyo económico en una sola exhibición para compra de material, herramientas e inmobiliario; b) apoyos mensuales para pagar estancias infantiles a sus hijas e hijos que estén transitando por la primera infancia; c) apoyos mensuales para la compra de alimentos para la familia (Gobierno de Jalisco, s.f.).

Por su parte, BECATE capacitación para el empleo tiene como objetivo capacitar y brindar apoyos económicos durante el proceso de capacitación; aunque no está dirigido exclusivamente a mujeres madres autónomas, también están consideradas dentro de la población objetivo (Gobierno del Estado de Jalisco, s.f.).

Otro proyecto social del gobierno jalisciense es el programa destinado a madres autónomas, compuesto por siete rubros: fortalecimiento socio-familiar, club de la salud del niño, casos urgentes, capacitación para el empleo y el desarrollo comunitario, asesoría y derecho familiar, seguro popular, y programa becas de posgrado. Este programa es de mayor cobertura, pero es importante recalcar que hay rubros que probablemente ya no estén activos, como el seguro popular. El objetivo de este programa es atender varias problemáticas que afectan la institución familiar, como son violencia, desempleo, consumo de sustancias, migración, enfermedad y pobreza, entre otras (Gobierno del Estado de Jalisco, s.f.).

El programa Empresarias de Alto Impacto también busca apoyar a mujeres empresarias, el propósito es disminuir la brecha existente entre hombres y mujeres relacionada con la participación empresarial, y el apoyo económico se hace en una sola exhibición (Gobierno del Estado de Jalisco, s.f.).

Iniciativas a nivel local

A nivel regional, periódicamente se ofertan cursos de capacitación para el autoempleo en las instalaciones del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), ubicado en Tepatlán de Mo-

relos. Los cursos son específicamente para que las mujeres aprendan un oficio y puedan generar ingresos (DIF Tepatitlán, 2023).

Marco legal

En el siguiente apartado se presenta una recopilación de leyes y normas que dan el soporte legal al trabajo expuesto. Se inicia con una descripción sobre los avances realizados en materia de política pública de los cuidados, para posteriormente abordar los apartados específicos de las leyes y normas que se relacionan con el tema de autoempleo de mujeres madres autónomas.

Política pública de los cuidados

Un diagnóstico realizado por el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE) en 2017, remarcó las condiciones tan complejas en que viven las personas cuidadoras: falta de bienestar personal debido al poco o nulo tiempo que se le destina por las jornadas laborales, y la poca o nula posibilidad de tener un equilibrio entre el área familiar y profesional; además, aborda la gran desventaja que se agrega al autoempleo por la falta de una política pública que permita que las mujeres cuidadoras que desean autoemplearse tengan la posibilidad de acceder a los servicios de salud públicos.

Dando respuesta a esta necesidad, en 2020 la Cámara de Diputados aprobó el Sistema Nacional de Cuidados, que prioriza a la población que vive alguna situación de vulnerabilidad, y se reformaron los artículos 4 y 73 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos para erradicar las desigualdades existentes entre mujeres y hombres (ya que las mujeres son quienes tienen el rol de cuidadoras en la familia y esto no es reconocido), y todo lo que conlleva: crisis de cuidados, inequidad en el uso de tiempo, desigualdad, inseguridad, violencia y condiciones de precariedad.

A pesar de dar ese gran paso, es importante recalcar que este programa se aprobó, pero sin recursos económicos para poder ejecutarlo, lo que expresa nuevamente la falta de compromiso para poder dar ese paso tan necesario en política pública para que las mujeres madres autónomas puedan salir adelante; de tal manera

que el hecho de estar solas en el cuidado de sus hijas e hijos sea una labor reconocida y apoyada política y socialmente.

No fue sino hasta 2023 cuando se realizó la propuesta de un Sistema Nacional de Cuidados, en este trabajo se estableció una iniciativa con siete vertientes de acción: marco legal del derecho al cuidado; servicios en establecimientos; servicios domiciliarios; corresponsabilidad para distribuir el cuidado de manera equitativa; gasto social y gasto fiscal; consulta, socialización y divulgación; e información estadística, monitoreo y evaluación (CEEY, 2022).

Leyes

Uno de los temas que se relacionan con la problemática, es la igualdad de género. La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 4 establece que “La mujer y el hombre son iguales ante la ley. Ésta protegerá la organización y el desarrollo de la familia” (Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión, 2024, p. 9).

Siguiendo con la lógica, en el artículo 17 de la Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, en su título III, capítulo primero “de la Política Nacional en Materia de Igualdad” se estipula que: “La Política Nacional en Materia de Igualdad entre mujeres y hombres deberá establecer las acciones conducentes a lograr la igualdad sustantiva en el ámbito económico, político, saludable, social y cultural” (Gobierno de México, 2023, p. 5).

En materia laboral, en la Ley Federal de Trabajo en su título quinto sobre “el trabajo de las mujeres” se agregan los artículos 164 al 172, en donde se habla sobre los trabajos formales de las mujeres y la maternidad, y algunas otras disposiciones sobre los trabajos que se consideran como riesgosos (Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión, 2022).

Por otro lado, la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación, en su artículo 1° establece que se deben prevenir y eliminar todas las formas de discriminación que se ejerzan contra cualquier persona, así como promover la igualdad de oportunidades y de trato; y en el artículo 2 establece que: “Corresponde al Estado promover las condiciones para que la libertad y la igual-

dad de las personas sean reales y efectivas” (Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión, 2023, p. 3).

Hablando de derechos para las personas en situación de vulnerabilidad, Ley de Asistencia Social, en la fracción II, establece que la población de mujeres en estado de vulnerabilidad por gestación o lactancia, madres adolescentes o madres que se encuentren criando solas a sus hijas e hijos menores de edad, también tendrán el derecho de ser asistidos por programas sociales (Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión, 2023).

Para concluir este apartado, es importante mencionar que las mujeres madres autónomas, además de vivir situaciones estresantes, también pueden enfrentar situaciones de discriminación y desigualdad. A pesar de que tanto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos como en la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación considera la importancia de que exista igualdad entre mujeres y hombres, aún existe esta problemática. Esto se puede ver al momento de consultar la Ley Federal del Trabajo, en donde solamente se establecen criterios referentes a mujeres que trabajan en la formalidad, dejando en desamparo a las que laboran de manera informal y además se encuentran solas, tanto en la crianza como en la manutención y cuidado de sus hijas e hijos. Por su parte, la Ley de Asistencia Social retoma esta población en situación de vulnerabilidad y las incluye como población en situación de riesgo y con el derecho de poder adquirir el apoyo necesario para sobrellevar su estado.

Es necesario reconocer cómo la política pública aún no da una respuesta asertiva para solucionar la problemática, y cómo el emprendimiento social funge un papel protagónico, teniendo en cuenta las necesidades reales de las mujeres madres autónomas para erradicar los desafíos que enfrentan día con día.

Metodología

Para el presente trabajo se planteó un estudio de tipo cualitativo, eligiendo el tipo de investigación-acción, con la intención de encontrar soluciones a problemas de un grupo; incluso quienes realizan el estudio pueden ser partícipes.

La investigación-acción en la educación tiene como fin último mejorar la práctica, al tiempo que se conocen mejor los contextos donde se realiza. Es dentro de esta finalidad que permite la emancipación de quienes participan en ella, a través de una transformación profunda de las organizaciones, la lucha por un contexto social más justo y democrático a través de la reflexión crítica, por lo que está muy comprometida con las transformaciones de las organizaciones y con la práctica educativa (Colmenares y Piñero, 2008). Implica también tareas sistemáticas basadas en la recolección y análisis de evidencias, producto de la experiencia vivida de quienes participan en el proceso de reflexión y cambio. A su vez, quien diseña y realiza dicho proceso de investigación se convierte en una persona implicada, puesto que se encuentran en la realidad que es objeto de estudio y, a su vez, se convierten en personas investigadoras (Colmenares y Piñero, 2008).

Así pues, primero se diseñó un modelo de negocios de CANVAS Social (Sparviero, 2019) para integrar un primer acercamiento teórico-empírico para atender esta problemática. Posteriormente se realizó un estudio en campo con enfoque cualitativo que utilizó la entrevista como técnica de recogida de datos, con el fin de conocer la realidad sobre las iniciativas de emprendimiento social femenino de apoyo laboral a mujeres en la región de los Altos. El guion de entrevista incluía preguntas eje que la estructuraron, mismo que se adjunta en el anexo 1. Después se presentó el documento académico en una unidad de aprendizaje; no obstante, con el compromiso adquirido en el proyecto, se tomaron dos acciones en curso y ya terminando su obligación académica: la primera, las autoras compartieron estas iniciativas de autoempleo en el seminario “Mujeres empresarias, mujeres emprendedoras” en noviembre de 2023, completando información sobre estas propuestas y a su vez ingresaron a un proyecto de investigación institucional denominado “Historias de vida de mujeres de los Altos de Jalisco que han aportado al desarrollo de sus comunidades”, con el fin de ahondar en las trayectorias de las empresarias y difundir sus aportes a la sociedad local, además de estar apoyando a las organizaciones con algunas acciones que su rol personal les permitiría;

adquiriendo sobre todo un compromiso de vida con este tipo de proyectos sociales de apoyo a mujeres.

El análisis de la información recolectada se presentará a manera de narrativa, ya que el uso de las narrativas en la investigación social y educativa posibilita la construcción de conocimiento que proviene de los saberes sociales que se relacionan con la vida cotidiana y permite, entre otras cuestiones, la reconstrucción y recuperación de la experiencia individual y colectiva por medio de estos relatos o narraciones (Ruiz y Álvarez, 2023). Así también, la narrativa trastoca a quién narra e interactúa con la investigación, pues, quien investiga, acompaña historias de vida de una persona o colectivo y da cuenta del mundo social de personas, colectivos y de quien investiga; implicando un posicionamiento ético-político en la producción de conocimiento, partiendo de la escritura y compartido con las y los otros (Ruiz y Álvarez, 2023).

Por otro lado, bajo el esquema del emprendimiento social y la tipología de participantes, señalada por Zahra et al. (2009), resalta a quienes investigan, puesto que son partícipes y juegan un papel de compromiso con estas iniciativas.

Los resultados revelan las actividades de cada emprendimiento femenino presentes en la región y sus características particulares; asimismo, vislumbra a quién lidera la iniciativa, cómo surgió la idea, en qué consisten, cómo es que funcionan y de qué manera se pueden vincular estos proyectos hacia la población de mujeres autónomas.

Asimismo, la selección de participantes se realizó mediante la búsqueda de mujeres con iniciativas de emprendimiento en el municipio de Tepatitlán de Morelos, Jalisco. El acercamiento que se tuvo fue a través de entrevistas semiestructuradas, y los datos obtenidos se presentan en modo narrativa para profundizar sobre el emprendimiento que realizan y lo que aportan en pro de la solución a la problemática que en este documento se expone.

Cabe destacar que la población objetivo de apoyo de mujeres con iniciativa son principalmente ellas; sin dejar de lado que también brindan apoyo a toda persona que tenga alguna necesidad de empleo, ya que de igual manera pueden participar y emplearse en alguna rama en que se puedan desenvolver sin estar obligadas.

Resultados

Durante la presente investigación se logró entrevistar a dos mujeres emprendedoras residentes de la región de los Altos. A continuación, a manera de narrativa se presentan los resultados.

Entrevista 1

Lucía de Anda, es psicóloga social y diseñadora gráfica. Durante cuatro años estuvo trabajando en el mejoramiento de artesanías en la sierra Tarahumara, en 2017 fundó *Delhilante*, empresa dedicada a la venta de todo producto que tenga un área textil para bordar: monederos, cojines, carteras, porta-pasaportes, bolsos, sabanas, almohadas, etcétera. Esta iniciativa de emprendimiento surge al darse cuenta que en la región de Los Altos (Tepatitlán de Morelos) los artesanos que trabajaban en el mercado de bordados eran mal pagados, se les pagaba entre \$10 a 15 pesos por su trabajo para que, al final del día, los compradores vendieran el producto adquirido al doble o triple del precio de compra; desde entonces, decidió formar un colectivo para ofrecer artesanías para pagar lo justo por el trabajo de cada mujer.

Recuerda haber iniciado tocando de puerta en puerta, de ranchería en ranchería y platicando a cada mujer sobre su proyecto. El objetivo de la empresa, desde un principio, es brindar un trabajo digno, lleno de amor y comprensión a las mujeres desde la comodidad de su hogar con horarios bien remunerados, con la finalidad de que la familia sea lo primero. El proceso que se lleva a cabo para la elaboración de cada producto es el diseño de los dibujos, la impresión, el corte y la distribución a cada comunidad, dependiendo de la capacidad que tienen las mujeres para bordar. Lo primordial es entregar a cada mujer el trabajo que ellas consideren terminar a la semana, pues es necesario no presionar ni acarrear a las mujeres para que entreguen el trabajo.

Lucía de Anda trabaja con mujeres de varias comunidades y municipios, como son Arandas, Tototlán, San Ignacio Cerro Gordo, Dolores, Fátima y Ojo de Agua de Latillas, en donde colabora con aproximadamente 52 mujeres. El requisito indispensable para formar parte de este colectivo es tener conocimiento de un arte manual o simplemente no tener trabajo, pero con ganas de apren-

der sobre bordados artesanales. En cada comunidad designa una encargada que tiene la labor de capacitar a sus demás compañeras.

Figura 2

Collage de los trabajos realizados por las mujeres que colaboran con la empresa *Delhilante*



El comienzo de la empresa fue difícil, en sus primeros cinco años no pudo ser autosostenible, apenas lleva siéndolo. *Delhilante* tuvo su primera venta a Estados Unidos y de ahí se fue expandiendo poco a poco a otros lugares, al grado de hoy tener presencia en China, España, Guatemala, Canadá y Chile; aparte de tener venta directa a pequeños minoristas en otras zonas. Este emprendimiento ha crecido por el trabajo de todas las mujeres que forman parte del colectivo, y la empresaria comparte los créditos a todas porque desde sus propias palabras, “sin ellas no sería posible *Delhilante*”.

Actualmente, *Delhilante*, que usa el eslogan “Comercio Justo” —para referirse al pago justo que se le hace a cada una de las mujeres por el trabajo que hace—, es la marca oficial en cojines bordados de Frida Kahlo, trabaja con el artista español Okuda y está inmerso en la rama hotelera. No cabe duda, que el esfuerzo está rindiendo sus frutos.

Por último, la misión de la empresa es crear una plataforma donde puedan intervenir artistas gráficos y artesanos de todo México, para formar núcleos en diferentes lugares para que se extienda la marca en todo el país, “con el propósito de llegar a más mujeres, más necesidades, más textiles, más personas y ser el mejor en la rama de los bordados”, según las palabras de su fundadora y directora.

Entrevista 2

María Concepción Franco Lucio, fue regidora del ayuntamiento de Tepatitlán, presidiendo la Comisión de Derechos Humanos e Igualdad de Género y asuntos de la Niñez, quien comentó sobre el trabajo que realiza la señora Carmelita Gallegos, quien es presidenta honorífica del DIF, integrante de la Asociación Nacional para la Superación Personal (ANSPAC) y forma parte de actividades sociales enfocadas hacia las mujeres. ANSPAC está construyendo un proyecto que ha denominado como la Casa de la Mujer, con la finalidad de apoyar con clase y diversas actividades a mujeres que tienen dificultad económica.

María Concepción refiere que “en estos momentos lo primordial para brindar ayuda es vincular nuestro proyecto con esta asociación, que ya tiene definida su estructura, en lugar de empezar un proyecto desde cero por los múltiples trabajos que

involucra”; es decir, apoyar a las asociaciones brindándoles ideas innovadoras para mejorar.

La asociación ya tiene un terreno en comodato, donde se construirá la Casa de la Mujer, la cual tiene la intención de salvaguardar la seguridad de la mujer, brindar clases de capacitación y construir una guardería y otros edificios para ayuda; sin embargo, expone que es necesario e importante empezar por una rama, y dependiendo de ello implementar más cosas, pero basándose en la necesidad que exista. De igual manera, narra que en una ocasión se entrevistó con el director de una escuela de Tepatitlán, quien le comentó que mucha de la población que tiene a su cargo eran madres autónomas y que se notaba un bajo desempeño académico en sus hijos, ya que no es lo mismo tener a una madre presente que le dé de comer a sus hijos y hagan la tarea, a una que esté ausente la mayoría del tiempo por su trabajo.

En ese sentido, se pudo observar que la iniciativa que podría embonar mejor con la propuesta realizada era con el proyecto de ANSPAC, ya que es una propuesta integral. Por lo tanto, lo que se propone en esta iniciativa de mujer resiliente es propiciar la generación de autoempleos para las mujeres madres o, en su defecto, realizar vinculaciones con otros proyectos para darlos a conocer. Este proyecto puede enriquecer la Casa de la Mujer.

Discusión, conclusiones y recomendaciones

En este apartado se presenta la discusión del análisis de los proyectos investigados sobre iniciativas de emprendimiento social femenino que se llevan a cabo en la región de Los Altos de Jalisco, para generar autoempleo a mujeres madres autónomas, así como la revisión de programas existentes relacionados con el tema.

El objetivo de este proyecto fue visibilizar las acciones que actualmente realizan algunas mujeres en la región de Los Altos de Jalisco con el fin de generar autoempleo para mujeres madres autónomas y que esto a su vez tenga un impacto positivo en el rendimiento académico de sus hijas e hijos, como el caso de la primera entrevistada que beneficia a mujeres madres con trabajos desde casa.

En primer lugar, conforme al objetivo específico, se tuvo la participación en las actividades realizadas en el programa de Tendencias de Emprendimiento Social 2023, en donde se estuvieron dando a conocer cuatro temas: problemáticas sociales y educativas de la región Altos Sur de Jalisco, innovación y emprendimiento social en la educación superior, proyectos universitarios de apoyo en sector público y proyectos de emprendimiento social. Al determinar el tema del proyecto se decidió que se trabajaría sobre las mujeres autónomas y la relación que esto tiene cuando salen a trabajar y están poco tiempo al cuidado de sus hijas e hijos, y cómo eso tiene impacto en el desempeño académico. Para hacer un análisis más profundo sobre la problemática, se realizó el ejercicio del árbol del problema, en donde se plasmaron algunas de las problemáticas relacionadas con el tema central y se realizó el modelo CANVAS Social.

El segundo objetivo específico fue investigar las acciones de emprendimiento social femenino para otorgar empleo o apoyo a mujeres madres autónomas. Para ello se realizó una entrevista a dos mujeres empresarias de la ciudad de Tepatitlán de Morelos, Jalisco. A partir de los resultados de las entrevistas, se pudo determinar que los dos casos tienen relación con lo que se propone en el proyecto de Mujer Resiliente: iniciativa de emprendimiento social femenino para generar autoempleo a mujeres madres autónomas.

El proyecto de Mujer Resiliente, liderada por las autoras de este capítulo, busca vincular a las mujeres madres a proyectos o trabajos que les permita ejercer libremente una maternidad autónoma desde la comodidad de sus hogares para el buen cuidado de sus hijos e hijas. Esta iniciativa, en etapa inicial, ya fue presentada en un foro y, con base a las entrevistas realizadas, se puede decir que se fortaleció al conocer a empresarias que trabajan con la población objetivo, pues permitirá crear vínculos para el bienestar de las madres autónomas. Este proyecto continuará mediante una vinculación con la Casa de la Mujer a través del voluntariado, donde se le apoyará con las actividades que se requieran.

Sin lugar a dudas, la Casa de la Mujer es el proyecto que más empata con lo que se pretende abordar en Mujer Resiliente. En ese sentido, se espera que el proyecto propuesto pueda integrarse al proyecto de Casa de la Mujer.

Es importante mencionar que, al revisar otros proyectos se puede decir que el proyecto de Mujer Resiliente comparte muchas similitudes, ya que además de pretender apoyar a las mujeres, se tiene como objetivo dar un servicio integral y no sólo enfocado al área de emprendimiento femenino; de esta manera, se puede dar mayor peso al trabajo realizado en el proyecto. Las diferencias que se encontraron fue que, en su mayoría el apoyo destinado hacia esta población (mujeres madres autónomas) son apoyos económicos y de capacitación para el trabajo, y que en su mayoría son programas gubernamentales que solo consideran estos dos aspectos. Solo se pudo observar que el programa Mujeres Adelante del Estado de Nuevo León es una de los proyectos que comparten similitudes con el proyecto de Casa de la Mujer y el proyecto Mujer Resiliente.

Lo que se propone, posterior a la revisión del marco teórico, legal y las acciones realizadas por las dos empresarias entrevistadas y a partir de lo recabado, es que, mientras que las autoridades políticas siguen avanzando en temas de política pública, la sociedad civil sea un agente externo que favorezca la solución en la atención y erradicación de esta problemática. Esto debido a que las leyes, en muchas ocasiones, se quedan sólo en el papel, es el caso de la política de cuidados en México, que hasta apenas el año pasado hizo una propuesta que probablemente lleve años en ejecutarse.

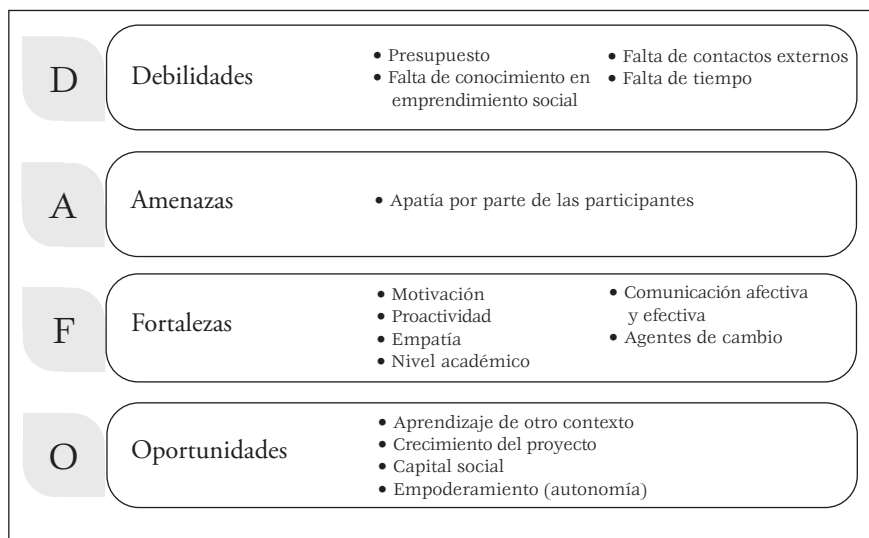
Las limitaciones encontradas fueron plasmadas a partir de un análisis de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO). Las debilidades que se encontraron fueron la falta de presupuesto y conocimiento en emprendimiento social, falta de contactos externos y la falta de tiempo para poder afinar mejor el proyecto, poder ejecutarlo y evaluar el impacto (figura 3).

Es importante mencionar que en el transcurso de esta investigación no se detectaron indicios de cómo estas iniciativas tienen impacto en el sano desarrollo de hijos e hijas de las mujeres madres autónomas, dado que no se encontraron estudios sobre el tema.

Respecto a las convocatorias consultadas, regularmente queda a bien mencionar que se están dando a conocer, mediante el uso del internet, y acudir a instancias educativas podría ser una gran área de oportunidad para reclutar a mujeres que requieren apoyos para no descuidar a sus hijos e hijas. Al momento de realizar el árbol

del problema, se pudo observar que estas necesidades en realidad vienen acompañadas de algunas otras problemáticas que afectan a las mujeres (falta de educación sexual, acompañamiento psicológico y psico-educación en temas relacionados con buenos tratos a la infancia). Por ello, se plantea la utilidad e importancia de que se integren estos temas para brindar un apoyo integral a la población de mujeres en situación de vulnerabilidad. De esta manera, se intensificará el impacto positivo de esta estrategia para aquellas mujeres que se encuentran participando en un programa o proyecto. Cabe resaltar que en la revisión de iniciativas se encontraron pocos proyectos en donde se incluyen los temas antes mencionados.

Figura 3
Análisis DAFO



Por todo lo anterior, es necesaria la creación de una red de ayuda en donde se den a conocer emprendimientos que emplean a estas madres. Además, es de suma importancia que a las mujeres se les dé un empoderamiento económico para que vean por sí solas sin descuidar a sus hijos e hijas. Por lo tanto, consideramos necesario promover iniciativas en pro de las mujeres madres autónomas, para que no sean esa población que durante muchos años ha sido

subestimada y menos valorada; mujeres que en muchas ocasiones viven una dicotomía: la de trabajar o cuidar a los hijos e hijas.

Referencias

- Ahl, H. y Marlow, S. (2012). *Exploring the dynamics of gender, feminism, and entrepreneurship: advancing debate to escape a dead end?* *Organization*, 19(5), 543-562. <https://doi.org/10.1177/1350508412448695>
- Alkhaled, S. (2021). Women's entrepreneurship in Saudi Arabia: Feminist solidarity and political activism in disguise? *Gender, Work and Organization*, 28(3), 950-972. <https://doi.org/10.1111/gwao.12626>
- Belvedresi, R. E. (2018). Historia de las mujeres y agencia femenina: algunas consideraciones epistemológicas. *Epistemología e Historia de la Ciencia*, 3(1), 5-17.
- Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión. (2020). Dictámenes de discusión. *Gaceta Parlamentaria*. <http://gaceta.diputados.gob.mx/PDF/64/2020/nov/20201118-V.pdf>
- Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión. (2022). *Ley Federal del Trabajo*. <https://docs.mexico.justia.com/federales/ley-federal-del-trabajo.pdf>
- Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión. (2023). *Ley de Asistencia Social*. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LASoc.pdf>
- Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión. (2024). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf>
- CEEY. (2022). Sistema Nacional de Cuidados: Una vía para la igualdad de oportunidades y la movilidad social. Nota de política pública CEEY, 1, Centro de Estudios "Espinosa Yglesias". <https://ceey.org.mx/wp-content/uploads/2022/03/Sistema-Nacional-de-Cuidados.pdf>
- Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE). (2017). *Diagnóstico sobre el problema público en materia de cuidados en México*. <https://aga.funcionpublica.gob.mx/aga/Home/Documento?doc=A2%20Diag%C3%B3stico%20cuidados%20M%C3%A9xico%20CIDE.pdf>
- Colmenares E., A. M. y Piñero M., M. L. (2008). La investigación acción. Una herramienta metodológica heurística para la comprensión y

- transformación de realidades y prácticas socio-educativas. *Laurus*, 14(27), 96-114.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval). (2022). *Fichas de monitoreo y evaluación 2021-2022*. México. https://www.coneval.org.mx/InformesPublicaciones/Paginas/Mosaicos/Fichas_Monitoreo_Evaluacion_2021-2022.aspx
- DIF Tepatitlán. (s.f). Página de inicio [Facebook]. https://www.facebook.com/DIFTepatitlan/?locale=es_LA
- Escuela de Organización Industrial. (2024). *The Break*. <https://www.eoi.es/es/the-break>
- Estudio para realizar una propuesta de política pública de cuidados en México. (2017). Comisionado por Conapred al CIDE. <https://aga.funcionpublica.gob.mx/aga/Home/Documento?doc=2.1%20RENAC.pdf>
- Gobierno de Guerrero. (septiembre de 2022). Guerrero.gob.mx. <https://www.guerrero.gob.mx/wp-content/uploads/2022/09/CONVOCATORIA-APOYO-MUJERES-VULNERABLES-Sam.pdf>
- Gobierno de Jalisco. (s.f.). Jalisco, Gobierno del Estado. <https://info.jalisco.gob.mx/gobierno/programas/10406>
- Gobierno de México. (s.f.). Becas “Benito Juárez”. <https://becasbenitojuarezmx.com/opciones-de-apoyos-economicos-para-mujeres-en-la-cdmx/>
- Gobierno de México. (2020). *Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2020-2024*. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/Proigualdad%202020-2024%20Web.pdf
- Gobierno de México. (2023). *Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres*. Instituto Nacional de las Mujeres. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGIMH.pdf>
- Gobierno de Sonora. (5 de mayo de 2023). Gobierno de Sonora. <https://www.sonora.gob.mx/gobierno/acciones/dependencias/inicia-gobierno-de-sonora-registro-para-proyectos-productivos-mujer-emprende-y-yo-puedo>
- Gobierno de Tabasco. (14 de noviembre de 2023). Tabasco.gob.mx. <https://tabasco.gob.mx/noticias/lanzan-en-tabasco-programa-mujeres-fuerza-del-sureste>
- Gobierno del Estado de Jalisco. (s.f.). Bécate. <https://info.jalisco.gob.mx/gobierno/programas-apoyo/modalidad/22544>

- Gobierno del Estado de Jalisco. (s.f.). *Empresarias de alto impacto*. <https://misprogramas.jalisco.gob.mx/programas/panel/programa/761>
- Gobierno del Estado de Jalisco. (s.f.). *Madres solteras*. <https://info.jalisco.gob.mx/tipos-de-usuario/madres-solteras?page=3>
- Honorable Ayuntamiento de León Guanajuato. (agosto de 2022). Entérate qué pasa en León. <https://enterate.leon.gob.mx/impulsa-mujeres-adelante-a-las-jefas-de-familia-leonesas/>
- Huq, A.; Swee, C.; Tan, L. y Venugopal, V. (2020). How do women entrepreneurs strategize growth? An investigation using the social feminist theory lens. *Journal of Small Business Management*, 58(2), 259-287. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1659679>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2023). *Estadísticas a propósito del día de la madre (10 de mayo) datos nacionales*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2023/EAP_10Mayo23.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2023). *Indicadores de ocupación y empleo. Datos nacionales*. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/enoen/enoen2023_10.pdf
- Lassalle, P. y Shaw, E. (2021). Trailing wives and constrained agency among women migrant entrepreneurs: An intersectional perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(6), 1496-1521. <https://doi.org/10.1177/1042258721990331>
- Manos Unidas. (2021). *Empoderamiento económico y social de mujeres responsables de familia de Kibamba*. <https://www.manosunidas.org/proyecto/empoderamiento-economico-social-mujeres-responsables-familia-kibamba>
- Mirchandani, K. (1999). Feminist insight on gendered work: New directions in research on womenand entrepreneurship. *Gender, Work and Organization* 6(4), 224-235. <https://doi.org/10.1111/1468-0432.00085>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2023). *Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2023*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>
- Pettersson, K.; Ahl, H.; Berglund, K. y Tillmar, M. (2017). In the name of women? Feminist readings of policies for women's entrepreneurship in Scandinavia. *Scandinavian Journal*

- of Management*, 33(1), 50-63. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2017.01.002>
- Risco, A. y López D. (2018). *Emprendimiento social*. Fondo Editorial. <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/LIBRO-DIGITAL-EMPREDIMIENTO-SOCIAL-FINAL-CON-isbn-Y-CB-28-NOVIEMBRE.pdf>
- Ruiz, M. M. y Álvarez, M. F. (2023). La narrativa y sus aportes a la construcción del conocimiento social. The narrative and its contribution to the construction of social knowledge. *Revista Latinoamericana de Estudios educativos*, III(2), 385-400. <https://doi.org/10.48102/rlee.2023.53.2.544>
- Secretaría de Gobernación. (2013). Programa Nacional para la Igualdad de Oportunidad y no Discriminación contra las Mujeres. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5312418&fecha=30/08/2013#gsc.tab=0
- Sen, A. (2004). La agencia de las mujeres y el cambio social. Agencia y bienestar. *Desarrollo y Libertad* (pp. 233-259). Planeta
- Senado de la República. (2002). Iniciativa con proyecto de decreto por el que se reforman y adicionan diversos artículos de la Ley Federal del Trabajo, presentado por el diputado federal Francisco Antonio Fraile García a nombre propio y del grupo parlamentario del PAN. <https://infosen.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/60/3/2009-08-12-1/assets/documentos/LFTrabajo.pdf>
- Soy Oportunidad. (s.f.). Proyectos de vida para mujeres cuidadoras en Colombia. <https://fundacionsoyoportunidad.org/#que-hacemos>
- Sparviero, S. (2019). The case for a socially oriented business model Canvas: The social enterprise model Canvas. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(2), 232-251. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1541011>
- Todos Ayudan. (13 de junio de 2011). *Organización que ayuda a las mujeres del mundo*. <https://www.todosayudan.com/organizacion-que-ayuda-a-las-mujeres-del-mundo/>
- Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). (2021). *México, primer lugar en embarazos adolescentes entre países integrantes de la OCDE*. https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2021_729.html
- Vaquera. (2023). La agencia de nosotras las mujeres. *El Sol de Toluca*. <https://medioteca.ieem.org.mx/index.php/plumas-ieem/otra-mirada-cs/item/6276-la-agencia-de-nosotras-las-mujeres>

Zahra, S.; Gedajlovic, E.; Neubaum, D. y Shulman, J. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes, and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>

Anexo 1

Guion de entrevista

- ¿Cómo nace este proyecto?
- ¿Cómo es que se realizan los productos que se realizan?
- ¿Cómo te ha cambiado la vida este proyecto?
- ¿Cuántas personas trabajan contigo?
- ¿Cómo es que las mujeres llegan contigo?
- ¿Cuáles han sido los obstáculos a los que te has enfrentado?
- ¿Buscaste quién patrocinará tu proyecto?
- ¿Cuál es la misión que se tiene del proyecto a mediano y largo plazos?
- ¿Las mujeres que trabajan contigo son de la región?

Capítulo 6

Mujeres empresarias en Sinaloa y sus contribuciones al desarrollo local desde una perspectiva feminista. El caso de las mujeres en la industria de alimentos y bebidas

Erika Cecilia Montoya Zavala

Introducción

Los estudios sobre la participación de las mujeres en actividades económicas señalan que existe un incremento a nivel mundial, como dueñas de empresas y como trabajadoras independientes, sin llegar a tener aún una participación mayoritaria en comparación con los hombres. El perfil de las empresas masculinas ha sido el referente de comparación, evaluación y análisis de las empresas de mujeres, lo cual enmarca su poca o nula visibilidad (Quevedo et al., 2010; Zabudovsky, 2003; Serna, 2001; Montoya, 2017). Se han señalado diferencias en cuanto a las características de las empresas creadas, razones para iniciarlas, manera de liderarlas y organizarlas, así como los aportes económicos; sin embargo, en

estudios más recientes se propone, por una parte, visibilizar estas características institucionalizadas y dadas a las empresas como puramente masculinas, quitándoles la neutralidad genérica con que han sido analizadas y, por otra, dismantelar esa imagen de las actividades empresariales al reconocer que las características de las empresas de mujeres no son un déficit que ellas presentan, sino más bien una tendencia del sector donde se encuentran incorporadas, y parte de los roles de género culturalmente impuestos desde donde buscan generar una actividad económica (Montoya, 2023). Así, resaltan que las características de las empresas de mujeres no representan un déficit en las capacidades de las mujeres a la hora de hacer, a su manera, una empresa.

Para subrayar y reconocer su participación económica, es importante valorar su intervención como un agente modificador de las actividades empresariales, sociales y culturales de sus comunidades. Las mujeres empresarias muestran un camino para lograr su autonomía y cambiar los roles de género, lo cual van reconfigurando con su independencia económica. Aunado a ello, el emprendimiento de las mujeres representa un medio potencial para aminorar las desigualdades de género. Es importante reconocer que las mujeres empresarias contribuyen económicamente en los sectores donde participan, apoyan el crecimiento de la economía global y de la productividad, al tiempo que favorecen la creación de empleos y los niveles de educación; además, son una fuente de lucha contra la pobreza (Guzmán y Rodríguez, 2008; Weeks y Seiler, 2001).

Asimismo, es imperativo situar sus historias empresariales en un orden social que todavía está *generizado*; Es decir, las actividades empresariales de las mujeres emergen sobre condiciones de género desiguales, tanto en la vida pública como privada (desigualdad en las condiciones de trabajo, en los salarios, en las tareas domésticas, en la toma de decisiones de alto nivel). Estas desigualdades condicionan y conforman la manera de su participación en actividades económicas. Así, al tiempo que las mujeres luchan contra estas condiciones de género por la vía del emprendimiento, también las condiciones de género impactan sobre cómo éstas emprenden y diseñan sus negocios. Aunado a este trasfondo, están

las iniciativas de empresas de mujeres que responden a una nueva forma de estructuración del orden económico y social, más que a una incursión empresarial coyuntural. Las relaciones comerciales y económicas regionales generan un campo económico donde las mujeres están contribuyendo, sumándole su manera de hacer negocios, su nueva feminidad y marcando nuevas fronteras genéricas (Arias, 2001).

Precisamente, partimos de este enfoque feminista para analizar y visibilizar la participación empresarial de las mujeres en Sinaloa, por lo que objetivo de esta investigación es valorar su participación en la generación y desarrollo de empresas con una perspectiva feminista; para ello se analizan sus contribuciones al desarrollo y los retos que enfrentan a través de experiencias de mujeres en la industria de alimentos y bebidas. Primeramente, presentamos una perspectiva feminista para valorar la participación empresarial de las mujeres, para después resaltar la importancia de la participación femenina en este sector y su impacto en el desarrollo local. Después, describimos la metodología y nos enfocamos en resaltar los hallazgos en cuanto a su impacto en el desarrollo local: 1. negociaciones o continuidad en los mandatos de género; 2. liderazgo empresarial femenino; 3. generación de empleos; 4. redes de producción e innovación.

Participación empresarial desde una perspectiva feminista

Androcentrismo empresarial

Independientemente del concepto de empresario que se adopte, se ha señalado de manera constante que la visión individual de emprendedurismo tiene una imagen masculina. Este tiene también una imagen y una representación asociada con masculinidades, algunas de las cuales son más contundentes y referentes al perfil personal. El concepto de empresario, por sí mismo, contiene una connotación de género, la cual permanece oculta en la masculinidad, y sustenta la acrítica reproducción de la masculinidad hegemónica; de hecho, estudiar a la mujer empresaria sin exami-

nar una estructura de género de la empresariedad es legitimar la visión de que no hay un trasfondo masculino en los perfiles de lo que debe ser un empresario y posiciona a la masculinidad dentro de los parámetros universales de la acción empresarial. En este sentido, cuando la masculinidad se hace invisible, el modelo empresarial masculino es universal y se despoja de género. Entonces, hacerlo universal es propuesto y descrito independientemente del género de la persona: a aquellas mujeres que desean llegar a ser empresarias se les requiere que cumplan con un conjunto de valores aparentemente neutrales, mientras los hombres son requeridos de que cumplan en un contexto empresarial masculinizado (Bruni et al., 2004).

En los estudios de mujeres empresarias, el discurso oculto de la representación empresarial se ha revelado, en esencia, como fundamentalmente masculino. En consecuencia, las mujeres no han figurado en la imagen de qué es un empresario o qué debe ser un empresario. Muchas tendencias en los estudios de género son de críticas importantes no sólo a la injusticia social, sino al enfoque de individualización de la empresariedad en el que las mujeres son colocadas en déficit, al menos en conocimientos y capacidades para desarrollar una empresa (Ahl y Marlow, 2012).

Por lo tanto, hablar de un significado de empresario generalizado, no neutral, significa que las distinciones entre hombres y mujeres, entre masculino y femenino, se sustentan y son inherentes a las consideraciones de ventaja y desventaja; explotación y control; significado e identidad, conectado a la empresariedad (Lewis, 2006). Así, es imperativo ver la empresariedad más allá de lo individual y contextualizarla en tiempo y espacio, para lo que retomamos algunos aspectos teóricos de la geografía económica, como las condiciones del mercado laboral y el contexto cultural en que las mujeres desarrollan sus actividades empresariales (Montoya, 2017).

Es importante partir de un marco amplio de análisis y una visión macro que contextualice las características culturales que enmarcan la participación laboral y familiar de las mujeres. De esta manera, situar su participación empresarial en las condiciones de marginalización, discriminación y desigualdad social que viven en el mercado laboral, aunado a su condición de mujer en la

presencia dual de trabajo doméstico y empresarial, con referencia al balance trabajo-familia (Montoya, 2017).

Mandatos de género

Es importante conocer las distintas maneras de influencia que ejercen los roles culturales, las normas sociales e institucionales sobre la mujer para llegar a ser empresarias. De igual manera es importante sumar una perspectiva cultural a los estudios empresariales, toda vez que ofrece un marco para un mayor entendimiento de lo que significa el emprendedurismo para la mujer (Ahl, 2006; Kobeissi, 2010; Bruni et al., 2004; De Bruin et al., 2007). Algunos investigadores también han sugerido que es mejor entender el sistema de creencias culturales y de control de lo que se cree —por sentido común—, de qué es *natural* basado en la percepción moral: de lo que está bien y qué es apropiado. Así, las creencias que son incorporadas en la dimensión cultural de feminidad y familia, así como los supuestos masculinos de muchas organizaciones laborales, siguen controlando las fuerzas de la vida laboral de las mujeres. Estas ideologías influyen a la hora en que las mujeres eligen una ocupación o profesión, deciden el balance del trabajo pagado y no remunerado; sus identidades y los sentidos de satisfacción de ser parejas, esposas, madres, hijas y profesionistas o trabajadoras de carrera, todo con base en dichas ideologías (Evetts, 2000). De esta manera, encontramos que en

la condición femenina se han identificado dos grandes dimensiones que inciden sobre la situación de inequidad de las mujeres, una se ubica en el ámbito socio estructural; acceso y control de recursos tanto económicos como educativos, vivencia de actividades familiares y relaciones de poder entre género y generaciones; y la otra en la esfera socio-simbólica: percepción de las actividades familiares, concepciones compartidas sobre el poder y el significado atribuido a los recursos. Ambas dimensiones son cruzadas a su vez por otro conjunto de situaciones que complejizan la inequidad, como son la clase, el género, el ciclo de vida y la posición en el sistema de parentesco. En este sentido, cada mujer vive su condición de género de una manera particular. (Varela, 2003, p. 187)

Más aún, la exclusión social está inmersa en las instituciones formales e informales donde se desenvuelven las mujeres de manera familiar, económica, política y socialmente. Las instituciones formales establecen un cúmulo de reglas y factores económicos que deberían facilitar las transacciones y representar una estructura de incentivos que modelan la maximización de utilidades de una empresa. Las instituciones informales, por otra parte, representan factores socioculturales que deberían modelar las facilidades, deseos y legitimar consideraciones en la evaluación de la empresariedad como potencial carrera a escoger. Sin embargo, las instituciones generizadas/*gendered* en la sociedad tienden, sistemáticamente, a tratar a hombres y mujeres de forma desigual, lo que se traduce en diferencias en las expectativas y oportunidades para ambos. Esto trae como resultado disparidades de los roles de género, de creencias, de estatus sociales, de actividades económicas, políticas, sociales, etcétera; por ejemplo, ante una institución formal como las leyes, que permiten a las mujeres ser empresarias, existe una norma social que continúa desalentando a las mujeres a dedicarse a actividades económicas empresariales en detrimento de sus hijos. Las instituciones generizadas/*gendered* representan una estructura social que limita el comportamiento de las mujeres más que el de los hombres y provee una ventaja para los hombres como grupo (Pathak et al., 2013).

En algunas sociedades, el cuidado de los hijos y las responsabilidades del hogar son actividades exclusivas de las mujeres; en otras, el derecho de educación debe ser reservado para los hombres o la participación de las mujeres en la economía debe ser limitada a lo básico o necesario; actividades como vendedoras de productos domésticos y principalmente reservada para los *tiempos malos* de la economía familiar. Esto trae como consecuencia que “los roles asignados social y culturalmente a las mujeres hagan que éstas deban dedicar mucho más tiempo que los varones a una combinación de trabajo para sostenerse y para alcanzar la reproducción doméstica: cuidado del hogar, preparación de alimentos, crianza de los hijos, etcétera” (Suárez y Bonfil, 2003, p. 10).

Practicar estas actividades, una y otra vez, encierra a las mujeres a enfocarse en *qué es más que en lo que puede ser*, limitan-

do su percepción de retar el *statu quo* establecido socialmente y buscar un reconocimiento o recompensa cualquiera que sea. Esta situación es peligrosa para el comportamiento empresarial de las mujeres, ya que las prácticas sociales pueden gradualmente favorecer el interés de un grupo sobre otro, eventualmente influenciar las reglas formales y las instituciones de un país (Pathak et al., 2013). Reconociendo estas instituciones y prácticas generizadas, Serna (2001, pp. 100-101) considera que “por su condición de mujer inserta en estructuras dominadas por hombres, las soluciones que ellas adoptan tienen características específicas que se suman a la problemática general de la empresa en México”. Asimismo, sostiene que las empresas de mujeres y de hombres evolucionan de manera diferente, y que en esta diferenciación los factores de género ocupan un lugar primordial. Las sociedades que son más tolerantes con la participación de las mujeres en actividades económicas, más allá de los confines de las actividades domésticas, son más propensas a tener un incremento en la participación de éstas en actividades empresariales. En contraste, las sociedades orientadas a favorecer más la participación de los hombres en la educación, limitan el progreso de la mujer en dicha educación y suprimen esta participación empresarial (Pathak et al., 2013). Asimismo, hemos encontrado que la existencia de este tipo de sociedades generizadas no son cuestionadas. Sólo para mostrar evidencias cuantitativas, en la encuesta de valores mundiales, en una de las preguntas del cuestionario donde se indagaba si, en un contexto de escasez de empleo, el hombre o la mujer tenían más derecho al trabajo, alrededor de una cuarta parte de los entrevistados en Argentina, México y Trinidad y Tobago respondieron que era el hombre (BIRF/BM, 2010).

Estudios empíricos en distintas regiones han dado cuenta de los efectos de este tipo de prácticas: la especialización de las tareas al interior del proceso productivo, de acuerdo con patrones prevalecientes en la división social del trabajo, conduce a la existencia de actividades femeninas y masculinas, relacionadas con la destreza manual, vinculadas con la fuerza física, el mando o la utilización de maquinarias. En nuestra sociedad se explica que las mujeres no realizan ciertas tareas por su condición física, que se

considera es menos fuerte y resistente que la de los hombres y por ello se les excluye del conocimiento y acceso a la tecnología; y su trabajo, relacionado con las habilidades que desarrollan, tiene una representación de menor valor. Además, el papel asignado a los varones como proveedores limita el acceso de las mujeres a los recursos (Lázaro, 2003).

Esta perspectiva de género nos da elementos para partir de dos premisas teóricas que enmarcan nuestro estudio: 1) la premisa de que todas las mujeres comparten una experiencia común de opresión y subordinación basada en la división sexual del trabajo que las excluye del valor y poder social, y 2) la organización de los roles de género que se le asignan las limita en su autonomía y su libertad de acción. Todo esto enmarcado en la perspectiva que ubica la subordinación de género como un producto cultural (Lázaro, 2003).

Industria de alimentos y bebidas en Sinaloa

Enfocamos nuestro análisis en el sector económico de la industria de alimentos y bebidas, por ser uno de los más importantes y de mayor crecimiento en la economía sinaloense y en México. Esta industria engloba una amplia gama de actividades, como producción, procesamiento, distribución y comercialización de productos alimenticios y bebidas, tanto a nivel nacional como internacional. La industria de los alimentos incluye sectores y ramas económicas, como la agricultura, crianza de ganado, pescados y mariscos; agroquímica, maquinaria y suministros agrícolas; procesamiento de alimentos, preparación de productos frescos para el mercado y fabricación de productos alimenticios preparados; comercialización, promoción de productos genéricos y nuevos; publicidad, campañas de marketing, relaciones públicas, distribución mayorista y alimentaria; logística, transporte, almacenamiento, supermercados, mercados de agricultores, mercados públicos y otras actividades de venta al por menor.

La industria de alimentos y bebidas tiene gran impacto en la economía mexicana, puesto que representa alrededor de 6 % del producto interno bruto (PIB) y genera alrededor de 8 % del empleo, lo que la convierte en una industria clave para el desarrollo

y crecimiento económico del país. En Sinaloa, el total de unidades económicas de la industria alimentaria y de bebidas representan 47 % del total de unidades económicas de la industria manufacturera en general y generan 51 % de los empleos de la industria manufacturera (tabla 1) (Censo Económico, 2019).

Tabla 1
Industria alimentaria y de bebidas en Sinaloa, 2019

Sector, subsector y rama	Total de unidades económicas a nivel nacional	Total de unidades económicas en Sinaloa	Personal ocupado de la industria en Sinaloa
31-33 Industria manufacturera	579,828	11,111 (2% del total nacional)	79,115
311 Industria alimentaria	204,623	4,161 (37% de la industria manufacturera)	33,222 (genera 42% de los empleos del sector industrial)
3121 Industria de las bebidas	25,191	1,147 (10% de la industria manufacturera)	7,341 (genera 9% de los empleos del sector industrial)

Fuente: Elaboración propia con base en el Censo Económico (2019).

Por otra parte, encontramos algunos de los datos que dan cuenta de la participación de las mujeres sinaloenses en el mercado laboral y como empleadoras, los cuales ilustran las desigualdades de su participación. Las sinaloenses representan 40 % de la población total ocupada, se emplean principalmente en el sector servicio (81 %), solo 2 % gana más de cinco salarios mínimos; de igual manera, sólo 2 % ocupa puestos directivos en los sectores públicos, privados y sociales, y 57 % de las mujeres en el mercado laboral tienen estudios nivel medio superior y superior. De los trabajadores independientes, 36 % son mujeres autoempleadas y empresarias, 20 % de los empleadores son mujeres (INEGI, 2022).

En este rubro del mercado laboral analizamos la participación de las mujeres en la producción de alimentos y bebidas en Sinaloa.

Aspectos metodológicos

La perspectiva teórica utilizada es cualitativa, con un enfoque de análisis deductivo y se utiliza la entrevista semiestructurada como instrumento de recolección de datos. Para el diseño metodológico partimos de tres premisas metodológicas principales: 1. La invisibilización de los aportes económicos de las mujeres empresarias está sustentada en las mediciones cualitativas que se realizan sin poner en el centro de análisis las narrativas de las mujeres. 2. La construcción androcéntrica de empresario deja fuera las condiciones de las mujeres en la división sexual del mercado laboral, y no permiten valorar las contribuciones que realizan las empresarias desde su posición social, los mandatos de género y la segregación laboral. 3. Utilizar una metodología para visibilizar y valorar los aportes económicos y sociales de las empresarias, implica poner en el centro las narrativas de las mujeres, conocer y partir de un análisis que tome en cuenta su posición en los mercados laborales, sus desventajas sociales y familiares impuestas por los roles de género y mandatos sociales.

Por ello, se presentan aquí parte de los resultados de una investigación cualitativa más amplia sobre mujeres empresarias en Culiacán, Sinaloa,¹ y se retoma el estudio cualitativo realizado a 37 mujeres empresarias de distintos rubros en Sinaloa, entre ellas, cinco mujeres restauranteras, una productora de bebidas, una productora de mermelada de tomates, una productora de paletas de hielo, una productora de tortillas de harina y dos productoras agrícolas (tabla 2). Se realizaron entrevistas semiestructuradas con la finalidad de analizar el tipo de empresas que generan, las innovaciones que han implementado, su aporte en la generación de empleos y el sustento que proporcionan a la red local de producción. Estas entrevistas fueron realizadas en una primera parte en 2015 y una segunda parte en 2019, grabadas como notas de voz con una duración entre una hora veinte minutos (la más corta) y tres horas (la de más duración).

¹ Más hallazgos de esta investigación se pueden encontrar en las publicaciones de Montoya (2017), Montoya (2018) y Montoya (2021).

Las participantes fueron elegidas bajo un muestreo de conveniencia o de oportunidad. Se entrevistó a quienes fueron localizadas y estuvieron dispuestas a participar; por lo tanto, no es una muestra representativa; sin embargo, este tipo de metodología nos permite realizar estudios exploratorios, ilustrar la participación de las sinaloenses en la instalación de negocios y analizar las percepciones de las entrevistadas sobre el fenómeno que nos ocupa.

Tabla 2
Mujeres empresarias entrevistadas en la industria
de alimentos y bebidas en Sinaloa

Empresaria		Tipo de empresa	Impacto en el desarrollo local
1	Juanita	Elaboración y venta de paletas de hielo	- Generación de empleos (50-100)
2	Susana	Restaurante de comida regional	- Generación de empleos (50-100) - Liderazgo empresarial femenino
3	Ania	Venta de alimentos, panadería y pizzas	- Generación de empleos (50-100) - Desprendimiento empresarial por demanda de insumos
4	Maribel	Restaurante de tapas y pizza	- Generación de empleos (50-100)
5	Lupita	Productora de tortillas de harina	- Generación de empleos (50-100) - Liderazgo empresarial femenino
6	Mary	Elaboración de mermelada de tomate y tomate deshidratado	- Autoempleada
7	Edna	Elaboración y venta de bebidas embotelladas	- Generación de empleos (más de 100) - Desprendimiento empresarial por demanda de insumos - Liderazgo empresarial femenino
8	Mariel	Restaurante de comida regional	- Generación de empleos (50/100) - Liderazgo empresarial femenino
9	Sandra	Restaurante de comida saludable	- Generación de empleos (50/100)
10	Irma	Agricultura de cítricos	- Generación de empleos (50-100) - Liderazgo empresarial femenino en la agricultura
11	Altagracia	Agricultora granera y distribuidora de fertilizantes	- Generación de empleos (5-10) - Liderazgo empresarial femenino en la agricultura

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas realizadas.

El método de análisis e interpretación es con base en un razonamiento deductivo, para lo que delimitamos el análisis a cuatro categorías de análisis: logros empresariales, generación de empleos, redes de producción e innovación y las relacionamos con los testimonios de las mujeres entrevistadas; es decir, nos apoyamos en las narrativas de mujeres para visibilizar sus aportes al desarrollo local. Una vez grabadas las entrevistas fueron transcritas en su totalidad y después se procedió a la codificación de la información de acuerdo con las categorías de análisis. Se acomodó la información por categorías y se procedió a su análisis sistemático y a esquematizar los hallazgos, los cuales presentamos en el siguiente apartado (Taylor y Bogdan, 1987). La guía de entrevistas incluye el perfil sociodemográfico, trayectoria educativa, trayectoria laboral, experiencia empresarial familiar y personal, logros y retos en su actividad empresarial, apoyos gubernamentales y participación en redes empresariales.

Las entrevistadas dirigen empresas como restaurantes, preparación de alimentos, bebidas, paletas de hielo, agricultoras. Son líderes de empresas pequeñas, medianas y grandes, y algunas autoempleadas. Una de las empresarias genera hasta 350 empleos directos (Edna, productora de bebidas) y entrevistamos a otras que sus actividades le permiten ser autoempleadas (Mary, productora de mermelada de tomate). Logramos entrevistar a cinco dueñas de restaurantes, una productora de tortillas de harina y una productora de paletas de hielo, que podemos considerarlos como negocios medianos por el número de empleos que generan, entre 50 y 100.

Hallazgos de investigación

Negociación o permanencia de los mandatos de género

Uno de los retos percibidos en las entrevistas realizadas es el proceso de negociación para que se den cambios en los roles de género (Montoya, 2018), pero, sobre todo, es una lucha constante con sus propias expectativas y creencias, así nos muestran los testimonios de Sandra e Irma.

Ahora digo, cuando inicié era una niña. Te crees bien grande, pero yo tenía 24 años. Ahora que soy empresaria, y que soy mamá, es una faceta completamente diferente. La educación ha cambiado, y ahora te dicen “estudia, trabaja o dedícate a lo que estudiaste”. Y ahora que soy mamá es complicado porque quieres ser el pilar de la familia. Quieres ser tú la que le aporte los valores, la educación a tus hijos y al mismo tiempo quieres la otra parte, ser aquella mujer que puede hacer algo más que estar en casa. No por alcanzar el éxito profesional voy a abandonar el ser mamá, sino encontrar el balance de ser las dos cosas. (Sandra, 29 años, restaurantera)

Déjame decirte que la niña desde que inició el kínder hasta que inició la escuela la traía conmigo para todas partes, y pues no renegaba, la subía a la sillita y “ahí te vamos”. Cuando empecé a crecer, pues hay que llevarla al kínder, ya sabes que inician clases extraescolares, pues en la mañana yo la llevaba, tenía una prima que me apoyaba a recogerla, y yo venía hasta en la tarde, me iba a la San Miguel (universidad) a las 7:00 y regresaba hasta en la noche. Esos cuatro años te puedo decir que fueron muy pesados, en los que yo estaba estudiando y estaba trabajando también acá en el rancho, pesados, la verdad sí tienes que dejar muchas cosas: reuniones familiares, que por lo general son los sábados y eran para mí los días más pesados, porque pues hay que pagar rayas, sábado tras sábado hay que pagar rayas. Y pues sí, yo llegaba a la casa, cansada de toda la semana, lo que menos quería era ir a una fiesta o cosas así. Me decían, “es que se te van a pasar los años, y ¿qué pasó con la pareja?, ¿qué pasó con el novio”. Es que yo estoy entretenida en otras cosas. “A mi esa parte ahorita no me interesa”, les decía, y si se me han ido pasando los años. Y no te voy a decir que no he tenido una pareja, porque sí he tenido, pero no ha congeniado totalmente a mi forma de vida, yo no sé si me hice tan independiente, no te voy a decir que no necesito una pareja, ahora como que ya me habitué a este ritmo de vida, no estoy tampoco peleada con esa parte. (Irma, 42 años, productora de cítricos)

Liderazgo femenino

Es importante revalorar y reinterpretar los liderazgos femeninos. En el caso de las empresarias en la industria de alimentos y bebidas en Sinaloa, han logrado crear y desarrollar un liderazgo importante en la comunidad, no sólo al dirigir sus empresas, sino también al liderar organismos gremiales que están enmarcados en sus formas de hacer negocios y en la manera que negociar sus mandatos de género.

Altagracia, productora agrícola de granos, ha sido una líder nata, fue elegida tesorera de un módulo de riego, de ahí se pasó al sistema de riego localizado (SDRL) con el manejo del agua de todo el canal principal del canal Humaya, donde entró como consejera por parte de su módulo y llegó a ser presidenta del consejo de vigilancia. Altagracia es la primera mujer a nivel nacional que participa en la administración de módulos de riego. Además de llevar a cabo este liderazgo, llegó a ser tesorera de la pequeña propiedad en 2013 y, por su formación de contadora, le han confiado los recursos de las instituciones u organismos agrícolas donde ha participado. De ahí logra participar en el cabildo, ya con una silla para el sector agrícola, defendiendo situaciones que tienen que ver con los prediales en el municipio de Culiacán. También ha tenido participación destacada en la Asociación de Agricultores como consejera externa y como tercer comisario. Altagracia siempre será la primera mujer en intentar competir por la presidencia de la Asociación de Agricultores. Asimismo, la han invitado a participar como líder de opinión en programas de radio a nivel estatal.

Otro ejemplo de liderazgo empresarial es Edna, productora de bebidas, quien fue presidenta de Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresa (AMMJE). En ese ámbito, tuvo la oportunidad de crear cosas nuevas para la asociación, impulsar nuevos liderazgos y abrir caminos de acción para el grupo empresarial de mujeres. Ahora, su liderazgo está dando frutos en la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), es una línea diferente a la AMMJE; la Coparmex es un centro patronal que tiene muy bien dirigido su enfoque. A Edna le ha tocado participar a nivel nacional en esta organización y se ha dado cuenta que hoy existe una amplia brecha en la representación de las mujeres, ya que las mujeres presidentas de las cámaras estatales es de 30 %.

El liderazgo de Susana lo podemos ver en varios aspectos, ella realiza una serie de tareas altruistas, lo mismo organiza un campamento con los empleados de su restaurante, como un festejo de Día del Niño y la Niña con todo ese sector de la población, o una cena con propósitos de ayudar; eventos que le han dado la idea de crear su propia institución para fines no lucrativos. Ser líder lo ha desarrollado al tiempo que se capacita de manera personal y como empresaria, ella misma se reconoce así:

Sí soy una líder, cuando veo lo que he hecho, lo que hago, ir al frente de un proyecto, tomar decisiones sabiendo que puede costar algo fundamental y hay que decidir, entonces sí me veo como líder. Me tocó la suerte que entré en un momento donde se dice que la mujer tiene la fuerza, el poder para hacer muchas cosas, se han volteado los reflectores a ver eso. Yo no sentí jamás en la vida el que no puedo. Pero sí tienes mucho de eso, yo he ido a lugares donde te encuentras con el carpetazo, el 90 % son caballeros, la palabra de ellos es lo que cuenta y sus opiniones son las que son escuchadas, lo he vivido inclusive el gran porcentaje de integrantes que están en la cámara restaurantera son hombres; también pertenezco en la cámara restaurantera. Y es muy distinto a AMMJE. En la capacidad de organización, la aspiración, muy diferentes, simplemente la reunión de AMMJE, sin menospreciar en la cámara restaurantera hay mucho trabajo y está creciendo mucho, pero en AMMJE tenemos un expositor o dos al mes, se hace un orden del día, se les envía, todo organizado y acá no (en [la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados] CANIRAC). Si aprendes porque son problemas reales, porque todos son restauranteros, pero son muy desorganizados, ¿por qué será?, no lo sé, igual la practicidad de los hombres; va a haber una reunión, saben que nos vamos a reunir en equis restaurante, trajimos a tal persona y ya. La nueva presidenta de CANIRAC es mujer, la mujer más joven que ha habido en este gremio, de hecho, vino el presidente nacional y comentó que nunca le había tocado una mujer tan joven y es una gran líder. (Susana, 46 años, restaurantera)

Las mujeres empresarias también muestran y comparten valor por lo que pueden hacer, al mismo tiempo que empiezan a crear sus propios marcos de valores, creencias y reestructuran sus modos de pensar, como lo sugieren Barrera (2001), Arias (2001), Ekinsmyth (2011), Leung (2011) y Lewis et al. (2015): las mujeres empresarias son agentes de cambio social. Así, con las distintas maneras de ejercer el liderazgo, las mujeres empresarias coadyuvan a la reconstrucción de nuevas identidades femeninas desde la esfera pública, de manera visible y sin estar exentas de pugnas, luchas y contradicciones. Las empresarias están logrando mover las fronteras genéricas donde redefinen su identidad, sus roles en la familia, la sociedad y en la economía.

Somos mujeres y queremos cambiar el mundo y creo que cuando uno emprende tiene que ser coherente, yo siempre he pensado: bueno, si algo me motivó fue mejorar mi salud, mejorar la salud de mi familia, mejorar la salud de mi entorno, mi comunidad, tienes que ser congruente con ello. Ahora eres mamá y si uno se quiere poner la capa de superhéroe, tienes que hacerlo desde el principio. Trabajar desde la raíz va a ayudar finalmente a nuestra comunidad. (Sandra, 29 años, restaurantera)

Generación de empleos y redes de producción local

Las mujeres entrevistadas están haciendo crecer su empresa y generando empleos importantes en la región. Entre las entrevistadas tenemos una de autoempleada, Mary Salazar, productora de mermelada de tomate. La mayoría de las empresas analizadas son medianas, generan más de 50 empleos y menos de 100 (Susana, restaurantera de comida regional; Maribel, restaurantera; Lupita, productora de tortillas de harina; Juanita, productora de paletas de hielo; Irma, agricultora de cítricos; Altagracia, agricultora de granos; Ania, productora de alimentos y Sandra, restaurante de comida orgánica); y una empresa catalogada como grande porque genera más de 100 empleos (Edna, productora de bebidas).

La mayoría de las empresarias contratan mayoritariamente a mujeres, argumentan que se sienten mejor trabajando con mujeres, que son más responsables, que quieren ayudarlas, que son

más aptas para el trabajo requerido. Algunos de los testimonios argumentan lo siguiente:

Hoy en día somos 25 [trabajadoras y] trabajadores y nosotros cinco. Hay viudas, mujeres con sus esposos en la cárcel, gente de La Limita que no sabe leer, gente que vive bajo maltrato. Ha sido una apuesta abrir las puertas a un personal que trae muchos problemas, se sienten en un lugar integrado, hacemos campamentos, a pura risa, hacemos trabajo de integración, [muchas y] muchos de ellos con mucho miedo, pero van. Nos ha servido mucho y seguimos trabajando. Unos vienen de Lomas de Rodríguez y de La Limita, esas dos colonias tienen alto índice de inseguridad, bajos índices de escolaridad y para ellas las aspiraciones no eran más que casarse y ya. Al entrar al restaurante, trato de darles un enfoque de poder, de decir ustedes son inigualables, la gran sonrisa que tienen, traten y reciban a cada uno de los clientes bien, denles la bienvenida y los vamos capacitando poco a poco, todavía no tenemos a alguien que nos capacite, es eso que nos ha llevado a ser lo que ahora somos. (Susana, 46 años, restaurantera)

El 70 % de las personas que contrato son mujeres. Las mujeres somos más dedicadas para todo, tienen que ser mujeres para cortar, el hombre es más brusco, jala más la planta; la mujer tiene más delicadeza con la planta. El hombre es más operativo, ayuda a cargar, a manejar tractores, es para fumigar, es para podar, es para otro tipo de labores; y la mujer en el corte. No te digo que no hay hombres que corten, pero el 70 % de las cortadoras son mujeres, precisamente porque tienen más cuidado, y ¿sabes qué?, ¿qué veo yo?, la mujer trabaja más, por lo menos lo que me ha tocado platicar con las jornaleras; si las quieres entrevistar también, son mujeres que sus esposos tienen a tres-cuatro, y ellas están en esas situaciones, y tienen dos-tres hijos y son las que tienen que, al final de cuentas, mantener su casa, mantener el hogar; entonces, son jefas de familia y son muy trabajadoras, es gente que el lunes no me va a llegar borracha o cruda, o no van a ir; porque es otra de las cuestiones que tenemos en el campo, tenemos mucho problema porque el hombre nos falta el lunes,

y el martes y miércoles se recupera de las borracheras. Y la mujer ahí está al pie del cañón, si tiene que estar a las seis de la mañana ahí está, no demeritando la cuestión del hombre, pero yo siento que, si tú eres jefa de familia tienes más cuidado, porque sabes que le tienes que llevar el pan y tienen que hacer muchas labores. Me he llevado una sorpresa, las mujeres son más responsables y trabajadoras, en este sector somos más cumplidas. (Irma, 42 años, productora de cítricos)

En el caso de Edna, productora de bebidas, está generando cerca de 350 empleos directos, de los cuales 176 son en la plaza de Culiacán y el resto en los centros de distribución que tienen en el país; de estos empleos casi la mitad son mujeres. Cuentan con una oficina matriz en la ciudad de Culiacán, siete centros de distribución y dos plantas de producción. Su empresa tiene presencia en seis estados y distribución en los principales comercios del país y del estado: Wal-Mart, Ley, OXXO, Soriana, Superfarmacias, Comercial Mexicana, 7 Eleven, City Club, Bix, H.E.B.

La empresa liderada por Edna ha apoyado a la economía local adquiriendo los insumos que necesitan a proveedores locales, sólo cuando ven que ya no les pueden surtir por el tamaño o por el volumen buscan proveedores foráneos o cuando no hay los materiales en la región; por ejemplo, el té de jazmín lo impartan de China directamente. Pero su filosofía empresarial es consumir lo local. El limón es uno de los insumos que compran a los productores locales; las especificaciones para recibir el limón es que tienen que estar dentro de las normas que manejan, porque si un limón está amarillo les puede echar a perder el sabor de un lote. Tienen que cuidar mucho ese aspecto y los proveedores tienen que estar preparados y saber cómo requieren el producto. El azúcar, es otro insumo y requiere que los costales, por ejemplo, no vengam manchados. Asimismo, ha contribuido a generar un desprendimiento empresarial, con la demanda de envases de plástico, se ha desarrollado una empresa enfocada a surtirles este insumo.

En el caso de la empresa de Irma, esta tiene de manera permanente 20 personas empleadas, pero cuando corta, requiere de 60-70 personas para el llenado de un camión de limones. Irma

inició su aventura sembrando siete hectáreas de limones y ahora tiene 37 hectáreas de cítricos: 22 de naranjas y 15 de limones. Los limones y naranjas los tiene en rancho Ayuné, por la carretera a Sanalona, donde tuvo que gestionar la construcción de una conducción de casi tres kilómetros de tubería para llegar hasta la agrícola, y también ampliar los sistemas de riego; así, Irma fue construyendo la infraestructura necesaria para producir cítricos.

Estos ejemplos nos muestran que es importante reconocer que las mujeres empresarias contribuyen económicamente en los sectores donde participan, apoyan el crecimiento de la economía y de la productividad, favorecen la creación de empleos y los niveles de educación, además son fuente de lucha contra la pobreza.

Innovación en la construcción de sus negocios

Las mujeres empresarias en Sinaloa han innovado en el tipo de servicios que ofrecen, en la manera de hacer negocios y en los productos que diseñan de acuerdo con sus condiciones de mujeres trabajadoras, madres autónomas, profesionistas y líderes.

Edna sigue su camino como empresaria y líder, actualmente su empresa ha innovado en la diversificación de los productos para abarcar distintos mercados: Jazyfrut, Jamaite, Hawaiian Tea, Jaztea en galón, té de jazmín, té verde y de limón. Dichos productos son preparados en las dos plantas que tiene su empresa en territorio mexicano. La matriz se ubica en Culiacán, Sinaloa, atendiendo al mercado de su entidad, así como a Sonora, Tijuana y Mexicali. Mientras que su otra planta se localiza en Guadalajara, donde se atiende a consumidores en Puebla y Nuevo León. En la planta de Culiacán, la compañía produce diariamente alrededor de 120 mil litros de té, cantidad que sirve para elaborar las distintas presentaciones que tiene la marca, tal es el caso de la bebida para niños de 250 mililitros (ml), la versión sport de 500 ml y sus exhibiciones en litro, medio galón y galón.

En el caso de Maribel, restaurantera, innovó en sus comidas desde el inicio de su negocio, lo que le ha garantizado el éxito; por ejemplo, la pizza que se consume en su restaurante es una masa recién hecha, tiene 24 horas de reposo, es un pan recién hecho. Los ingredientes son especiales, desde los quesos que se se-

leccionan. Todos los alimentos tienen procesos previos, la salsa de tomate está hecha en casa, es de tomate fresco. Ese fue el enfoque principal, dar una experiencia de sabor; y también innova en bebidas. Su empresa diseñó una cerveza saborizada, y la gente pasaba por su restaurante para llevar la cerveza de arándano. Innovó en cristalería, la copa era diferente, un estilo más europeo, sin cuello. Su menú era muy corto, empezaron con muy poquitas cosas: ocho pizzas diferentes y cuatro ensaladas.

Asimismo, Lupita, productora de tortillas de harina, ha evolucionado su labor y empresa hasta llegar a exportarla. Decidió darle un cambio a la imagen de su producto, diseñando otro logotipo, sin quitar la esencia de su producto, todo a conciencia y hablando con su familia. Así, cambió el empaque modernizándolo para mejorar. En 2007 diseñó un empaque para exportar, con todas las especificaciones requeridas para ello, utilizó la imagen un venadito joven y empaque sellado. Todos estos aspectos le han permitido pasar a un nivel empresarial más competitivo y exportable.

Uno de los principales desafíos para la industria de alimentos y bebidas en México es ajustarse a las nuevas tendencias y gustos de los consumidores, como la creciente demanda por alimentos saludables, productos orgánicos y alimentos libres de organismos genéticamente modificados (OGM), entre otros. Antes este escenario, Sandra implementó uno de los primeros restaurantes en ofrecer productos orgánicos en la ciudad, por una necesidad familiar.

Mi hermano, te cuento que es mi inspiración, porque toda esta pasión por la salud inició porque cuando él estaba chiquito le detectaron diabetes tipo 1, así fue como surgió toda esta necesidad, pasión por la salud. Esa fue mi motivación número uno. Cuando él tenía tres años, yo era más chica y era muy difícil tener acceso a la información. No nos damos cuenta, pero de esos años para acá, ha revolucionado todo esto, lo relacionado a la salud y la tecnología. (Sandra, 29 años, restaurantera)

La tecnología es una parte limitada de los procesos productivos, dependiendo del tipo de producto. Tal es el caso de la empresa de Mary, productora de mermelada de tomate, donde tiene el objetivo de preservar la calidad del producto y no masificar la producción,

ya que se quiere conservar el sabor artesanal del producto; sin embargo, su innovación consiste en presentar un producto totalmente artesanal, como la mermelada de tomate.

La mermelada que hacemos es [...] a hervidos, para que haga el sellado al vacío. Tiene una fecha de caducidad de año y medio, sin ponerle conservador, al momento de elaborarlo tenemos que sellarlos y hervirlos, hay un procedimiento de tiempos para eso. Esa información la fui aprendiendo de mi mamá. También me ayudó un maestro de química, le dije que si lo estaba haciendo bien, que si era viable, y ahí tuve muchas respuestas, el proceso es el adecuado, si no le quieres meter conservadores. A mí no me interesa meterle conservadores, con un año y medio de vida es suficiente. Así, los procesos están bien estipulados. Tampoco me interesa tenerlo a escala de fábrica, me interesa hacerlo lo más natural y artesanal posible. (Mary, 55 años, productora de mermelada de tomate)

Irma, una de las agricultoras entrevistadas, ha innovado en el tipo de productos agrícolas que se cultiva en el estado, ha sobresalido por la producción de cítricos, naranjas y limones, que son productos tradicionalmente no cosechados en Sinaloa. Lo que le ha permitido crecer y ser de las más reconocidas en la agricultura.

Las mujeres empresarias generan productos y procesos productivos inéditos, con un *toque femenino*, como la creación de la mermelada de tomate, muñecas sinaloenses, moda para artistas, productos y servicios culturales. Están presentes en sectores económicos mayoritariamente masculinos, como la instalación de cristales de automóviles y la impresión de un periódico local. Las mujeres empresarias no sólo están generando empleos, principalmente para mujeres, sino también mejoran los ambientes laborales, los conciben diferentes y con conciencia social.

Conclusiones

En el estudio de la participación de las mujeres empresarias se debe partir del reconocimiento de fuerzas estructurales *generizadas* que influyen en la actividad económica y empresarial; es decir, partir de un análisis sobre los problemas de estructura (instituciones, cultu-

ra y mercados laborales generizados) para comprender y aclarar los hallazgos empíricos y mostrar la heterogeneidad de las experiencias empresariales con una visión de los regímenes de género. Las instituciones generizadas, donde las mujeres desarrollan sus trayectorias laborales, sociales y familiares, modelan las características de sus actividades empresariales y sus actividades por cuenta propia. Al mismo tiempo, vemos que tanto las actividades empresariales como las actividades por cuenta propia son un agente que promueve cambios en los mandatos de género, donde se gestan nuevas alternativas a la identidad femenina y, así, se genera una plataforma para mayor equidad.

Los hallazgos muestran que las mujeres han ido incursionando a liderar los círculos empresariales masculinos, encontramos una participación importante de mujeres empresarias líderes, no sólo en organismos de mujeres, sino también en organizaciones de gremios dominados por hombres. Estas participaciones no están exentas de conflictos, pero han podido permanecer y marcado su estilo en la forma de organizarse y liderar. Las empresarias están construyendo sus redes empresariales, de información y sociales con su propio estilo. Están constantemente participando en la comunidad, no sólo generando empleos, sino también mejorando los ambientes laborales; los conciben diferentes y con conciencia social; se vinculan con acciones de voluntariado, asociaciones civiles de apoyo a la comunidad en cuestiones ecológicas, de vialidad, de violencia, etcétera.

Las mujeres empresarias también muestran y comparten un valor por lo que hay que hacer, al tiempo que crean sus propios marcos de valores, creencias y reestructuran modos de pensar. Las mujeres empresarias sinaloenses están siendo agentes de cambio social. Asimismo, consideramos que la industria de alimentos y bebidas en Sinaloa es un sector con gran potencial de crecimiento debido a su ubicación geográfica estratégica, diversidad de productos y oferta gastronómica, y por el creciente consumo de productos procesados. La participación de las mujeres en este sector es indispensable para que se siga innovando y creciendo desde una perspectiva más igualitaria.

Referencias

- Ahl, H. (2006). Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Direccions. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 30(5), 594-621. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x>
- Ahl, H. y Marlow, S. (2012). Exploring the Dynamics of Gender, Feminism and Entrepreneurship: Advancing Debate to Escape a Dead End? *Organization*, 19 (5), 543-562. <https://doi.org/10.1177/1350508412448695>
- Arias, P. (2001). Mujeres en los negocios y mujeres de negocios. En D. Barrera Bassols (Comp.), *Empresarias y ejecutivas con poder* (pp. 139-178). Colmex. <https://doi.org/10.2307/j.ctvhn0d3f.6>
- Banco Interamericano de Reconstrucción y Fomento /Banco Mundial (BIRF/BM). (2010). *Mujeres empresarias: barreras y oportunidades en el sector privado formal en América Latina*. BID/BM.
- Barrera Bassols, D. (2001), *Empresarias y ejecutivas con poder*. El Colegio de México.
- Bruni, A.; Gehrardi, S. y Poggio, B. (2004). Doing Gender, Doing Entrepreneurship: An Ethnographic Account of Intertwined Practices. *Gender, Work and Organization*, 11 (4), 406-429. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2004.00240.x>
- De Bruin, A.; Brush, C. y Welter, F. (2007). Advancing a Framework for Coherent Research on Women's Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 31 (3), 323-339. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00176.x>
- Ekinsmyth, C. (2011). Challenging the Boundaries of Entrepreneurship: The Spatialities and Practices of UK «mumpreneurs». *Geoforum*, 42 (1), 104-114. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2010.10.005>
- Evetts, J. (2000). Analysing Career Change in Women's Careers: Culture, Structure and Action Dimensions. *Gender Work and Organization*, 7(1), 57-67. <https://doi.org/10.1111/1468-0432.00093>
- Guzmán C., J. y Rodríguez Gutiérrez, M. J. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global. *Revista de Economía Mundial*, 18, 381- 392.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2022). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). <https://www.inegi.org.mx/sistemas/olap/proyectos/bd/encuestas/hogares/>

- enoe/2010_pe_ed15/po.asp?s=est&proy=enoe_pe_ed15_po&p=enoe_pe_ed15
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2019). *Censo Económico*. <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/#Tabulados>
- Kobeissi, N. (2010). Gender Factors and Female Entrepreneurship: International Evidence and Policy Implications. *Journal International Entrepreneurship*, 8(1), 1-35. <https://doi.org/10.1007/s10843-010-0045-y>
- Leung, A. (2011). Motherhood and Entrepreneurship: Gender Role Identity as a Resource. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 3(3), 254-264. <https://doi.org/10.1108/17566261111169331>
- Lewis, P. (2006). The Quest for Invisibility: Female Entrepreneurs and the Masculine Norm of Entrepreneurship. *Gender, Work and Organization*, 13(5), 453-469. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2006.00317.x>
- Lázaro, R. (2003). La participación de mujeres en microempresas textiles, San Rafael Ixtapalucan, Puebla. En B. Suárez y P. Bonfil. (Coords.). *Microempresas familiares urbanas. Un mecanismo de sobrevivencia para las mujeres en condiciones de pobreza. Microempresas familiares en el contexto urbano* (pp. 85-134). GIMTRAP.
- Montoya, Z. E. C. (2017). *Mujeres empresarias y autoempleadas. Nuevas identidades femeninas y empresariales en construcción*. Editorial UAS-Juan Pablos Editores.
- Montoya, Z. E. C. (2018). Nuevas identidades empresariales y femeninas. Desafiando las condiciones del mercado laboral y los roles de género. En E. Sánchez e I. García I. (Coords.). *Las transformaciones del trabajo. El mercado laboral contemporáneo en México* (pp. 115-142). Universidad Autónoma de Sinaloa y Juan Pablos Editores.
- Montoya, E. C. (2021). *Historia de mujeres empresarias*. Editorial UAS.
- Montoya, E. C. (2023). Participación empresarial de las mujeres en Sinaloa y sus contribuciones al desarrollo local. En E. J. Izábal de la Garza y M. E. Torres-Jaquez (Coords.), *Avances y retos de la participación de la mujer en el desarrollo local y regional* (pp. 31-56). Editorial UAS.
- Pathak, S.; Goltz, S. y Buche, M. W. (2013). Influences of Gendered Institutions on Women's Entry into Entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 19(5), 478-502. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-09-2011-0115>

- Quevedo, M.; J. M. Izar Landate, K. M. y Romo Rojas, L. (2010). Factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos y México. *Investigación y Ciencia*, 18(46), 57- 63.
- Serna, M. G. (2001). Empresarias y relaciones de género en dos ciudades de provincial. En D. Barrera. (Comp.), *Empresarias y ejecutivas con poder* (pp. 89-138). El Colegio de México. <https://doi.org/10.2307/j.ctvhn0d3f.5>
- SPR Informa. (2023, 8 de mayo). *7 de cada 10 madres solteras en México fueron económicamente activas en 2022: INEGI*. SPR Informa. <https://www.sprinforma.mx/noticia/7-de-cada-10-madres-solteras-en-mexico-fueron-economicamente-activas-en-2022-inegi>
- Suárez, B. y Bonfil, P. (Coords.). (2003). *Microempresas familiares urbanas. Un mecanismo de sobrevivencia para las mujeres en condiciones de pobreza*. GIMTRAP.
- Taylor, S. J. y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Editorial Paidós.
- Varela, R. (2003). Microfinanciamiento, organización familiar y calidad de vida de las mujeres autoempleadas en la ciudad de Torreón, Coahuila. En B. Suárez y P. Bonfil. (Coords.), *Las microempresas familiares urbanas. Un mecanismo de sobrevivencia para las mujeres en condiciones de pobreza* (pp. 175-214). GIMTRAP.
- Weeks, J. R. y Seiler, D. (2001). Actividad empresarial de las mujeres en América Latina. Una exploración del conocimiento actual. (Serie de Informes Técnicos). Banco Interamericano de Desarrollo. <https://doi.org/10.18235/0009767>
- Zabludovsky, G. (2003). *Women in Business in Mexico*. Paper prepared for deliver at 2003 meeting of the Latin American Studies Association. Dallas, Texas, 27 de marzo.

Capítulo 7

Liderazgo directivo de mujeres en la gestión deportiva pública y privada: caso Colima

Isela Guadalupe Ramos Carranza
Ciria Margarita Salazar C.
Carmen Silvia Peña Vargas

Introducción

Históricamente, el deporte ha sido un territorio masculino, no sólo en el ámbito de la participación deportiva-atlética. En épocas recientes, la industria del *wellness* ha tenido un crecimiento exponencial asociado a estándares de salud y belleza, lo que ha permitido un importante aumento de los emprendimientos *fitness*, el desarrollo de la práctica física guiada por personas especializadas, así como una diversificación de los productos, servicios y espacios o estudios privados relacionados con el área.

Esta expansión de la industria, aunada al accionar de los movimientos feministas y de derechos humanos, abrió oportunidades empresariales para las mujeres. En consecuencia, se ha producido un fenómeno de feminización y estereotipación de prácticas físicas,

pero también ha habido más presencia de mujeres en la dirección de empresas que tradicionalmente eran lideradas por hombres.

En los últimos años, el cuerpo académico de investigación en el área de “Educación y movimiento” (UCOL-CA85) ha realizado investigaciones en los tópicos de la gestión deportiva, enfocadas precisamente en los estilos de liderazgo de las personas especialistas en cultura física que ocupan posiciones directivas en ámbitos público y privado. Con este trabajo se ha podido conocer el estatus directivo y la manera en que se toman decisiones cuando las mujeres encabezan las empresas de servicios y productos deportivos en el estado de Colima.

Así, este capítulo ofrece un recorrido de las experiencias sobre liderazgo de las mujeres en organizaciones deportivas públicas y privadas en el estado de Colima, y cómo esto ha impactado en el desarrollo de la organización.

La industria *wellness/fitness*

Aunque la atención al bienestar y el acondicionamiento físico se remonta a la Edad Media, —cuando los soldados realizaban ejercicios para el desarrollo de capacidades físicas como la fuerza, resistencia y flexibilidad— no fue hasta el Renacimiento que la actividad física pasó a formar una parte importante de la cultura (Diez, 2016). No obstante, la moderna industria del *wellness* y el *fitness* emerge con la aparición de las primeras máquinas para hacer ejercicio, creadas en la segunda mitad del siglo XIX por el médico Francis Lowndes, quien las pensó como un recurso que ayudaría a sus pacientes a mejorar sus dolencias (gota, reuma, debilidad muscular, etcétera), pero pronto se dio cuenta que su invención también servía para combatir el sedentarismo (Matarogroc, 2021). El *fitness*, como tal, dio inicio en Estados Unidos durante la década de los setenta y es ahí cuando comienza la popularidad de los gimnasios y, con ello, el interés por la importancia de la salud y el bienestar físico de las personas.

Siguiendo la tradición establecida desde su origen, el *fitness* recibió un importante impulso por factores militares, en donde se consideraba que, a fin de que los soldados estuvieran en condiciones para combatir guerras, era indispensable que estuvieran

fuertes y preparados para luchar por sobrevivir. Posterior a ello, se vio como un cambio para tener una vida sana, donde la práctica del *fitness* sirviera como medio para otros objetivos, tales como convivir, divertirse, socializar, reducir estrés, entre otros. En esta etapa se formalizó la existencia de lugares en donde todos estos propósitos pudieran hacerse realidad: los que hoy conocemos como gimnasios (Stern, 2011).

La apertura de los gimnasios aceleró la comercialización del movimiento *fitness* y, con ello, la introducción de equipos innovadores y de nuevas tendencias de *marketing* que favorecieron su avance económico, así como la popularidad de la práctica del culturismo. En ese contexto, se rodaron películas, se publicaron revistas para el desarrollo de la industria y el *fitness* se convirtió en una tendencia que se extendió por todo el mundo en poco tiempo. En la actualidad, el *fitness* se asume como un deporte de masas muy común en que se aplican diferentes modelos de gestión e innovación deportiva y es una constante para que los centros deportivos sean más tecnológicos (Sevilmis et al., 2021).

Antes de la Revolución Industrial, el *fitness* se concebía como la capacidad de realizar actividades diarias sin cansarse demasiado; sin embargo, con la automatización y los cambios en el estilo de vida, hoy se le asocia con la capacidad del cuerpo para funcionar eficazmente en el trabajo y las actividades de ocio, mantener la salud, resistir enfermedades y responder a emergencias (Corbin et al., 2000).

La historia del *fitness* refleja la evolución de las percepciones culturales sobre la salud y el cuerpo a lo largo del tiempo, desde los ideales atléticos para combatir la guerra en la antigüedad hasta la diversidad de enfoques contemporáneos, y ha demostrado ser un aspecto fundamental de la experiencia humana, con un impacto tanto físico como mental y la vez cultural. No obstante, en este ámbito la mujer sigue en constante lucha contra las limitaciones impuestas por las expectativas de género.

A medida que la sociedad evoluciona, las mujeres han desafiado estereotipos y asumido roles de liderazgo en la promoción de estilos de vida activos y saludables. Este proceso sigue contribuyendo a la construcción de una narrativa más inclusiva y equitativa en el ámbito del *fitness*.

Hoy se puede observar el impacto de los movimientos sociales y culturales en el ámbito deportivo: al principio nuestras causas se vinculan al reconocimiento de la relevancia que tenía nuestro existir en la vida pública; a esto le siguió la demanda de derechos civiles constitucionales como el voto, el trabajo, el estudio, la movilidad y seguridad social; y hoy en día pedimos apertura igualitaria en todos los campos (Salazar, 2023).

En el mundo deportivo la lucha de las mujeres también ha sido lenta, impulsada por las reformas que alcanzan los movimientos proigualdad y empoderamiento a nivel global. Basta recordar que hasta 1967 las mujeres no corríamos maratones. El paradigma social y biológico determinaba y limitaba nuestra participación. El primero prescribía socialmente el rol de lo que se esperaba de una mujer en el ámbito deportivo, mientras que el segundo se regía por lo que la ciencia afirmaba como lo saludable y posible. Ambos modelos dictaban entonces las reglas de participación de las mujeres en el ámbito deportivo.

La gestión deportiva: un espacio reciente para las mujeres

En el campo de las ciencias de la actividad física y el deporte, la comprensión acerca de la gestión deportiva y su implementación está en aumento, con una expansión en los estudios, las líneas de investigación, cursos, propuestas, iniciativas de reformas organizativas, entre otros. En este contexto, se avanza en la integración de este concepto al deporte, en búsqueda de su mejora permanente (Sawyer, 2009).

El concepto de gestión tiende a definir las actividades y consecuencias de la integración de los procesos organizacionales, y cualquier actividad de un administrador o directivo, teniendo en cuenta el alcance, naturaleza y fundamento en cada caso (Acosta, 2000). De manera tradicional, se pensaba que las habilidades directivas y actitudinales requeridas para la toma de decisiones eran atributo de hombres; sin embargo, las mujeres en las experiencias directivas que se han logrado documentar comenzaron a tener un desempeño destacado por su capacidades directivas; por ejemplo,

con iniciativa, resiliencia, práctica del autodesarrollo, orientación a resultados, muestra de alta integridad y honestidad, desarrolla a otras personas, inspira y motiva a otras personas, liderazgo audaz, construye relaciones, campeonas del cambio, establece metas ambiciosas, colabora y trabaja en equipo, se conecta con el mundo exterior, se comunica poderosa y prolíficamente, analiza y resuelve problemas, tiene velocidad de liderazgo e innova (Zenger y Folkman, 2019); sin embargo, esta incursión ha sido lenta en sectores empresariales, más en los sectores en donde el determinismo biológico (en el deporte) sigue siendo argumentación excluyente. Esta tardía participación en la dirección y gestión deportiva se entiende a partir de la teorización de las organizaciones desde la creación y programación masculina (Mills et al., 2023).

En las décadas de los años ochenta y noventa, cuando la enmienda IX de la Constitución de los EE.UU. defiende y dota de derecho a todas las personas sin importar su sexo, raza, etcétera, y aunado a los logros y alcances de los movimientos feministas, comienza un crecimiento progresivo de participación deportiva de las mujeres, así como de su involucramiento profesional en los diversos campos del sistema deportivo (Alfaro, 2012). El ámbito público se volvió un escenario cada vez más cotidiano para las mujeres, sin dejar por supuesto el privado (el hogar, la familia, etcétera), lo que les permitió la llegada a diversos campos, primero con participación limitada y después instalándose en posiciones de jerarquía baja e intermedia, especialmente en el ámbito empresarial (como esposas, familiares o subordinadas).

Corroborado de forma teórica, las mujeres accedemos a la administración a partir de la asociación de tareas empresariales con los roles y tareas domésticas, como gestión de personas, procesos y tareas. Denda et al. (2016) detectan a tres valiosas pioneras de la administración: Lilian Moller Gilbreth, Mary Parker Follet y Joan Woodward, quienes desde 1900 en adelante escribieron y diseñaron procesos alineados al rol privado de ama y esposa que sirvieron primariamente a las empresas familiares o de sus esposos. Algunas de ellas llegaron a publicar sus memorias, modelos exitosos y experiencias en la administración de empresas.

Ya en años más recientes, los cambios producidos en el entorno de las empresas y demás estructuras deportivas, sobre todo en los países desarrollados, hace que se cuestionen estos paradigmas y que se abran paso a nuevos enfoques y escuelas (Méndez y Salgado, 2006). Sin embargo, y como ha ocurrido en otras áreas, la aparición de la mujer en espacios directivos es relativamente nueva y bien podría tomarles un aproximado de 10 a 15 años para alcanzar un puesto de toma de decisiones.

Se atribuye que la gestión deportiva está en aumento debido a una mayor profesionalización de sus gestores, a un cambio social importante y una creciente inversión económica tanto pública como privada según Arocas (2006). Aunque este cambio alimenta el optimismo, queda mucho camino por recorrer comparativamente con otros sectores, y con ello aumentar la participación de la mujer en el mundo *fitness*.

Las mujeres que se dedican a la gestión deportiva suelen desempeñar trabajos administrativos o secretariales que no están relacionados con la toma de decisiones o el ejercicio del poder, y tienen evidentes dificultades para avanzar en las organizaciones en las cuales trabajan. Esto sugiere que cuando las mujeres tienen las mismas oportunidades laborales que los hombres en términos de capacidad, su representación en puestos de poder aumenta e incluso pueden alcanzar grandes éxitos en el liderazgo (Durán y López, 2018).

Por tanto, la presencia de mujeres en puestos de responsabilidad en el deporte, además de incidir en el cumplimiento básico de derechos, también implica que participen en la toma de decisiones relacionadas con la gestión y organización del deporte, incluyendo así una perspectiva más diversa en todas las actividades (Alfaro et al., 2012).

En 2004, la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (Conade) y el Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres) realizaron uno de los estudios más completos sobre los factores que determinan la participación de las mujeres en el deporte y en las organizaciones deportivas, destacando la familia (social), la figura docente de educación física (educativo) y las políticas de desarrollo (institucional). A partir de ese momento, Conade e Inmujeres articularon los programas Pro-Igualdad/Equidad que siguen siendo

transversales al Programa Nacional de Desarrollo y al Plan Nacional de Cultura Física y Deporte de cada sexenio para desarrollar políticas públicas que permeen en las estructuras y sistemas deportivos gubernamentales, empresariales y federativos (Salazar, 2023).

En este sentido, a partir de esa fecha de forma sexenal la Conade ha implementado programas promujer, aunque titubeantes y reducidos, para concientizar acerca de los desafíos que las mujeres enfrentan al participar en actividades deportivas como deportistas, juezas, entrenadoras o directivas. En sus primeras etapas, este programa consiguió poner de manifiesto las situaciones que las mujeres experimentan en el ámbito deportivo en México (Flores, 2020). En un segundo y tercer momento, hicieron énfasis en la integración de cuerpos directivos y asociaciones deportivas, actualmente señalan la importancia de la participación al frente de los organismos deportivos.

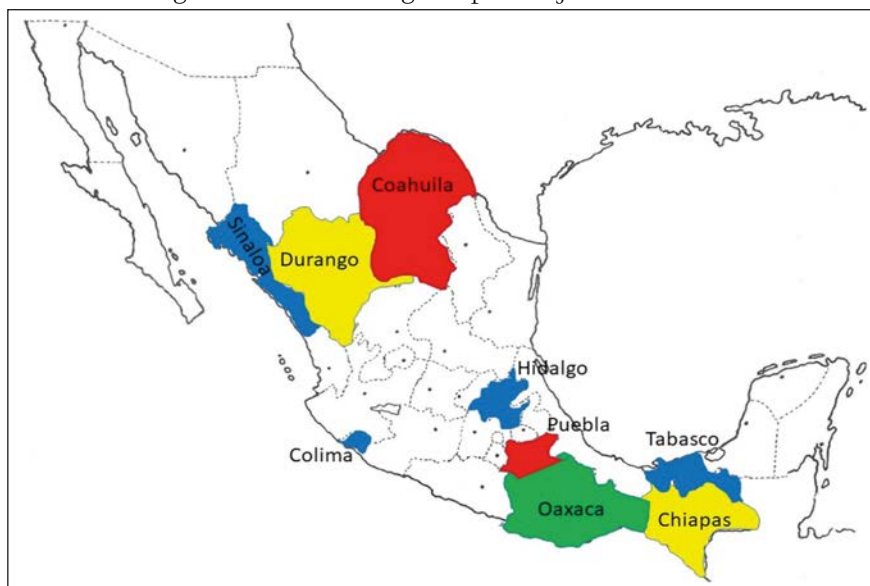
El caso de Ana Gabriela Guevara Espinoza constituyó un histórico nombramiento, porque se convirtió en la primera mujer en dirigir el deporte en México (Reyes, 2018). Este hecho impulsó la llegada de directoras a institutos deportivos estatales y se vislumbra la posibilidad de que el Comité Olímpico fuera dirigido por otra mujer, María José Alcalá, quien para el trienio 2021-2024 también presidiría la Comisión de Deporte del Congreso de la Unión.

En el periodo de 2019 a 2021, Colima entre los nueve estados que nombraron directoras, representando 29 % de la representatividad nacional (figura 1). Ciria Margarita Salazar, después de 30 años de la creación de la estructura oficialista del deporte, se convirtió en la primera mujer en Colima en ocupar el cargo. Para el periodo de 2021-2024 se incrementó a 44 % la presencia de directoras en toda la República mexicana.

El Consejo Nacional del Deporte de la Educación (CONDE) y el Sistema Nacional de Cultura Física y Deporte (Sinade) informó en 2023 que el sector con menor crecimiento directivo de mujeres ha sido el federativo, el que se rige por un código civil y sistema olímpico. El deporte federado sólo tiene 17 % de las federaciones deportivas presididas por mujeres, esto representa 8 de 47 organizaciones, siendo el boliche, canotaje, hockey, judo, remo, vela, personas con parálisis cerebral y deporte para sordos. Es preciso mencionar que en 12 años

sólo ha crecido un 8.5 % la presencia de mujeres en la dirección de las federaciones. A estos porcentajes se suma 44 % de los institutos deportivos y 19 % de las asociaciones deportivas estatales; a nivel internacional, sólo 11 de los comités olímpicos nacionales (CON) y 6 % de las federaciones internacionales (FI).

Figura 1
Órganos estatales dirigidos por mujeres 2019-2021



En la tabla 1 se observa la relación del estado, lugar obtenido en Juegos Nacionales (JN) 2022, cantidad de asociaciones y cuantas están presididas por mujeres. Como puede constatare, la brecha directiva se expresa en la existencia de dos dirigencias de diez, en las asociaciones deportivas estatales, aún mayor que las nacionales.

En resumen, la situación de las mujeres en la toma de decisiones deportivas claramente muestra avance en el ámbito institucional, derivado de transversalidad de la perspectiva de género en la política pública; sin embargo, en los planos de decisión civil y empresarial, la llegada de las mujeres a los puestos de dirección no ha crecido ni un 4 % en una década, lo que hace pensar que, las políticas de igualdad no han penetrado el territorio del poder,

ni escalado en los ámbitos hipermasculinizados del deporte, perpetuando así los techos de cristal y ralentizando la incursión de las mujeres a la gestión del deporte.

Tabla 1

Asociaciones estatales del deporte y dirigencias de mujeres

Estado	Lugar en JN2022	Asociaciones	Presididas por mujeres	%
Jalisco	1	47	7	15
Nuevo León	2	40	9	23
Baja California	3	44	6	14
Estado de México	4	32	6	19
Guanajuato	5	49	11	22
Querétaro	6	32	6	19
Quinta Roo	7	41	8	20
Sonora	8	41	6	15
Yucatán	9	31	8	26
Cd de México	10	46	9	20
Sinaloa	14	34	1	3
Chiapas	26	18	3	17

Fuente: CONADE-SINADE (2023).

El liderazgo directivo de las mujeres en los ámbitos de la gestión del deporte y la industria *wellness-fitness*

Por principio de cuentas, entenderemos al liderazgo como estímulo e incentivo dinámico que desarrollan las personas sobre otras, utilizando estrategias y habilidades intrapersonales intencionadas y casi siempre propositivas, para lograr progresos conjuntos. Una persona líder es aquella al mando de un grupo, que tiene la capacidad de estimular a sus integrantes para lograr metas u objetivos (Fretes, 2020). La literatura menciona diversos tipos de liderazgos en ámbitos como el empresarial, familiar, organizacional, escolar, incluso en un equipo deportivo, entre otros.

Uno de esos tipos de liderazgos es el directivo, enfocado en informar de manera asertiva y eficaz al equipo de trabajo sobre

los objetivos y las tareas (Anderson, 2010). Su ventaja es la estructuración, dirección y control del proyecto; su desventaja es que restringe la iniciativa del grupo. En el mundo del deporte, este estilo es muy utilizado porque permite el modelado conductista de cómo hacer las cosas y el control en una reproducción de la conducción deportiva (Paz et al., 2019); sin embargo, en los equipos de trabajo que no tienen rotación (por ejemplo, trabajadores sindicalizados), esta práctica se vuelve rutinaria y, con el tiempo, da pie a la mecanización de procesos que genera desgaste y poca iniciativa de mejora o innovación.

Afortunadamente, no existe un sólo estilo de liderazgo. El tiempo, la experiencia y la formación permiten la fusión o el cambio del estilo. Entre los estilos más recurridos y apreciados se encuentra el transformacional y participativo: el primero se enfoca en inspirar y motivar a los miembros del equipo para que den lo mejor de sí mismos, mientras que el liderazgo participativo se enfoca en involucrar a los miembros del equipo en el proceso de toma de decisiones y en fomentar la colaboración y el trabajo en equipo (Blanco, 2019).

Podríamos pensar que la posición de conducción y control, así como la figura de líder, siempre estuvieron pensadas para los hombres; incluso su funcionamiento estuvo muy asociado al mundo empresarial, otro campo de dominio masculino, pero como ya se mencionó, para la década de los noventa el mundo *fitness* y los movimientos feministas dieron margen a la participación femenina en algunos ámbitos públicos, entrando al mundo empresarial y, progresivamente, al frente de los equipos o de la gestión deportiva.

En Colima, las primeras mujeres al frente de empresas deportivas datan de los años ochenta y noventa: en 1985 surge la iniciativa de Gloria de la Mora: *Aerobics 85*, un espacio alfombrado con espejos y estéreo de vinilos y casetes con música vibrante, ubicado en la calle Degollado 180, en el centro de la capital colimense (figura 2). Yoya de la Mora, como se le conocía, se inspiró en el sistema de entrenamiento aeróbico que Jane Fonda popularizó en la década de los ochenta, conocido como *The Jane Fonda's Workout*, programa que se basaba en una serie de rutinas de ejercicios aeróbicos grabadas en formato de videocasete BETA, y que

se realizaban al ritmo de música. El sistema incluía ejercicios de calentamiento, estiramientos, aeróbicos y de enfriamiento). De manera recurrente solicitaba la opinión de salones de aeróbicos y jazz de Morelia y Guadalajara, ciudades que adelantaba en estas modalidades femeninas.

Figura 2

Gloria de la Mora empresaria y propietaria de “Aerobics 85”



Fuente: Lisset Hernández de la Mora.

Siguiendo la influencia de la sala *Aerobics 85*, en la década de los noventa existieron dos sucesos que fueron determinantes en la gestión deportiva femenina y la adopción de estilos directivos en el área: en el periodo 1997-2000, la Ing. Raquel Ávalos Delgadillo arribó a la administración pública como jefa del departamento deportivo del H. Ayuntamiento de Colima y, adicionalmente, se registró la apertura del gimnasio Grill, dirigido por Guille Barre-

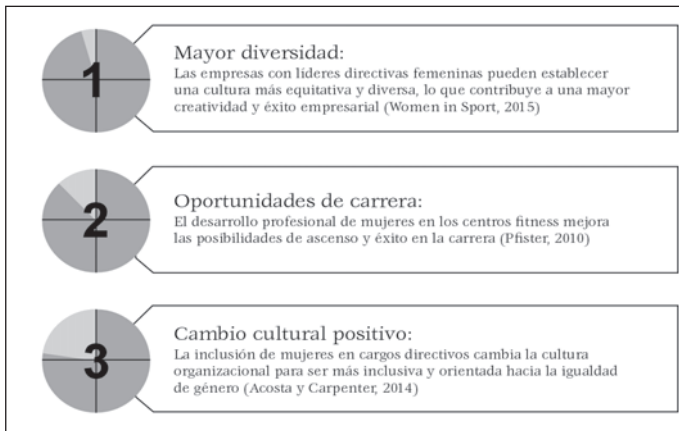
ra. Al principio, las dos empresarias eran instructoras y gerentes; después de su ejemplo, muchas otras se animaron a construir sus proyectos empresariales al frente de sus salas o gimnasios.

Diversos autores afirman que, si bien ambos sexos son eficientes en la toma de decisiones y dirección de proyectos, es posible identificar ciertas diferencias según el género. Koontz et al. (2012) señalaron que el liderazgo femenino tiende a adoptar un estilo más democrático o participativo, es más probable que fomente la participación, comparta poder e información y busque aumentar su autoestima. En este sentido, se puede concluir que es un liderazgo basado en la inclusión y en donde prevalece el carisma, experiencia, comunicación y habilidades interpersonales de la lideresa para influir en las demás personas, cuidarles a través de sus acciones e inspirarles a transformar sus intereses en metas organizacionales.

La revisión de la literatura sobre la participación de las mujeres en puestos directivos y los impactos de sus liderazgos evidencia la transformación cultural y organizacional de las entidades o empresas (figura 3). En este sentido, la ONG Women in Sport (2015) afirma que los beneficios que las mujeres aportan a las organizaciones deportivas incluyen: diversidad y experiencia de liderazgo, más progresismo y creatividad, permiten aprender cómo lograr que más mujeres y niñas participen en el deporte. Por su parte, Pfister (2010) señala que las mujeres aportan nuevas perspectivas o ideas a la junta directiva, mejorando así el ambiente en las reuniones; mientras que Acosta y Carpenter (2014) y Foppiano-Vilo et al. (2022) afirman que la participación de las mujeres implica un cambio en el modelo femenino, creando así un efecto que promueve el interés de las mujeres por participar en la gestión deportiva.

Un elemento que coincide entre los liderazgos femeninos que llegan a las gerencias o puestos directivos (Ávila, 2022) es la participación en algún deporte de alto rendimiento durante su educación o desde temprana edad, y este hecho no es fortuito. La implicación en actividades deportivas contribuye al desarrollo de las habilidades de liderazgo en el ámbito femenino, con lo que se puede concluir que aumentar la participación de la mujer en el deporte también servirá para aumentar su involucramiento en otros aspectos, como el directivo (Rosas, 2021).

Figura 3
Razones para la promoción de los liderazgos femeninos
en puestos directivos



La participación de mujeres en roles directivos empresariales del *fitness/wellness* puede generar un impacto beneficioso en la cultura corporativa y en cómo la empresa es percibida por sus empleados y clientes. En vista de todo ello, integrar a mujeres en los procesos de toma de decisiones empresariales puede resultar de mayor variedad de ideas y perspectivas, y llevar a decisiones más fundamentadas y equitativas; además, las compañías con alta representación femenina en posiciones de liderazgo empresarial, suelen experimentar un desempeño financiero más sólido (Albarrán, 2023).

Teniendo como marco general de comprensión estos datos y conceptos, ofrecemos un recuento de los estilos de liderazgo en mujeres gestoras y empresarias colimenses, acompañado de un análisis sumativo de tres investigaciones realizadas en el marco de la LGAC del Cuerpo Académico UCOL-85: “Educación y movimiento”.

Metodología

El presente trabajo se fundamenta en un enfoque mixto retrospectivo por el tipo de levantamiento de datos y su tratamiento, estos estudios combinan metodologías de investigación de las tradiciones cualitativa y cuantitativas, y la toma de datos no se planeó para el es-

tudio, sino que se retomaron las muestras y resultados previos para hacer nuevas interpretaciones sobre el objetivo del nuevo estudio.

Unidades de información

Las unidades de información serán tres investigaciones previas realizadas en la LGAC del UCOL-85: “Educación y movimiento”, con un objetivo centrado en mujeres gestoras y estilo de liderazgo.

La muestra del primer estudio fue de 38 mujeres, quienes desarrollan o ejercen en diferentes programas o trabajos relacionados en organizaciones deportivas, se exploró el tipo de liderazgo que ejercían dentro del deporte en el estado de Colima (López et al., 2022); el segundo estudio incluye a 30 trabajadores y trabajadoras que tuvieron por lo menos a un jefe y una jefa en alguna organización (Godínez y Cisneros, 2020); y la tercera aproximación consideró a 10 personas administradoras municipales (Ramos, et al., 2018).

Técnica de análisis

La metodología utilizada es el análisis temático (Braun y Clarke, 2006) teniendo como insumo las publicaciones realizadas por integrantes del CA (libros, artículos y capítulos de libro) y las tesis de estudiantes de la carrera de Educación Física y Deporte de la Universidad de Colima.

La técnica que nos permitió mayor soltura fue el análisis de contenido. De acuerdo con Miele et al. (2012), el análisis temático, siendo una derivación de la diversidad metodológica de los estudios de contenido, impulsan un diálogo hermenéutico y fenomenológico para interpretar apropiadamente situaciones humanas en contextos socioculturales.

De igual forma, la mirada a los datos y reflexiones se transversaliza con la perspectiva de género, que no es otra cosa que asumir una posición crítica ante la desigualdad o exclusión de las mujeres, poniendo atención a la construcción de la categoría género y sus relaciones de poder (Gamba, 2008). En este mismo sentido, en la Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, la perspectiva de género se refiere a la metodología y los mecanismos que permiten identificar, cuestionar y valorar la discriminación, desigualdad y exclusión de las mujeres.

Resultados

La caracterización sociodemográfica de los tres estudios nos permitió identificar las variables como edad, sexo, nivel educativo, ingreso, experiencia y duración de los cargos directivos de la participación de las mujeres (tabla 2); también permitió apreciar su estilo de liderazgo. Con base en esta información, se puede determinar que las mujeres que están llegando a los puestos directivos empresariales y de los organismos públicos son jóvenes, con estudios de grado y posgrado; a diferencia de los hombres que, cuando asumen la gestión, lo hacen con poca experiencia y apenas con estudios de licenciatura.

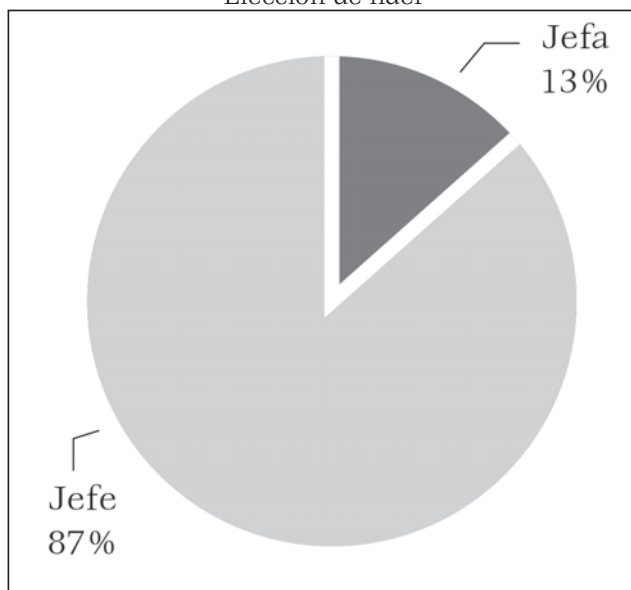
Aplicando la perspectiva de género en los datos que tenemos en la tabla 2, es posible notar situaciones de desigualdad de los hombres y las mujeres en puestos directivos, como la falta de experiencia, el *coaching* y la habilitación directiva. Esta información puede resultar de especial utilidad para el diseño de políticas para el empoderamiento, así como para impulsar programas formativos que aborden estos problemas y promuevan la igualdad y la justicia social. Con ello, se puede contribuir a desarticular creencias que le atribuyen a la mujer, como torpeza, falta de pericia, ignorancia y comportamiento errático al dirigir las entidades deportivas de cualquier nivel.

Como antes se ha referido, las diferencias sociodemográficas de las mujeres que ya están al frente de emprendimientos o forman parte de la estructura directiva de entidades deportivas impactan en la percepción de otras mujeres. De hecho, en el estudio de Godínez y Cisneros (2020) sólo 13 % de las mujeres manifestaron estar dispuestas a escoger a otras mujeres como líder o jefa (figura 4). Desde la perspectiva de género, la baja selectividad está fuertemente arraigada a los estereotipos de género y a lo que se espera de un liderazgo femenino a partir de la figura de un liderazgo masculino. Podemos considerar, por tanto, que persiste la idea de que las mujeres directivas se caracterizan por la incapacidad o incompetencia para liderar (Carrillo, 2017), situación que contradice a las experiencias que han tenido liderazgos femeninos (Folkman y Zenger, 2019).

Tabla 2
Caracterización de la población por estudio

Propósito	Población y muestra	Fuente
Analizar el estilo de liderazgo directivo predominante en mujeres que dirigen organizaciones deportivas	<ul style="list-style-type: none"> - 38 mujeres gestoras y empresarias - La edad de las poblaciones mayoritariamente era de 23 a 27 años (73.7 %), con máximo grado escolar de licenciatura (97.4 %) y de estado civil solteras (89.5 %) - El desempeño y la labor de gestión de la población participante se ubicaba, al momento del levantamiento, en la gestión pública (97.4 %) y tenía al menos cinco años de experiencia en las organizaciones deportivas (79.5 %) - Las organizaciones deportivas analizadas se encontraban en Villa de Álvarez (61.5 %) y Colima (33.3 %) 	López et al., 2022
Analizar el liderazgo de la mujer en las organizaciones deportivas del municipio de Colima	<ul style="list-style-type: none"> - 30 trabajadoras y trabajadores - Mayores de 18 años y con el requisito de haber tenido por lo menos a un jefe y una jefa en alguna organización deportiva del municipio de Colima - Del total de participantes, 15 son mujeres y 15 hombres - La experiencia que tienen fue preponderantemente menor a cinco años (70 %) 	Godínez y Cisneros, 2020
Estilos de gestión	<ul style="list-style-type: none"> - 10 gestoras y gestores deportivos - Una mujer y nueve hombres, con edades entre 30-40 años (60 %) y 51-60 años (30 %). Antigüedad laboral de 1-3 años (40 %) y más de 11 años (20 %) - De los estudios, siete tienen licenciatura y tres con posgrado. Tres con el perfil de la licenciatura en Educación Física y Deportes, dos en administración y los cinco restantes no tienen titulaciones afines - Ocho tienen cargo directivo y el resto la subdirección y coordinación. El sueldo promedio que se le considera a una persona directiva o gestora es de cinco a diez mil mensuales (60 %), los otros dos puede llegar a ganar entre 15 mil y 20 mil pesos (30 %) 	Ramos et al., 2018

Figura 4
Elección de líder



Sin embargo, al cuestionar sobre habilidades de organización, 20 % menciona que las mujeres son mejores y el 80 % de las mujeres restantes indica que ambos (figura 5). Así mismo, al evaluar la eficacia como líder, se valora positivamente a ambos perfiles en 94 % de las respuestas. En este escenario, nuevamente aparecen los prejuicios y estereotipos de género, ahora al cuestionar sobre la habilidad de organización por sexos. En este sentido, tanto mujeres como hombres tienen la capacidad para motivar, comunicar, tomar decisiones, delegar, adaptarse al cambio y tener una visión clara y definida de los objetivos y metas de la organización (figura 6); sin embargo, hay estudios que sugieren que los prejuicios y estereotipos de género pueden influir en la percepción que las personas tienen sobre las mujeres líderes, lo que puede llevar a que las mujeres sean subestimadas o ignoradas en los procesos de selección (Ramos et al., 2018; Salazar, 2023).

Figura 5

¿Quién tiene mejor organización como líder en una organización?

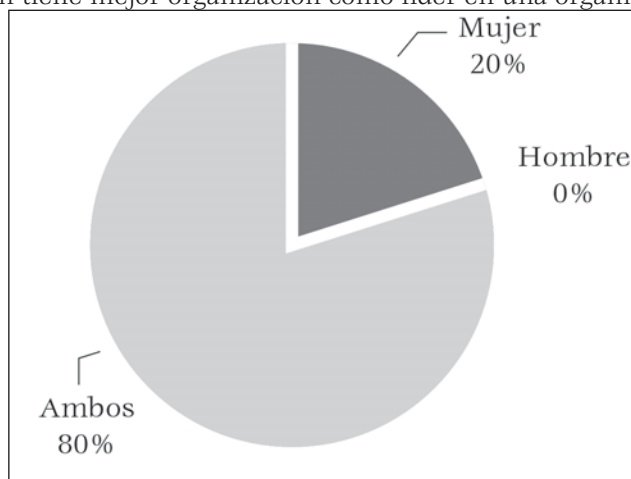
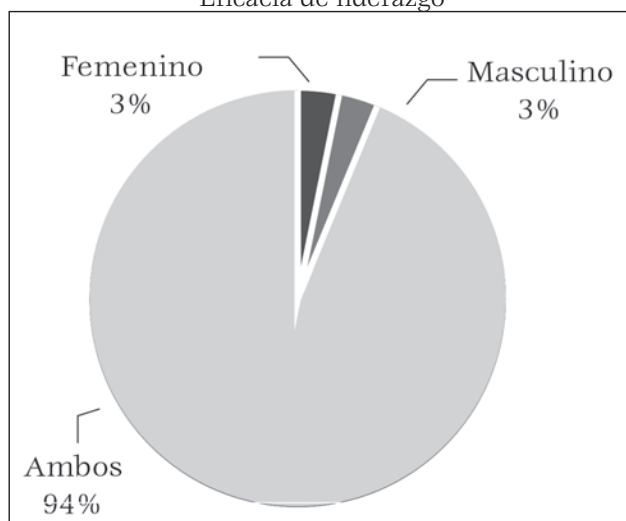


Figura 6

Eficacia de liderazgo

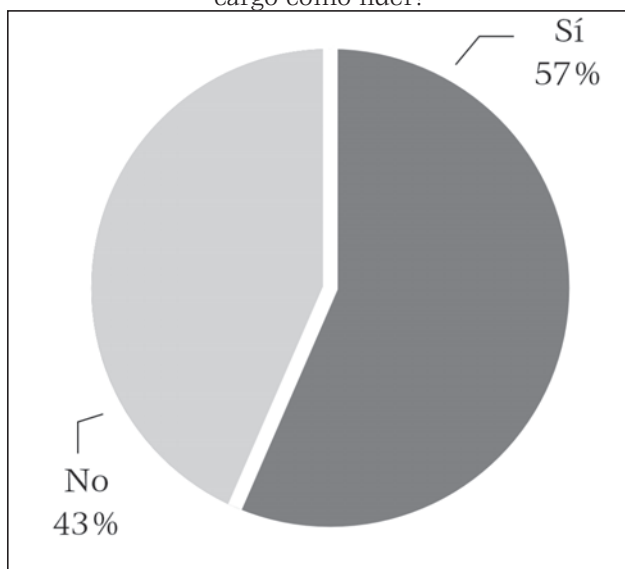


Estas discusiones permiten confirmar que las decisiones que se toman sobre las mujeres en la gerencia deportiva y el ejercicio de su liderazgo están atravesadas por los prejuicios y estereotipos de

género. La percepción social de las mujeres sobre ellas mismas, y de los hombres sobre las mujeres gerentes, no está construida por las experiencias cotidianas ni mucho menos con perspectiva de género, sino que se basa en las creencias y, por ende, abona a su constante reproducción. En la figura 7, se muestra el resultado de la pregunta sobre si las mujeres planifican mejor los objetivos de las entidades cuando están en el cargo como líder. En este caso, 57 % señaló que sí y el restante 43 % indicó que no.

Figura 7

¿Considera que la mujer planifica mejor los objetivos a lograr en su cargo como líder?



En lo referente al estilo de liderazgo predominante de los gestores y gestoras deportivos al frente de las entidades, observamos una transición del liderazgo directivo a un liderazgo transformacional, presidido por la experiencia en el cargo y la habilitación administrativa (figura 8). De igual forma, los expertos en liderazgo consideran que la cultura organizacional, el tipo de organización y contexto pueden jugar a favor o en contra. Al revisar el tema con perspectiva de género, podemos inferir que la transición o el uso de uno o más tipos de liderazgos estarán, a la vez, condicionados

por la deconstrucción de los estereotipos de género y la creación de políticas —tanto a nivel empresarial, como estatal— para asegurar una participación justa e igualitaria que permita el cambio de cultura en la empresa (Koontz et al., 2012).

Figura 8

Estilos de liderazgo predominantes en los tres estudios



Conclusiones

Los resultados indican que, en los últimos cinco años en el deporte colimense, tanto en el ámbito empresarial como directivo se detecta la presencia de las mujeres, ya no únicamente como usuarias, sino con responsabilidades de tipo directivo, administrativo y como parte de las organizaciones deportivas (entrenadora, responsables de área, encargada de programa, etcétera), aunque aún en una escala de 1-9 en el ámbito público y federativo, y 3 de 10 mujeres en las gerencias empresariales.

Al revisar los textos y ponerlos nuevamente bajo la lupa, podemos concluir, en primera instancia, que las mujeres están asumiendo los puestos de toma de decisiones muy jóvenes, con experiencia previa como deportistas, recién graduadas e inspiradas por el emprendimiento; sin embargo, es en la práctica en don-

de se van adquiriendo las habilidades directivas y definiendo los estilos de liderazgo. Es importante considerar que la formación universitaria abre la oportunidad para empoderar y formar gerencialmente. A esto también abona la capacitación constante para la habilitación del ejercicio de un liderazgo directivo transformacional o participante, así como el recurso a programas de mentoría o coaching directivo en los centros laborales, con lo cual se puede contribuir a su formación integral.

Desafortunadamente, los prejuicios y estereotipos, así como la ausencia de modelos exitosos y recurrentes de mujeres directivas, siguen fortaleciéndose. La falta de modelos a seguir también puede ser un factor que influya en la elección de liderazgos, si las mujeres no ven a otras mujeres liderando puede ser difícil para ellas imaginar que pueden hacerlo ellas mismas.

De igual forma, las revisiones nos permiten inferir que el tipo de liderazgo de mayor estima y practicado en las mujeres empresarias de Colima es el transformacional, que se caracteriza por inspirar, motivar y elevar tanto el rendimiento individual como el colectivo. Además, se encontró que la mujer tiene alta capacidad de análisis, se adapta con mayor facilidad a los cambios, se preocupa más por la motivación de sus empleados y resuelve conflictos de forma empática. No obstante, siguen enfrentando el estereotipo de debilidad y falta de conocimiento.

Para finalizar, la promoción de una cultura inclusiva y equitativa en la gestión deportiva pública y privada requiere que se garantice que las políticas de las entidades siguen ofreciendo programas de formación y mentoría para desarrollar y retener a mujeres talentosas en los puestos directivos.

Recomendaciones

Se recomienda revisar constantemente los procesos de reclutamiento y promoción para evitar la discriminación y asegurar la equidad, así como que se fomente la creación de redes de apoyo entre mujeres para compartir información, recursos y estrategias de superación de obstáculos. Por otro lado, es necesario implementar políticas que apoyen programas de desarrollo profesional,

así como facilitar la participación en cursos y seminarios que ayuden a desarrollar habilidades directivas con perspectiva de género; además de crear una red de apoyo dentro de las organizaciones, realizar evaluaciones periódicas para medir el progreso de hacia la equidad de género y ajustar las estrategias necesarias para combatir los desafíos y oportunidades emergentes.

Referencias

- Acosta, R. (2000). *Dirección, gestión y administración de las organizaciones deportivas*. Paidotribo.
- Acosta, R. y Carpenter, J. (2014). Woman in intercollegiate sport: A longitudinal, national study. Thirty-Seven Year Update, 1977-2014. *ERIC*. <https://eric.ed.gov/?id=ED570882>
- Alfaro Gandarillas, É. (2012). *El liderazgo de las mujeres en la dirección y gestión del deporte*. <https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/9077/ActasGEXAFD4.pdf>
- Alfaro, É.; Vázquez, B.; Gallardo-Pérez, J. y Ferro, S. (2012). La participación de las mujeres dentro de la Dirección General de Deportes de la Comunidad de Madrid y las federaciones deportivas madrileñas. *Ciencias Sociales y Humanas*, XI(II), 7-16. <https://doi.org/10.64197/Kronos.11.01-02.688>
- Albarrán, I. (7 de abril de 2023). El papel de las mujeres en el liderazgo empresarial. *MitSloan Management Review*. <https://mitsloanreview.mx/colaborador/el-papel-de-las-mujeres-en-el-liderazgo-empresarial/>
- Anderson, S. (2010). Liderazgo directivo: claves para una mejor escuela. *Psicoperspectivas*, 9(2), 34-52. <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-Vol9-Issue2-fulltext-127>
- Arocas, R. L. (2006). *Gestión deportiva, investigación actual*. Promolibro.
- Ávila, J. (3 de agosto de 2022). Mujeres en la industria del deporte mexicano. *Life and Style*. <https://lifeandstyle.expansion.mx/entretenimiento/2022/03/08/mujeres-en-la-industria-del-deporte-mexicano>
- Blanco, L. J. (2019). Liderazgo en los equipos deportivos: Qué pueden aprender los directivos de empresas de los grandes deportistas. *Economía y Desarrollo*, 162(2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842019000200009

- Carrillo, N. (2017). *Género y poder: ¿por qué no hay mujeres directivas?* Sitio Web de la Universitat Oberta de Catalunya. en: <https://www.uoc.edu/portal/es/news/actualitat/2017/033-genero-poder.html>
- Braun, V. y Clarke, V. (2006). Utilizando el análisis temático en psicología. *Investigación cualitativa en psicología*, 3(22), 77-101
- CONADE-SINADE. (2023). *La participación de las mujeres en el Sistema Nacional del Deporte*. Archivo de la Subdirección de Cultura Física.
- Corbin, C.; Pangrazi, R. y Franks, B. (2000). *Definitions: health, fitness, and physical activity*. <https://eric.ed.gov/?id=ED470696>
- Denda, E. M.; Paolini, N. A. y Tirachini, B. (2016). Tres mujeres en la administración: Lillian Moller Gilbreth, Mary Parker Follett y Joan Woodward. *Ciencias Administrativas*, (7), 57-65.
- Diez, R. (2016). *La historia del fitness*. R10 Entrenamiento Natural. <https://www.entrenamientonatural.com/la-historia-del-fitness/>
- Durán, R. y López, R. (2018). Liderazgo deportivo de la mujer. Una visión crítica. *Revista Actividad Física y Ciencias*, 10(3), 23-40. <https://revistas.upel.edu.ve/index.php/actividadfisicayciencias/article/view/1300/1216>
- Flores, Z. (2020). Mujer y deporte en México. Hacia una igualdad sustancial. *Retos. Nuevas tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación* (37), 1. <https://recyt.fecyt.es/index.php/retos/article/view/71684/45234>
- Foppiano-Vilo, G.; Matus-Castillo, C. y Cornejo-Améstica, M. (2022). Barreras, facilitadores y estrategias que influyen en la participación femenina en juntas directivas de federaciones deportivas chilenas. *Retos. Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, (44), 34-44. <https://doi.org/10.47197/retos.v44i0.90136>
- Folkman, J. y Zenger, J. (2019). Research: Women Score Higher Than Men in Most Leadership Skills. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2019/06/research-women-score-higher-than-men-in-most-leadership-skills>.
- Frete, P. E. (2020). Estilos de liderazgo directivo en educación superior. *Ciencia Latina. Revista Multidisciplinar*, 4(2), 594-612. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.101
- Gamba, S. (2008) ¿Qué es la perspectiva de género y los estudios de género? *Mujeres en Red. El periódico feminista*. <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1395>.

- Godínez, C. J. y Cisneros, F. J. (2020). *El liderazgo femenino y su gestión en las organizaciones deportivas del municipio de Colima*. [Tesis de licenciatura inédita]. Universidad de Colima.
- Koontz, H.; Weinrich, H. y Cannice, M. (2012). *Administración, una perspectiva global empresarial*. McGraw Hill. https://frh.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/22766/mod_resource/content/1/Administracion_una_perspectiva_global_y_empresarial_Koontz.pdf
- López, R. A.; López, J. R.; Quintero, C. A. (2022). *El liderazgo femenino en las organizaciones deportivas en el estado de Colima*. [Tesis de licenciatura inédita]. Universidad de Colima.
- Matarogroc. (2021). *Historia del fitness, ¿cuál es su origen?* AFEF. <https://anefead.com/sin-categoria/historia-del-fitness-cual-es-su-origen/>
- Méndez, B. y Salgado, V.D. (2006). *Aproximación a las funciones de directivos deportivos*. Congreso Internacional de Ciencias Deportivas. Universidad de Vigo, España.
- Mieles, M.; Tonon, G. y Alvarado, S. (2012). Investigación cualitativa: el análisis temático para el tratamiento de la información desde el enfoque de la fenomenología social. *Universitas Humanistica*, (74), 195-225. <https://www.redalyc.org/pdf/791/79125420009.pdf>
- Mills, A. J., Mills, J. H. y Jamjoom, L. A. (2023). Paradigmas, género y formación de hombres y masculinidades en la teoría de las organizaciones. En *Manual de Routledge sobre hombres, masculinidades y organizaciones* (pp. 62-76). Rutledge.
- Paz, A.; Pinto, E.; Cantillo, N.; García, J. y Suarez, H. (2019). Liderazgo femenino: Un estilo de gestión en la Universidad de La Guajira (Colombia). *Revista Espacios*, 40(37). <https://www.revistaespacios.com/a19v40n37/19403702.html>
- Ramos, I. G.; Medina, R. T.; Salazar, C. M. y Medina, R. E. (2018). *La gestión en entidades deportivas municipales*. Estudio de caso en el estado de Colima. Centro de Estudios Jurídicos y Sociales Mispat.
- Reyes, H. (2018). *Primera mujer en dirigir el deporte en México*. Pressreader. <https://www.pressreader.com/mexico/esto/20181214/page/32>
- Rosas, I. (2021). Mujeres empresarias sobresalientes en el deporte. *Emprefinanzas*. <https://emprefinanzas.com.mx/2021/06/29/mujeres-empresarias-sobresalientes-en-el-deporte/>
- Sawyer, T. (2009). *Facility management for physical activity and sport*. Sagamore.

- Salazar-C., C. M. (2023). Mujer y deporte: comportamiento de la política pública mexicana de 2000-2022. *CienciaUAT*, 18(1), 141-157. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v18i1.1738>
- Sevilmis, A.; Özdemir, I. y García-Fernández, J. (2021). The history and evolution of fitness. *Journal of Sport Sciences*. <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/132232/1/493851-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2119361-1-10-20230619.pdf>.
- Stern, M. (2011). Real or rogue charity? Private health clubs vs. the YMCA, 1970-2010. *Business Economic History On-Line*, 9, 1-17.
- Women in Sport (2015, 6 de noviembre). *Research Report: Trophy Women? No more board games – getting gender diversity on boards*. <https://womeninsport.org/resource/trophy-women-2015-no-board-games/>
- Zenger, J. y Folkman, J. (2019, 25 de junio). Investigación: Las mujeres obtienen mejores resultados que los hombres en la mayoría de las habilidades de liderazgo. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2019/06/research-women-score-higher-than-men-in-most-leadership-skills>

Fuentes primarias

- Lisset Ofelia Hernández de la Mora (24 de noviembre de 2023). Entrevista sobre Gloria de la Mora.
- Raquel Avalos Delgadillo (24 de noviembre de 2023). Entrevista sobre las primeras mujeres empresarias del deporte y directoras deportivas.

Capítulo 8

Poder empresarial femenino en el ámbito de la consultoría en seguridad y salud en el trabajo

Angélica Yedit Prado Rebolledo

Alejandra Chávez Ramírez

Rocío Abril Morales Loya

José Manuel de la Mora Cuevas

Introducción

En el contexto empresarial contemporáneo, la seguridad y salud en el trabajo (SST) se ha consolidado como un componente esencial para garantizar la sostenibilidad organizacional, la productividad y el bienestar laboral. De acuerdo con el Reglamento Federal de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST, 2014), todas las organizaciones están obligadas a implementar medidas preventivas que protejan la integridad física y mental de las personas trabajadoras, lo cual convierte a este campo en un espacio estratégico dentro de la gestión organizacional. A pesar de ello, la consultoría especializada en SST ha permanecido tradicionalmente dominada por hombres, tanto en cargos directivos como en el ejercicio téc-

nico y profesional, limitando la participación femenina en la toma de decisiones e innovación dentro del sector.

Esta situación evidencia una problemática estructural: la escasa visibilidad y posicionamiento del poder empresarial femenino en áreas de alta especialización y riesgo, como lo es la consultoría en SST. Las mujeres empresarias que se insertan en este ámbito enfrentan barreras relacionadas con estereotipos de género, sesgos institucionales y brechas de acceso a redes profesionales y contratos públicos o privados. Aunado a ello, la literatura especializada en administración y recursos humanos, como señala Chiavenato (1999), reconoce que las condiciones laborales y la gestión del talento están directamente vinculadas a la cultura organizacional y al liderazgo, dimensiones donde la inclusión de perspectivas diversas —como la femenina— puede generar mejoras sustanciales en el desempeño general de las empresas.

Sin embargo, el estudio de la inserción de mujeres empresarias en el sector de la consultoría en SST ha sido escasamente abordado en la investigación académica, lo que genera vacíos teóricos y empíricos. Resulta, por tanto, imprescindible desarrollar estudios que visibilicen su experiencia, aportaciones y desafíos, al tiempo que se contextualice adecuadamente el entorno normativo, organizacional y cultural en el que se desenvuelven.

La participación de la mujer en el ámbito empresarial ha experimentado una transformación significativa en las últimas décadas, desafiando las estructuras tradicionales y buscando equidad de género en un terreno históricamente dominado por hombres; sin embargo, los datos sobre el personal ocupado reflejan menor participación de las mujeres en comparación con los hombres en algunos sectores económicos (tabla 1).

Al analizar los datos anteriores, se observa una disparidad significativa en la participación de hombres y mujeres en diferentes sectores económicos. En general, se destaca una predominancia masculina en la mayoría de los sectores, con algunas excepciones. En los sectores de pesca y acuicultura, minería, electricidad, agua y gas, así como transporte, correos y almacenamiento, la participación de las mujeres es notablemente baja, representando entre 0.20 y 1.60 % del personal ocupado en estos campos. En la construcción,

aunque la participación de las mujeres es mayor que en los sectores mencionados anteriormente, aún persiste una brecha significativa entre hombres y mujeres, representando para éstas últimas el 0.80 % del personal ocupado, frente a 3.70 % de los hombres.

Tabla 1

Personal ocupado total según sexo, sector privado y paraestatal, 2018

Sector	Hombres %	Mujeres %
Pesca y acuicultura	1.30	0.30
Minería	1.00	0.20
Electricidad, agua y gas	1.10	0.40
Construcción	3.70	0.80
Manufacturas	25.70	21.40
Comercio	24.90	31.40
Transporte, correos y almacenamiento	5.10	1.60
Servicios	37.20	43.90

Fuente: Elaboración propia con base en datos del INEGI (2020, p. 8).

Por otro lado, en sectores como manufacturas y comercio, si bien existe una mayor participación de hombres, la brecha de género no es tan pronunciada. En manufacturas, las mujeres representan 21.40 % del personal ocupado, mientras que en comercio llegan a 31.40 %. Es interesante destacar que, en el sector de servicios, las mujeres tienen una participación más cercana a la paridad de género, alcanzando un 43.90 % del personal ocupado, lo que sugiere mayor inclusión femenina en actividades relacionadas con los servicios, lo que podría reflejar mayor apertura y oportunidades para las mujeres en estos sectores.

Los datos revelan una persistente disparidad de género en el mercado laboral, con una marcada subrepresentación de las mujeres en sectores tradicionalmente dominados por hombres, aunque se observan avances hacia una mayor equidad de género en algunos sectores, como en comercio y servicios.

Esta brecha de género se refleja no en la distribución del personal ocupado, así como en la estructura empresarial. Ahora, al analizar el porcentaje de micro, pequeñas y medianas empresas

(Mipymes) por tamaño, según el tipo de propietario en el año 2018, podemos obtener una visión más detallada de cómo estas disparidades se manifiestan en la composición empresarial en diferentes segmentos de la economía (tabla 2).

Tabla 2

Establecimientos Mipymes por tamaño según tipo de propietario,
2018 (porcentajes)

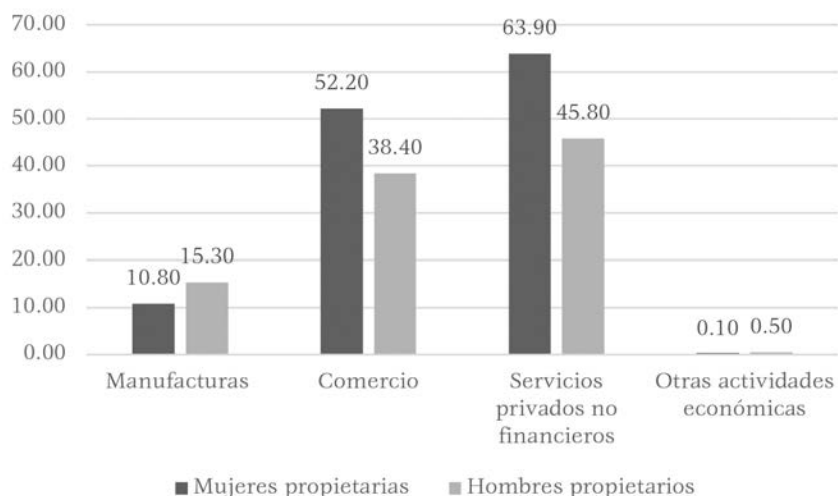
Sexo	Micro (0-10 personas) %	Pequeño (11-50 personas) %	Mediano (51-250 personas) %
Mujeres propietarias	99.50	0.50	0
Hombres propietarios	98.40	1.60	0

Fuente: Elaboración propia con base en datos del INEGI (2021, p. 15).

El análisis de los establecimientos Mipymes por tamaño, según el tipo de propietario en 2018, revela una distribución bastante equitativa entre hombres y mujeres en la propiedad de microempresas, con una ligera ventaja para las mujeres. En las microempresas, las mujeres propietarias representan 99.5 % del total, mientras que los hombres representan 98.4 %; sin embargo, en las pequeñas empresas la representación de mujeres propietarias disminuye a 0.50 %, mientras que los hombres propietarios aumentan a 1.60 %; encontrando una diferencia mínima del 1.1 % en ambos tamaños. En cuanto a las medianas empresas, no se dispone de datos para hombres ni mujeres, lo que indica una ausencia de propiedad en este segmento por parte de ambos géneros. La distribución de la propiedad por género y sector de actividad se expone en la siguiente gráfica y permite evidenciar las variaciones existentes (figura 1).

El análisis de los datos revela una distribución variada en la representación de hombres y mujeres propietarios en diferentes sectores económicos. En el sector manufacturero, las mujeres propietarias representan un 10.80 % del total, mientras que los hombres propietarios constituyen el 15.30 %. Esto indica una diferencia de 4.50 puntos porcentuales, evidenciando una subrepresentación de mujeres en la propiedad de empresas en este sector en comparación con los hombres.

Figura 1
Establecimientos Mipymes por sector de actividad
según tipo de propietario (2018)



Fuente: Elaboración propia con base en datos del INEGI (2021, p. 15).

En el sector del comercio, la representación de mujeres propietarias es significativamente mayor, alcanzando 52.20 %, mientras que los hombres propietarios representan el 38.40 %; aquí la diferencia es de 13.80 puntos porcentuales, indicando una considerable superioridad de mujeres en la propiedad de empresas en este sector en comparación con los hombres.

En cuanto a los servicios privados no financieros, las mujeres propietarias representan 36.90 %, mientras que los hombres propietarios alcanzan el 45.80 %. La diferencia entre ambos géneros en este sector es de 8.90 puntos porcentuales, mostrando una presencia menor de mujeres en la propiedad de empresas en comparación con los hombres.

Por último, en otras actividades económicas, la representación de mujeres propietarias es mínima, con sólo un 0.10 %, mientras que los hombres propietarios alcanzan el 0.50 %. Aquí, la diferencia entre ambos géneros es de 0.40 puntos porcentuales, lo

que indica una baja presencia de ambos géneros en la propiedad de empresas en estas actividades económicas.

Estos datos destacan las diferencias en la representación de hombres y mujeres propietarios en diferentes sectores económicos, mostrando mayor presencia de mujeres en la propiedad de empresas en los sectores de comercio y servicios privados no financieros, mientras que la representación de hombres es mayor en el sector manufacturero.

Los datos revelan una marcada subrepresentación de las mujeres en la propiedad de empresas, especialmente en sectores como el manufacturero y servicios privados no financieros, donde la presencia femenina en la propiedad de empresas es notablemente inferior a la de los hombres. Estas diferencias evidencian una clara brecha de género en la propiedad de empresas, lo que sugiere la necesidad de medidas para fomentar una mayor participación femenina en este ámbito empresarial.

Es de destacar que, a pesar de los datos anteriores, la última mitad del siglo XX y principios del XXI han presenciado avances notables en la participación de la mujer en el ámbito empresarial. Las mujeres han demostrado sus habilidades en diversos sectores, ocupando roles de liderazgo y contribuyendo al crecimiento económico. La diversidad de género en los equipos directivos ha demostrado ser beneficioso, aportando perspectivas únicas y promoviendo la innovación.

El liderazgo femenino en el involucramiento empresarial desempeña un papel esencial al aportar una perspectiva única y fomentar la diversidad en la toma de decisiones. Las mujeres líderes, al enfrentar los desafíos del mundo empresarial, aportan experiencias y enfoques diversos que enriquecen la calidad de las decisiones estratégicas. La diversidad de género en los niveles directivos no sólo es un imperativo ético, sino también una estrategia empresarial sólida que contribuye a la innovación y a la resiliencia organizacional.

En el contexto del mundo laboral, la seguridad y salud en el trabajo emergen como elementos cruciales que impactan tanto a empleadores como a personas trabajadoras. La protección de la integridad física y mental de los trabajadores es una prioridad ética que también incide directamente en la productividad, la satisfac-

ción laboral y la reputación de las empresas. Ante esta premisa surge la necesidad de explorar, de manera más profunda, los diversos aspectos relacionados con la seguridad y salud en el trabajo. A continuación, se presenta la pregunta de investigación ¿Cómo influye el liderazgo de las mujeres en el ámbito de la seguridad y salud en el trabajo en el entorno laboral actual, considerando factores como el acceso a redes profesionales, el equilibrio entre trabajo y vida personal, y el acceso a financiamiento y recursos? Esta interrogante busca arrojar luz sobre cómo el liderazgo femenino, en este ámbito específico, puede influir en las prácticas y resultados, considerando dichos aspectos.

En el complejo entramado de la seguridad y salud en el trabajo, surge la necesidad de comprender cómo diferentes variables pueden incidir en las prácticas y resultados del liderazgo femenino en este ámbito vital. La participación de la mujer en el ámbito empresarial de la seguridad y salud ocupacional, con su perspectiva única, tienen la capacidad para promover ambientes laborales inclusivos, lo que se presenta como un factor crucial en esta ecuación. Es así que la hipótesis planteada postula que el liderazgo femenino en el ámbito de la seguridad y salud en el trabajo impacta de manera significativa en la promoción de prácticas laborales más seguras y saludables. Se espera que las mujeres líderes, al tener acceso a redes profesionales sólidas, logren establecer conexiones estratégicas que faciliten la difusión de mejores prácticas y fomenten la innovación en el ámbito de la seguridad laboral.

Los apartados de este trabajo exploran el liderazgo femenino y la seguridad laboral, enfocándose en cómo la seguridad impulsa el éxito. Los resultados se presentan de forma fragmentada para destacar la dinámica que experimentan las mujeres en su desarrollo profesional, considerando la naturaleza comparativa según el tipo de empresa. El análisis del liderazgo revela experiencias de mujeres para posicionarse en entornos masculinizados, motivaciones emprendedoras y dificultades que afectan tanto el ámbito profesional como la vida familiar. Un apartado se centra en la trayectoria profesional, subrayando logros y retos para enfatizar la necesidad de condiciones equitativas. Finalmente, se explora la importancia de las redes de trabajo como conexiones

esenciales para oportunidades laborales y desarrollo profesional. Este enfoque abreviado destaca las diversas dinámicas de género y la relevancia de apoyar la igualdad de condiciones para el desempeño de las mujeres.

Metodología

El presente estudio adopta un enfoque cualitativo, con el objetivo de explorar las trayectorias, percepciones y desafíos de mujeres empresarias que lideran consultorías en seguridad y salud en el trabajo (SST) en el contexto mexicano. El enfoque cualitativo permite comprender en profundidad las dinámicas de poder, las barreras estructurales y las estrategias empleadas por las mujeres para posicionarse en un sector históricamente masculinizado.

La investigación se enmarca en la metodología de estudio de caso, se optó por la inclusión de mujeres líderes. La decisión de utilizar un enfoque cualitativo se basa en la necesidad de explorar las experiencias, percepciones y desafíos específicos que enfrentan las mujeres en esta área, considerando la baja representación del 18 % reportada por la Asociación Mexicana de Instructores en Seguridad Industrial. Se optó por un diseño de investigación cualitativo debido a su capacidad para profundizar en las perspectivas individuales y capturar la complejidad de las experiencias de las mujeres en un campo predominantemente masculino. La selección de este enfoque permite una exploración detallada de los temas emergentes sin imponer restricciones rígidas a priori.

Se seleccionaron de forma intencional seis empresas dedicadas a la consultoría en SST, todas ellas dirigidas por mujeres con al menos cinco años de experiencia en el rubro. La selección se basó en los siguientes criterios:

- Que las empresas estuvieran registradas formalmente ante instancias gubernamentales (SAT o Secretaría del Trabajo).
- Que ofrecieran servicios específicos de consultoría en áreas como seguridad industrial, ergonomía, normatividad laboral o capacitación en prevención de riesgos.
- Que la dirección general estuviera a cargo de una mujer (propietaria o socia fundadora).

- Que operaran en al menos dos estados de la República mexicana, lo cual permitiera observar una mayor diversidad de contextos regulatorios y empresariales.

Respecto a su tamaño, dos fueron clasificadas como microempresas (menos de 10 personas trabajadoras), una como pequeña empresa (de 11 a 50) y dos como medianas (entre 51 y 100) y una como grande (con más de 100 trabajadoras y trabajadores), con base en los parámetros establecidos por la Secretaría de Economía.

La muestra consistió en mujeres que actualmente trabajan en empresas relacionadas con la seguridad y salud en el trabajo. En este sentido, se identificaron mujeres que no sólo estuvieran desempeñando funciones dentro de una empresa específica en el ámbito de la seguridad y salud en el trabajo, sino más bien, que fueran propietarias de sus propias empresas y se dedicaran a ofrecer servicios de consultoría en este campo, segmentando entre quienes prestan su servicio a micro y pequeñas empresas y aquellas que lo realizan a medianas y grandes empresas. La elección de este enfoque permitió obtener una visión más integral y específica de las experiencias y perspectivas de mujeres líderes y empresarias en el ámbito de la seguridad y salud en el trabajo, lo que permitió enriquecer el análisis.

Se utilizó la entrevista estructurada como técnica principal de recolección de información, por su utilidad en obtener respuestas comparables a partir de un conjunto fijo de preguntas. La guía de entrevista se organizó en cinco bloques temáticos: perfil profesional y trayectoria empresarial, desarrollo del negocio en el ámbito de la SST, barreras de género y estrategias de liderazgo, relación con normatividad y entornos laborales, y proyecciones a futuro y recomendaciones para nuevas emprendedoras.

Las entrevistas semiestructuradas se llevaron a cabo de manera individual, permitiendo a las participantes compartir sus experiencias de manera abierta y reflexiva. Las preguntas se diseñaron para abordar temas clave, como motivaciones para ingresar al campo, desafíos percibidos, oportunidades de desarrollo y sugerencias para fomentar la participación de más mujeres.

Dicha técnica fue aplicada en sesiones presenciales y virtuales de entre 45 y 60 minutos de duración, y fueron grabadas con

consentimiento informado. Posteriormente, se realizó una transcripción literal de los diálogos y un análisis temático a partir de categorías preestablecidas, en diálogo con los marcos teóricos de género y liderazgo organizacional.

El análisis de contenido se utilizó como marco metodológico para examinar en profundidad las respuestas de las participantes. Este enfoque permitió la identificación de patrones, temas y significados en las narrativas recopiladas. El proceso de análisis incluyó la transcripción de las entrevistas, la identificación de unidades de análisis, la asignación de códigos y la agrupación de códigos en categorías más amplias.

Es importante destacar que este estudio reconoce las limitaciones inherentes asociadas con la utilización de una metodología cualitativa. Entre estas limitaciones se encuentran la cuestión de la representatividad de la muestra y la posibilidad de sesgos en las respuestas debido a la naturaleza subjetiva de las entrevistas; sin embargo, se implementaron estrategias específicas para mitigar el impacto. La selección cuidadosa de participantes, asegurando una diversidad en términos de experiencia y contexto empresarial, así como la aplicación de entrevistas semiestructuradas, diseñadas para abordar temas clave, permitieron una exploración más profunda y matizada de las perspectivas de las mujeres propietarias de empresas de consultoría en seguridad y salud en el trabajo; además, el uso del análisis de contenido como método complementario facilitó la identificación de patrones y significados en las narrativas recopiladas. Es crucial señalar que, en la metodología cualitativa, el tamaño de la muestra no pretende hacer generalizaciones, sino más bien profundizar en la comprensión de fenómenos específicos desde una perspectiva contextualizada y detallada. En este sentido, nuestro estudio se enfocó en la riqueza y profundidad de los datos recopilados, más que en la amplitud de la muestra, reconociendo la singularidad de cada experiencia y contexto empresarial.

Marco teórico

El análisis del poder empresarial femenino en el ámbito de la consultoría en seguridad y salud en el trabajo (SST) requiere una

fundamentación teórica que articule enfoques de género, liderazgo organizacional y gestión del entorno laboral. Estos elementos permiten comprender cómo las mujeres acceden, se desempeñan y consolidan su liderazgo en sectores históricamente dominados por varones, como lo es la consultoría técnica en riesgos laborales.

Poder, género y liderazgo en el espacio empresarial

El poder, como categoría analítica, no puede ser entendido en términos unidimensionales, sino como una relación social atravesada por condiciones estructurales y simbólicas. En el ámbito empresarial, el acceso al poder y al liderazgo ha estado condicionado por normas de género que históricamente han privilegiado a los varones en posiciones de decisión y autoridad. Tal como argumenta Lagarde (2005), las mujeres han sido socialmente situadas en *cautiverios* simbólicos que limitan su autonomía y capacidad de agencia en el ámbito público y profesional.

El liderazgo femenino en la empresa contemporánea se enfrenta, además, a desafíos derivados de la persistencia de estereotipos que asocian el liderazgo con rasgos tradicionalmente masculinos. Como explica Medina-Vicent (2015), el liderazgo transformacional que suelen ejercer las mujeres tiende a ser menos valorado en culturas organizacionales jerárquicas y autoritarias, a pesar de su eficacia comprobada en contextos colaborativos y orientados a la innovación.

Asimismo, investigaciones como la de Contreras, Pedraza y Mejía (2012) han demostrado que las mujeres empresarias deben desplegar estrategias adaptativas para negociar su autoridad en espacios dominados por normas masculinas, lo que implica una doble carga simbólica y operativa para consolidar su presencia en el mercado.

Liderazgo femenino en sectores especializados

En sectores técnicos, como la consultoría en seguridad y salud en el trabajo, el liderazgo femenino adquiere particular relevancia, no sólo por la escasa representación de mujeres en estos espacios, sino también por el tipo de habilidades que se requieren para ejercer dicho liderazgo. Las consultoras deben dominar conocimientos

normativos, técnicos y organizacionales, al mismo tiempo que gestionan relaciones interpersonales con equipos multidisciplinarios.

De acuerdo con García Vicente (2021), las mujeres líderes desarrollan estilos de liderazgo más horizontales, basados en la empatía, la comunicación y la cooperación, cualidades que resultan fundamentales en la gestión de entornos laborales seguros y saludables. Este enfoque permite redefinir el liderazgo no como una imposición jerárquica, sino como una práctica relacional que promueve el bienestar colectivo.

Por su parte, Escapa y Martínez (2009) destacan que el liderazgo femenino se fortalece cuando existen redes de apoyo profesional, formación continua y visibilidad institucional, factores que aún se encuentran poco desarrollados en sectores técnicos de alto riesgo como la seguridad industrial.

Seguridad y salud en el trabajo: eje estratégico para la competitividad empresarial

La seguridad y salud en el trabajo constituye un eje fundamental de la política empresarial contemporánea. No sólo se trata de cumplir con normas jurídicas, sino de construir entornos laborales que favorezcan la productividad, reduzcan el ausentismo y garanticen condiciones dignas para los trabajadores. El Reglamento Federal de Seguridad y Salud en el Trabajo (2014) establece la obligatoriedad de identificar, analizar y controlar los factores de riesgo que puedan afectar la integridad física o mental de los empleados.

Desde una perspectiva organizacional, Chiavenato (1999) considera que la gestión del talento humano debe integrar la SST como parte de una estrategia de responsabilidad social empresarial, puesto que incide directamente en la satisfacción laboral y en la reputación corporativa. Esta mirada es consistente con los enfoques contemporáneos de desarrollo sostenible, que vinculan el cuidado de la salud ocupacional con la calidad del empleo y la equidad de género.

En este contexto, las mujeres que lideran consultorías en SST enfrentan los retos propios del emprendimiento y la competitividad. Así como también desempeñan un rol estratégico en la

promoción de una cultura preventiva y de cuidado en el trabajo, revalorizando dimensiones humanas que tradicionalmente han sido subestimadas en la gestión empresarial.

Liderazgo femenino y seguridad en el trabajo como impulsores del éxito empresarial

En el dinámico mundo empresarial contemporáneo, la intersección entre el liderazgo femenino y la seguridad y salud en el trabajo emerge como un factor crítico para el éxito y la sostenibilidad de las organizaciones. Este vínculo es especialmente relevante dado que, según datos de la Asociación Mexicana de Instructores en Seguridad Industrial, apenas 18 % de los profesionales dedicados a esta actividad son mujeres. Ante este contexto, resulta imperativo explorar la importancia de la seguridad y salud en el trabajo no sólo como una obligación legal, sino como una estrategia empresarial clave, mientras se destaca el papel vital que desempeñan las mujeres en el liderazgo para impulsar estos aspectos en el entorno laboral.

En este contexto, el presente análisis busca profundizar en la relación entre el liderazgo femenino y las prácticas de seguridad y salud en el trabajo, explorando cómo la inclusión activa de mujeres en roles de mando, no sólo enriquece la toma de decisiones, sino que también promueve un enfoque más integral hacia la protección de la fuerza laboral y saludable.

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la seguridad y salud en el trabajo (SST) es una disciplina que busca la prevención de las lesiones y enfermedades relacionadas con el trabajo, así como la protección y la promoción de la salud de las personas trabajadoras (OIT, 1998). Es decir, se refiere a un conjunto de principios, normas y prácticas destinadas a proteger la integridad física, mental y social del personal de un centro laboral mediante la prevención de accidentes, lesiones y enfermedades relacionadas con la actividad laboral de la empresa, así como promover un ambiente laboral seguro y saludable.

Dentro de los aspectos principales de la SST se encuentra la anticipación y reconocimiento de los riesgos, la evaluación y control de los peligros, la formación y capacitación constante del personal de

la organización, la participación activa de las personas trabajadoras en la gestión de la seguridad y la promoción de una cultura organizacional que valore la salud y seguridad como aspectos prioritarios. En un contexto más amplio, la SST no sólo beneficia a las personas trabajadoras directamente, sino que también contribuye al buen funcionamiento de las empresas al reducir costos asociados con accidentes y enfermedades, mejorar la productividad y fortalecer la imagen corporativa. Además, el cumplimiento de las normativas en materia de SST es una responsabilidad legal y ética de las empresas para garantizar condiciones laborales seguras y saludables.

En este sentido, la contribución de las mujeres en el ámbito de la SST desempeña un papel crucial en el éxito y la prosperidad sostenible de las empresas. La diversidad de género, particularmente en roles de liderazgo, aporta una variedad de perspectivas, habilidades y enfoques que enriquecen la toma de decisiones y fortalecen la gestión de la SST. La empatía, la comunicación efectiva y la capacidad para comprender las necesidades individuales son cualidades que pueden influir positivamente en la implementación de medidas preventivas y en la promoción de una cultura de seguridad; además de fomentar la diversidad de género que permite que las voces y preocupaciones de todo el personal, independientemente de su género sean tomadas en cuenta en las estrategias de seguridad y salud.

Pese a lo anterior, y ante la falta de bases de datos que nos hablen del lugar que ocupan las mujeres en posiciones de mando en materia de seguridad y salud en el trabajo en México, se considera valioso el destacar la información publicada por el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO, 2022), donde se explica cuantitativamente cómo la participación de mujeres en el ámbito empresarial revela una notable disparidad a medida que se asciende en la jerarquía organizacional. Aunque las empresas listadas en las bolsas mexicanas de valores muestran una representación del 36 % de mujeres en su plantilla laboral, este porcentaje disminuye de manera significativa en roles de liderazgo. En particular, la presencia de mujeres se reduce a un 21 % en las direcciones de áreas jurídicas, a un 10 % en las direcciones de finanzas y de manera aún más pronunciada a 4 % en la dirección general. Este fenómeno re-

fleja un patrón preocupante que subraya las barreras y desafíos que las mujeres enfrentan al ascender a roles ejecutivos, evidenciando la existencia de brechas de género en el acceso a posiciones estratégicas.

El estudio de IMCO (2022) revela, además que el 27 % de las empresas examinadas carecen de presencia femenina en sus consejos de administración, esta ausencia de representación en los niveles más altos de toma de decisiones no sólo limita la diversidad de perspectivas cruciales para una gobernanza efectiva, sino que también refleja la necesidad imperante de abordar las barreras sistémicas que obstaculizan el avance de las mujeres en roles de liderazgo. Estas estadísticas resaltan la importancia de impulsar iniciativas y políticas que fomenten la igualdad de oportunidades y la equidad de género en todos los niveles de la estructura empresarial para lograr un entorno laboral más inclusivo y sostenible.

La disparidad de género en las posiciones de liderazgo dentro de las empresas, como se evidencia en las estadísticas mencionadas, puede tener implicaciones significativas para la seguridad y salud en el trabajo. La diversidad en la toma de decisiones y la representación equitativa en todos los niveles organizativos son esenciales para construir culturas laborales seguras y saludables. Cuando las mujeres están subrepresentadas en roles ejecutivos y en consejos de administración se corre el riesgo de perder perspectivas cruciales que podrían influir en la formulación de políticas y estrategias relacionadas con la SST.

Resultados

Como antecedente para comprender las dinámicas de género en el ámbito empresarial, se presenta un análisis que aborda dos grupos distintos de empresas: el primero conformado por micro y pequeñas empresas, y el segundo por empresas medianas y grandes, las cuales representan los casos de estudio. Esta selección se basa en la premisa de que las experiencias de las mujeres en posiciones directivas o gerenciales pueden variar significativamente según el tamaño de la empresa en que trabajan. El objetivo es identificar y comparar las diferencias y similitudes que enfrentan las

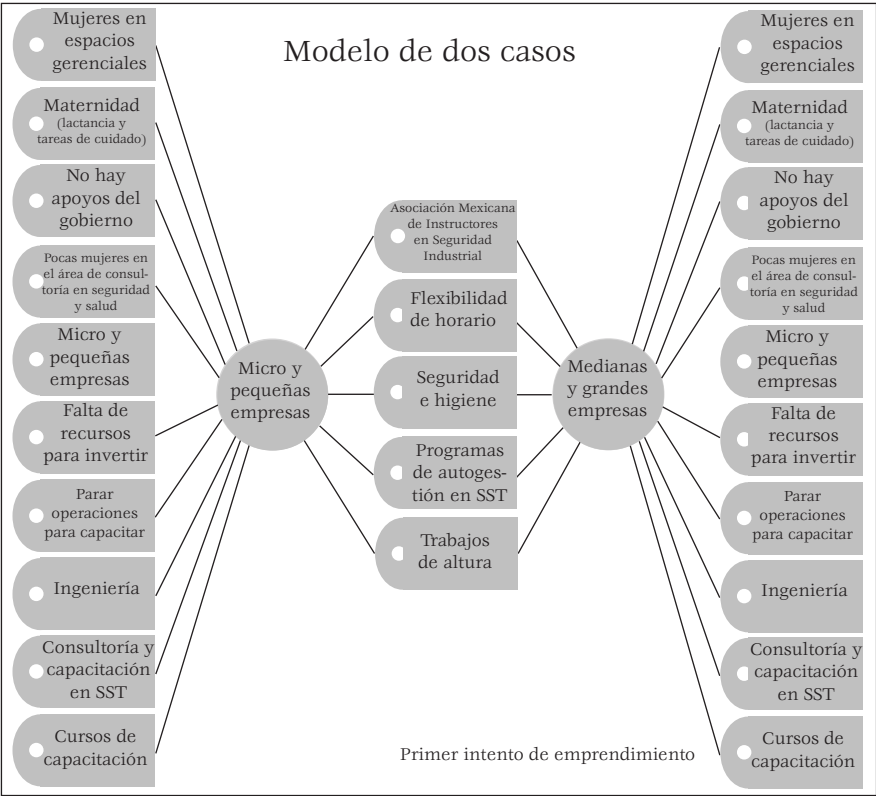
mujeres en estos dos contextos empresariales. Se busca analizar aspectos como la representación femenina en roles de liderazgo, los desafíos específicos que enfrentan en cada tipo de empresa, las oportunidades de desarrollo y la influencia de factores culturales y estructurales en la equidad de género. Este enfoque diferenciado proporcionará una comprensión de las dinámicas de género en diversos entornos empresariales.

Dinámicas de género en el mundo empresarial: Un análisis diferenciado, incluyendo la perspectiva de seguridad y salud en el trabajo

Como punto de partida para explorar las complejidades de las dinámicas de género en el entorno empresarial, se realiza un análisis que divide las empresas en dos categorías: micro y pequeñas empresas, y empresas medianas y grandes, que sirvieron como casos de estudio. La elección de estos grupos se fundamenta en la premisa fundamental de que las experiencias de las mujeres en roles de liderazgo pueden variar considerablemente según el tamaño y estructura de la empresa en que trabajan. El propósito principal de hacer esta segmentación fue identificar y comparar las diferencias y similitudes que enfrentan las mujeres en estas dos categorías empresariales, con la intención de arrojar luz sobre las complejidades específicas de cada contexto.

El análisis consideró diversos aspectos, entre ellos la representación femenina en posiciones directivas, los desafíos particulares que enfrentan en cada tipo de empresa, las oportunidades de desarrollo disponibles y la influencia de factores culturales y estructurales en la promoción de la equidad de género. Este enfoque diferenciado permite una exploración detallada de las dinámicas de género en materia de seguridad y salud ocupacional en entornos empresariales diversos, revelando las particularidades que pueden influir en la trayectoria profesional de las mujeres en función del tamaño y la complejidad organizativa (figura 2).

Figura 2
Casos de estudio



El análisis de la presencia de mujeres en roles directivos o gerenciales en empresas de distintos tamaños refleja desafíos significativos, en el contexto de empresas micro y pequeñas, donde los recursos son más limitados, las mujeres enfrentan desafíos adicionales, incluyendo dificultades para invertir en capacitación y para conciliar la maternidad con las exigencias laborales. La falta de recursos también impacta en la capacidad de estas empresas para ofrecer apoyos esenciales como facilidades para la lactancia y cuidado infantil.

A pesar de estas diferencias, existen aspectos comunes en ambas categorías de empresas. La pertenencia a la Asociación Mexicana de Instructores en Seguridad Industrial, la flexibilidad

de horarios, el énfasis en seguridad e higiene, la implementación de programas de autogestión en seguridad y salud en el trabajo, así como la atención a trabajos en alturas, revelan un compromiso generalizado con la seguridad laboral; sin embargo, para lograr mayor equidad de género, será crucial abordar los desafíos específicos que enfrentan las mujeres en distintos tamaños de empresas, desde la discriminación en empresas medianas y grandes hasta la falta de recursos en micro y pequeñas empresas.

Se ha procedido a la visualización y división de este sector en dos categorías: aquellas personas que ofrecen consultoría a empresas micro y pequeñas, y quienes brindan servicios similares a empresas medianas y grandes. Esta clasificación se ha llevado a cabo en virtud de la identificación de desafíos y retos que presentan variaciones según el tamaño de la empresa. Se observa que en algunos aspectos se identifican temas de discriminación; mientras que, en otros, dichos temas no son tan prominentes. El análisis se ha realizado desde la perspectiva y la experiencia de las empresarias, con el objetivo de comprender y reflexionar sobre sus vivencias, retos diarios y las situaciones que enfrentan al representar a sus empresas en este sector.

Así, hemos delineado algunos rasgos y características fundamentales que logramos identificar en este proceso; por ejemplo, al abordar a aquellas que brindan asesoría a empresas micro y pequeñas, las consultoras destacaron que no experimentaron discriminación al ser mujeres en lugar de hombres en el momento de ser contratadas para ofrecer servicios de consultoría, asesoría, talleres u otros servicios que pudieran presentar.

No obstante, al tratarse de mujeres que se desenvuelven en empresas de gran envergadura, como aquellas vinculadas a la minería o la construcción, se encuentran con desafíos notables. En este contexto, al tener que descender a la mina y colaborar estrechamente con los operadores, quienes ejecutan las tareas directamente, enfrentan resistencia hacia su liderazgo y las decisiones que toman. Es revelador que algunas mujeres han compartido experiencias en las cuales, al llegar al lugar de trabajo, se les ha dicho de manera directa que no se comunicarán con ellas y que prefieren un colega masculino.

Lo expuesto surge de situaciones que enfrentaron las consultoras, a quienes se les comunicó directamente: “Yo no hablo con mujeres, a mí tráiganme un hombre; porque yo no hablo con mujeres”. Estas expresiones evidencian la existencia de resistencias y actitudes discriminatorias, señalando una preferencia inequívoca por la comunicación con colegas masculinos en lugar de interactuar con mujeres profesionales. Esta actitud plantea interrogantes fundamentales, como el modo en que se cuidará la vida y la seguridad en el trabajo si no se establece una comunicación efectiva independientemente del género.

Estas barreras, arraigadas en aspectos culturales y estereotipos de género persistentes, destacan la presencia de desafíos que, sorprendentemente, perduran en ciertos espacios en pleno siglo actual.

Forjando liderazgo: Mujeres en la seguridad y salud en el trabajo

Las experiencias compartidas por mujeres líderes que han emprendido la tarea de fundar y dirigir sus propias empresas en el sector de la seguridad y salud en el trabajo, son especialmente reveladoras. Desde sus años de formación académica, estas profesionales decidieron enfocarse en el ámbito de la seguridad laboral, marcando un compromiso temprano con una disciplina fundamental para el bienestar de las personas trabajadoras y el éxito empresarial sostenible, destacando la determinación de estas mujeres y reconociendo la importancia estratégica de la seguridad y salud en el trabajo, como componente integral de la ingeniería y la gestión empresarial. Sus experiencias formativas y su posterior éxito empresarial sugieren que han desafiado estereotipos de género en campos técnicos y han liderado en la creación y gestión de empresas centradas en la seguridad y salud laboral, contribuyendo así a la construcción de entornos de trabajo más seguros y saludables.

Algunos ejemplos de los retos que han enfrentado las mujeres empresarias en el ámbito de la SST, ponen de manifiesto la discriminación y la cultura misógina a la que estuvieron expuestas: “Hubo profesores que les decían a las estudiantes ‘a la cocina’, ‘váyase a coser ¿qué hace aquí? usted no va a poder’”. Otra participante relató que, una vez logró graduarse, el rector de su universidad se acercó y le dijo: “Te cargaba la mano, ¿verdad? Pero

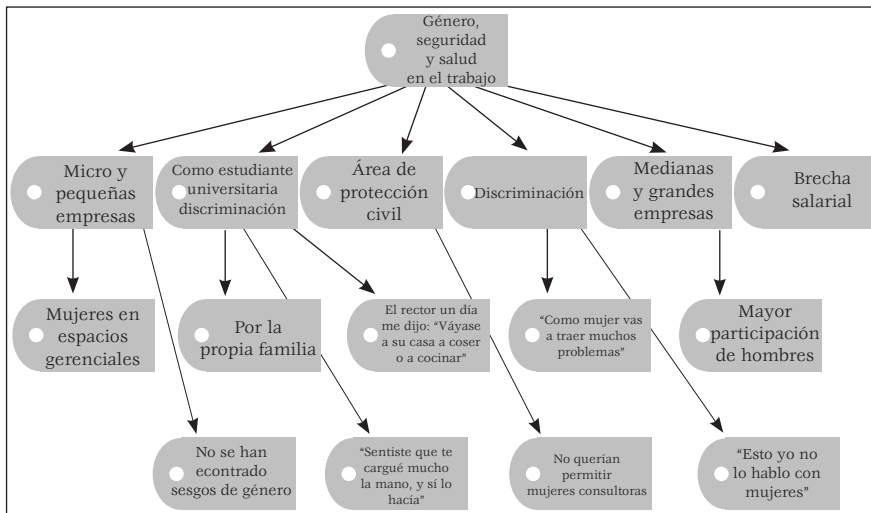
mira, lo lograste, ya te graduaste, ya te titulaste”; la entrevistada compartió que, en su momento, lloraba; actualmente expresa su satisfacción por haber alcanzado sus metas académicas, pero reconoce que fue indebidamente tratada por quien se desempeñaba como rector de la universidad: “Hoy me doy cuenta que fui violentada, fui violentada en mi carrera”. Estos son claros ejemplos de la discriminación hacia las mujeres en el camino a construirse como expertas en SST.

En el ámbito familiar, otra consultora compartió una experiencia reveladora: “Yo pedí una computadora porque la carrera me lo implicaba, y en mi casa le compraron la computadora a mi hermano, que en realidad él no la necesitaba, pero como no me veían mucho futuro en esta área... Y me costó, yo me iba con un amigo. Y ahí a talachar y sacar el trabajo en la computadora de él.” Este relato pone de manifiesto las barreras y sesgos de género arraigados en las expectativas familiares, donde la falta de apoyo y reconocimiento hacia la aspiración académica de la mujer, en un área que tradicionalmente no es para mujeres, dicha aspiración se traduce en obstáculos tangibles, como la carencia de recursos necesarios para su formación. La necesidad de recurrir a la ayuda de un amigo para acceder a una computadora revela la lucha que algunas mujeres enfrentan para superar las limitaciones impuestas por percepciones estereotipadas de género.

En el ámbito personal, al momento de egresar, resulta especialmente intrigante la reflexión que comparten acerca del perfil alfa y el perfil patriarcal. Una de ellas menciona: “A mí me costó mi divorcio por defender mi empresa”, diciéndole al esposo “voy a ir a Saltillo, me voy por unos días, voy a ir a Zacatecas a la mina”; ella es una mujer empresaria, madre de tres hijos y estaba casada, ante las actividades laborales que le exigía su empresa indicó que la respuesta de su marido fue: “Yo no soy niño. Yo no voy a quedarme aquí a cuidar niños”, por lo que ella decidió entonces divorciarse: “Me divorcié, porque estoy haciendo esto por mí y por mi familia, y él no pudo entenderlo”. Este relato revela un aspecto personal crucial presente en mujeres que enfrentan roles de liderazgo: la resistencia o falta de comprensión por parte de sus parejas ante sus compromisos laborales, así como la falta de una cultura y política

nacional en materia de cuidado bajo una perspectiva de género. La experiencia de una separación matrimonial en pos de su empresa destaca los desafíos adicionales que afrontan en la integración de roles tradicionalmente asignados a géneros específicos (figura 3).

Figura 3
Forjando liderazgos



En el ámbito de la discriminación, las entrevistas revelan que son más frecuentes las expresiones despectivas o violentas ante el ejercicio de mando femenino por el personal de las empresas micro y pequeñas, en contraste con las medianas y grandes empresas. Expresiones como "yo no hablo con mujeres" o "como mujer me vas a traer muchos problemas con mi gente, no te puedo contratar", son algunas de las experiencias compartidas, y se profundizan si estos centros de trabajo se encuentran localizados geográficamente en zonas rurales. Algunas de las entrevistadas refirieron sentirse discriminadas frente a colegas masculinos que ofrecen el mismo servicio empresarial que ellas y a quienes se les da preferencia en la contratación, e incluso son mejor remunerados simplemente por ser del sexo masculino. Otra experiencia es la que nos compartió una mujer líder en SST, quien tuvo que esperar varios años a que su solicitud como consultora en el ámbito de protección civil

fuera autorizada, puesto que, a decir de la entrevistada, el titular del área en su estado no quería que las mujeres participaran ofreciendo este tipo de servicios, con base a prejuicios personales.

La motivación que impulsa a las mujeres en el mundo de la seguridad y salud en el trabajo

La decisión de emprender y establecer su propia empresa en el ámbito de la seguridad y salud en el trabajo ha sido influenciada de manera significativa por experiencias personales y desafíos únicos que enfrentan las profesionales en este campo. La independencia de las consultoras se ve directamente afectada por consideraciones como la conciliación entre la vida laboral y familiar. Preguntas como “¿cómo decidiste emprender o montar tu propia empresa?” y “¿por qué no te quedaste laborando en las empresas, en el puerto o en la fábrica?”, revelan la complejidad de las decisiones profesionales en un contexto donde la maternidad y la vida familiar impactan de manera sustancial en la carrera laboral de las mujeres.

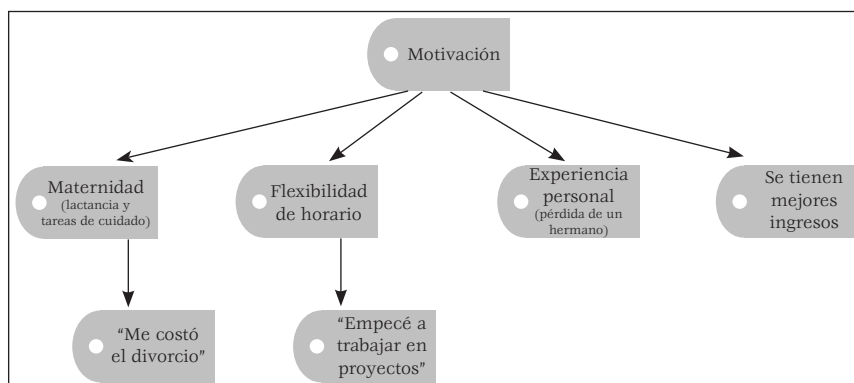
Las narrativas compartidas por muchas profesionales resaltan una realidad persistente: las dificultades que surgen cuando las mujeres ingresan al rol de madres en el entorno laboral de seguridad y salud en el trabajo. Las entrevistadas describen los desafíos de conciliar las demandas laborales, las expectativas familiares y las responsabilidades maternas, destacando la complejidad de la gestión de horarios extenuantes en este campo específico. Desde el dar lactancia hasta lidiar con permisos para atender a hijos enfermos o eventos escolares, estas mujeres evidencian una serie de obstáculos que hacen que permanecer en el empleo tradicional sea una opción menos viable.

Las experiencias compartidas subrayan la necesidad de abordar de manera integral las barreras que limitan la participación y el progreso de las mujeres en la seguridad y salud en el trabajo. Los horarios laborales demandantes y la falta de flexibilidad parecen ser factores clave que impulsan a estas profesionales a buscar independencia a través de la creación de sus propias empresas. En este contexto, la importancia de la flexibilidad laboral surge como un factor determinante en la decisión de muchas mu-

jes de emprender y establecer sus propias empresas en el ámbito de seguridad y salud en el trabajo.

La flexibilidad laboral no sólo se presenta como una solución práctica para conciliar la vida profesional y familiar, sino que también se erige como una herramienta estratégica en la gestión empresarial. Aquellas que han optado por emprender resaltan la capacidad de adaptar sus servicios y prácticas comerciales para satisfacer las necesidades cambiantes del mercado y las demandas de los clientes. Este enfoque ágil y adaptable responde a las exigencias personales y demuestra la capacidad de las empresarias para liderar con innovación y eficacia en el competitivo sector de seguridad y salud en el trabajo. Este análisis refleja la urgencia de implementar políticas y prácticas laborales que reconozcan y apoyen las complejidades de la vida de las mujeres profesionales, fomentando así una participación más equitativa y sostenible en el ámbito laboral (figura 4).

Figura 4
Motivación



Alrededor del 70 % de las entrevistadas compartieron opiniones como: “Le puse pausa a mi trabajo. ¿Para qué? Para irme a cuidar a mis hijos”. En última instancia, estamos abordando cuestiones de desigualdad, ya que 82 % de los hombres que se desempeñan en el ámbito de la seguridad y salud en el trabajo no han experimentado estas pausas laborales relacionadas con responsabilidades de cuidado infantil. Este contraste subraya las inequidades de género

arraigadas en las expectativas sociales y las limitaciones estructurales que afectan a las mujeres en el ámbito laboral, especialmente cuando se enfrentan a roles simultáneos de madres y profesionales.

Otra de las motivaciones expresadas por las entrevistadas son manifestaciones de experiencias personales de haber perdido un familiar con motivo de la falta de SST en su centro de trabajo; expresiones como: “Yo perdí a mi hermano en un accidente eléctrico en una empresa, y fue cuando yo dije ‘yo voy a estudiar y voy a hacer muy buena en este tema, voy a hacer un buen trabajo, porque voy a cuidar que nadie más vuelva a morir por un tema de que no se cumplan con las medidas adecuadas para evitar riesgo eléctrico’”. En otros casos, se destacó el tema del ingreso percibido, rubro vinculado a la falta de flexibilidad laboral y la maternidad, puesto que las entrevistadas que son madres refirieron que el entusiasmo por conseguir mejores ingresos brindando los servicios de consultoría por su cuenta, aunado a que los horarios laborales en el ámbito del empleo subordinado en seguridad y salud en el trabajo eran particularmente extenuantes, fue un motor importante para consolidarse como empresarias del sector de la SST.

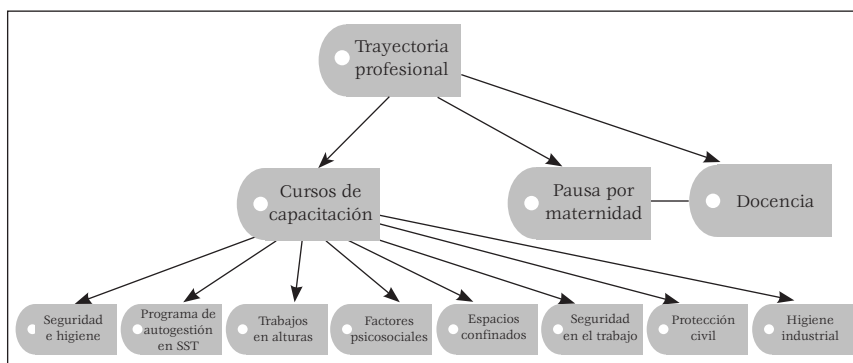
El camino profesional de las mujeres emprendedoras

Las trayectorias de vida y laborales de las mujeres empresarias en el ámbito de SST presentan una narrativa única y a menudo no convencional. Después de graduarse como ingenieras, muchas de ellas siguen la ruta tradicional al ingresar a empresas en el sector laboral; sin embargo, la dinámica cambia significativamente cuando estas mujeres alcanzan el punto crucial de la maternidad. Todas las entrevistadas, siendo madres, experimentaron un quiebre en sus trayectorias laborales al enfrentar los desafíos inherentes a la crianza y a las rigideces de los horarios laborales en este sector específico (figura 5).

Dicho quiebre no representa una pausa definitiva en sus carreras, sino más bien el inicio de un nuevo capítulo. La convicción de no renunciar a sus aspiraciones profesionales se manifiesta en la decisión de iniciar dando cursos de capacitación, periodo en el que se les permite mantenerse activas profesionalmente y se convierte en un catalizador para superar el denominado síndrome del

impostor.¹ Con una renovada confianza en sus habilidades y conocimientos, estas mujeres deciden dar un paso más allá y emprender, estableciendo sus propias empresas en el ámbito de SST.

Figura 5
Trayectoria profesional



En la actualidad, estas empresarias están cosechando los frutos de su valiente emprendimiento. Sus trayectorias, marcadas por la resiliencia, la adaptabilidad y la determinación reflejan la capacidad de superar obstáculos y reinventarse profesionalmente.

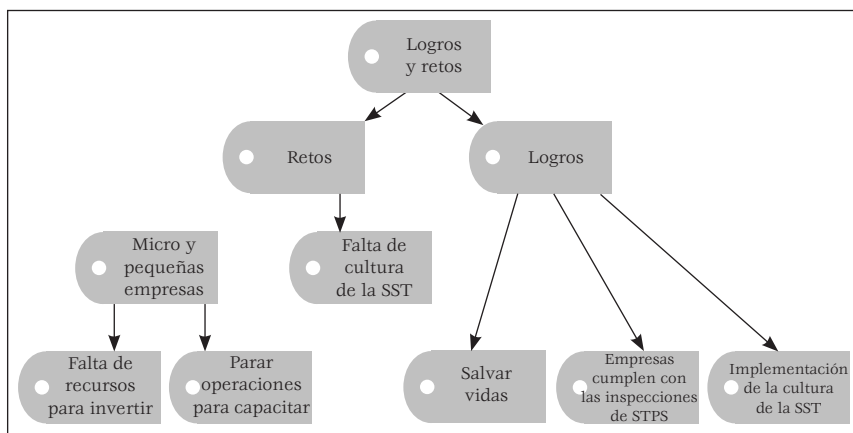
A pesar de los notables logros alcanzados en el ámbito de seguridad y salud laboral, subsisten desafíos considerables, particularmente para las micro y pequeñas empresas. Entre estos obstáculos, la carencia de recursos financieros para invertir en programas especializados en SST se presenta como un desafío fundamental. La limitación de recursos constituye un impedimento significativo que dificulta la adopción y ejecución de prácticas y protocolos de seguridad, necesarios para garantizar ambientes laborales seguros.

1 El síndrome del impostor es un fenómeno psicológico en el cual una persona, a pesar de tener logros y competencias significativas, siente una constante sensación de que es un fraude o un impostor. Las personas que experimentan este síndrome suelen atribuir sus éxitos a la suerte o a factores externos en lugar de reconocer sus habilidades y méritos. A menudo, temen ser descubiertas como incompetentes, a pesar de evidencia objetiva que demuestra lo contrario. Este fenómeno puede afectar a individuos en diversos ámbitos de la vida, como el profesional, académico o personal. La superación del síndrome del impostor generalmente implica reconocer y aceptar los propios logros, así como trabajar en el desarrollo de la autoconfianza.

Para muchas de estas empresas, detener las operaciones cotidianas para facilitar la capacitación adecuada de su personal es un lujo que escapa a sus posibilidades.

Las mujeres consultoras en el ámbito de la SST se destacan por una serie de logros significativos que contribuyen a la mejora del entorno laboral, entre ellos se encuentra la capacidad de salvar vidas a través de la implementación de prácticas y políticas que priorizan la seguridad laboral; asimismo, se han asegurado de que las empresas cumplan con las inspecciones de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), promoviendo un cumplimiento riguroso de las normativas en materia de seguridad y salud (figura 6).

Figura 6
Logros y retos



Además, estas consultoras han trabajado para fomentar una cultura de seguridad y salud laboral en los lugares de trabajo; su labor ha contribuido a concientizar a personas empleadoras y empleadas/empleados sobre la importancia de adoptar prácticas seguras, reduciendo así el riesgo de accidentes y mejorando las condiciones laborales en general.

El impacto desproporcionado de estos desafíos en las micro y pequeñas empresas resalta la necesidad urgente de abordar las disparidades en los recursos disponibles para la seguridad y salud en el trabajo. La implementación de estrategias que faciliten

el acceso a programas de capacitación y recursos específicos para estas empresas se presenta como un paso crucial para mejorar la seguridad laboral en todos los niveles organizativos y garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable para todo el personal. Adicionalmente, un reto compartido por empresas de todos los tamaños es la necesidad de promover una cultura arraigada en la seguridad y salud laboral. En este contexto, la incorporación de apartados específicos para las mujeres en el Reglamento Federal de Seguridad y Salud en el Trabajo ha marcado una tendencia de mejoramiento, al reconocer y atender las necesidades particulares de este sector de la población laboral. Estas disposiciones contribuyen no sólo a cerrar brechas de desigualdad, sino también a garantizar condiciones de trabajo más inclusivas y seguras para las trabajadoras. La falta de conciencia y compromiso, en este sentido, sigue siendo notoria en diversos entornos laborales, lo que resalta la importancia de continuar trabajando en la sensibilización y educación en este ámbito.

Redes de trabajo

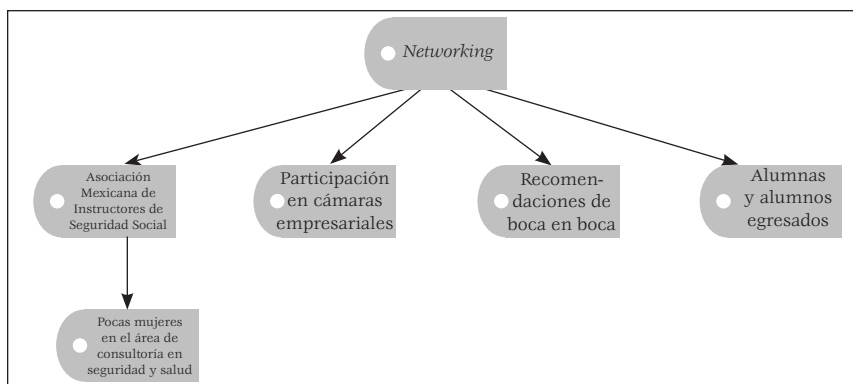
En el ámbito de cómo desarrollan el *networking*, las mujeres consultoras enfrentan un conjunto particular de desafíos al estar inmersas en entornos mayoritariamente masculinos. La cuestión central de cómo lograr ser contratadas y destacarse adquiere una relevancia especial. La estrategia que comparten estas profesionales es de participar activamente en asociaciones especializadas y buscar formar parte de cámaras empresariales. Estas plataformas proporcionan un espacio donde las mujeres pueden establecer conexiones significativas, compartir experiencias y acceder a oportunidades laborales en el competitivo mundo de la SST.

Sin embargo, la efectividad de estas estrategias va más allá de la simple afiliación. Las mujeres consultoras subrayan la necesidad constante de demostrar de manera proactiva su conocimiento y habilidades. Se enfrentan al desafío adicional de superar expectativas preexistentes y desafiar percepciones arraigadas en entornos dominados por hombres. El énfasis en la excelencia profesional y la habilidad para destacarse en su campo se convierten en herra-

mientas esenciales para ganarse un lugar en un sector donde las mujeres son menos representadas.

En este proceso de construcción de relaciones en el *networking*, las mujeres consultoras también resaltan la importancia de establecerse como líderes y referentes en sus respectivos campos. Ser reconocidas como expertas en seguridad y salud laboral no sólo contribuye a su crecimiento profesional, sino que también allana el camino para futuras oportunidades laborales y colaboraciones. Este enfoque estratégico, combinado con una participación activa en redes especializadas, se convierte en un medio efectivo para contrarrestar las barreras de género y avanzar en el entorno empresarial (figura 7).

Figura 7
Networking



Además de su participación activa en asociaciones y cámaras empresariales, muchas mujeres consultoras han identificado en la docencia una estrategia efectiva para construir conexiones sólidas y establecerse como líderes en el ámbito de la seguridad y salud en el trabajo. Al compartir su experiencia y conocimientos a través de la enseñanza, estas profesionales contribuyen al desarrollo de futuros expertos en el campo y establecen vínculos significativos con su alumnado.

Esta conexión de enseñanza-aprendizaje se traduce en relaciones a largo plazo que van más allá del aula. Muchos y muchas de quienes egresan, al ingresar al mundo laboral reconocen y valoran

la orientación y el apoyo recibidos durante su formación. En consecuencia, estas mujeres consultoras no sólo son recomendadas por sus antiguos alumnos, sino que, en algunos casos, los mismos egresados se convierten en empleadores y las contratan para proyectos y roles relevantes. La docencia, por lo tanto, emerge como una estrategia integral para construir relaciones duraderas en el ámbito profesional.

Otro aspecto relevante, destacado por las entrevistadas al momento de establecer *networking*, es la importancia a la apariencia personal, que emerge como un elemento adicional en la estrategia de garantizar oportunidades laborales. Se enfatiza que mantener una apariencia impecable y cuidada se convierte en una condición esencial, donde la delgadez se percibe como un criterio determinante para asegurar empleo en un entorno laboral históricamente sesgado hacia ciertos estándares estéticos.

La transformación visual que una de las entrevistadas experimentó resalta la presión adicional que enfrentan las mujeres en el campo laboral de la SST. Más allá de la experiencia y habilidades, la apariencia física se convierte en un factor que puede influir de manera significativa en la percepción y aceptación laboral. La necesidad de adaptarse visualmente para posicionarse destaca la complejidad de los desafíos que las mujeres consultoras enfrentan al tratar de destacar y competir en un entorno donde las expectativas de género pueden ser aún más exigentes. La historia de esta consultora destaca la necesidad de fomentar un ambiente laboral inclusivo que reconozca y valore la diversidad en todas sus formas, y que promueva la equidad de oportunidades independientemente de la apariencia física.

Dicho brevemente, la forma en que estas mujeres consultoras abordan el *networking* destaca su resiliencia y determinación para sobresalir en un entorno profesional desafiante. Al participar en asociaciones especializadas y cámaras empresariales, y al demostrar constantemente su valía, estas mujeres no sólo buscan oportunidades profesionales, sino que también contribuyen a la construcción de un espacio laboral más inclusivo y equitativo en el ámbito de la seguridad y salud en el trabajo.

Consideraciones finales

Al profundizar en estas reflexiones, se destaca la importancia de abordar la temática del liderazgo femenino en el ámbito laboral. Este enfoque se traduce en mejoras internas en las empresas e impacta directamente en la construcción de una cultura laboral más justa, equitativa e inclusiva. Al fomentar el reconocimiento y la valoración de las capacidades de liderazgo de las mujeres, se contribuye activamente a derribar barreras y prejuicios arraigados en torno a los roles de género.

En consonancia con las valiosas perspectivas compartidas por las consultoras, se subraya la idea de que el liderazgo femenino beneficia a las mujeres individualmente, y enriquece y diversifica la dinámica laboral en su conjunto. La incorporación de diferentes perspectivas y enfoques, inherentes a la diversidad de género, mejora la toma de decisiones y fomenta un ambiente laboral más creativo y resiliente.

Además, la lucha contra el síndrome del impostor, tan común entre las mujeres, adquiere una relevancia destacada en este contexto. Al romper con estas autoimpuestas limitaciones, las mujeres encuentran el espacio y la confianza necesarios para avanzar y alcanzar sus metas profesionales. Este proceso beneficia a las mujeres individualmente y contribuye a cambiar las percepciones culturales sobre el papel de la mujer en el ámbito laboral.

En cuanto a la cuestión de género en las responsabilidades familiares, las conclusiones nos invitan a replantear las dinámicas tradicionales. Al proclamar que la responsabilidad de cuidar a los niños y las tareas domésticas no recae exclusivamente en un género, se abren nuevas posibilidades para construir relaciones más equitativas y colaborativas en el ámbito familiar.

El análisis del liderazgo femenino en la seguridad y salud en el trabajo no solo se traduce en mejoras tangibles en el ámbito laboral, también desencadena una serie de transformaciones culturales más amplias. Estas transformaciones van desde la reevaluación de roles de género hasta la promoción de un entorno laboral más inclusivo y diversificado, marcando así un paso crucial hacia la construcción de sociedades más justas y equitativas. Este tema nos hace reflexionar en cómo las mujeres ejercen el poder en el ámbito

de la consultoría en SST, cómo se enfrentan a desafíos y cómo aprovechan las oportunidades en este entorno laboral específico.

Referencias

- Chiavenato, I. (1999). *Administración de Recursos Humanos* (5.^a ed.). McGraw-Hill. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15522/mod_resource/content/0/Chiavenato%20Idalberto.%20Administraci%C3%B3n%20de%20Recursos%20Humanos.pdf
- Contreras, F.; Pedraza, J. E. y Mejía, X. (2012). La mujer y el liderazgo empresarial. *Diversitas*, 8(1), 131-142. <https://doi.org/10.15332/s1794-9998.2012.0001.12>
- Escapa, R. y Martínez, L. (2009). *Estrategias de liderazgo para mujeres directivas*. Instituto de la Mujer. <https://es.scribd.com/document/779010720/Estrategias-de-liderazgo-para-mujeres-directivas-Rosa-Escapa-Garracho-n-Luz-Marti-nez-Ten>
- García Vicente, A. I. (2021). *Liderazgo en femenino*. Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. <https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/109854/1/TFG%20Ana%20Isabel%20Garcia%20Vicente.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2020). *Los hombres y las mujeres en las actividades económicas*. Censos Económicos 2019. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825198664.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2021). *Características de los establecimientos de propietarios y propietarias*. Censos Económicos 2019. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/889463900900.pdf
- Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO). (2022). *Mujeres en las empresas: Impulsoras del cambio*. <https://imco.org.mx/mujeres-en-las-empresas-2022/>
- Lagarde y De los Ríos, M. (2005). *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*. UNAM. <https://desarmandolacultura.files.wordpress.com/2018/04/lagarde-marcela-los-cautiverios-de-las-mujeres-scan.pdf>

- Medina-Vicent, M. (2015). *Hacia un liderazgo femenino de corte transformacional en la dirección de las organizaciones empresariales*. https://www.researchgate.net/publication/278392533_Hacia_un_Liderazgo_Femenino_de_corte_transformacional_en_la_direccion_de_las_organizaciones_empresariales
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (1998). *Principios directivos técnicos y éticos relativos a la vigilancia de la salud de los trabajadores*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_publ_9223108284_es.pdf
- Reglamento Federal de Seguridad y Salud en el Trabajo. (2014). <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regla/n152.pdf>
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social (2014). *Reglamento Federal de Seguridad y Salud en el Trabajo*. Diario Oficial de la Federación. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regla/n152.pdf>

Capítulo 9

De emprendedora a empresaria. Retos, desafíos y adversidades: caso de la empresa “Lupita Coronel” *Beauty Academy*

Oriana Zaret Gaytán Gómez
María Guadalupe Martínez Coronel

La introducción

Emprender no es fácil, y para una mujer es aún más complicado, ya que debe enfrentar obstáculos, y sortear retos y desafíos, uno de ellos es la desigualdad de género, la cual se ha estructurado en el tiempo y el espacio con base a la organización patriarcal que prevalece en nuestra sociedad (Torns, 1995). Dicha desigualdad ha llevado a las mujeres a vivir la discriminación, tanto en el mercado laboral (Jiménez, 2017; Torns y Recio, 2012; Zamudio et al., 2014) como en la esfera del emprendimiento (Saavedra y Camarena, 2015; Castiblanco, 2013; Álvarez et al., 2013).

En el mercado laboral se puede observar a través de la discriminación indirecta hacia las mujeres con la desigualdad salarial,

la dificultad para compatibilizar su tiempo laboral con el familiar y doméstico, así como con el riesgo a vivir acoso sexual en sus campos de trabajo (Torns, 1995; Jiménez, 2017; Torns y Recio, 2012).

Las mujeres también son discriminadas en el ámbito empresarial, ya que en dichos espacios persisten los estereotipos de género, con los cuales se puede considerar a una mujer como no apta para dirigir una empresa por no poseer las habilidades suficientes para tomar decisiones y administrar un negocio (Díaz y Jiménez, 2010, citados en Saavedra y Camarena, 2015).

Llamamos desigualdad de género a las disparidades injustas y sistemáticas observadas entre hombres y mujeres en términos de acceso y control de recursos, oportunidades, derechos y poder en la sociedad. Estas desigualdades se manifiestan en diversas áreas de la vida de las mujeres, como en el ámbito educativo, político, social y familiar; se presentan a través de brechas salariales, discriminación en el empleo, acceso desigual a la educación, roles de género estereotipados y violencia de género, entre otros aspectos (Zamudio et al., 2014).

En las mujeres, la desigualdad de género está presente a la hora de “acceder, permanecer y buscar la promoción en un puesto de trabajo” (Jiménez, 2017, p. 4). Varios estudios argumentan que dicha desigualdad las ha llevado a la polarización, precarización y segregación del empleo a través de la cada vez más creciente presencia de ellas en el mercado de trabajo (Torns, 1995; Jiménez 2017; Torns y Recio, 2012).

Esta desigualdad ha tenido como resultado que decidan emprender ante la falta de oportunidades laborales y económicas, de empleos bien remunerados y de oportunidades reales de crecimiento, e incluso ante problemas de acoso en el trabajo, buscando mejores condiciones que las ofrecidas por su actual puesto o el que podrían adquirir en el mercado laboral (Jiménez, 2017; Supo, 2022; Paredes-Hernández et al., 2023; Finke et al., 2021; Peña et al., 2020).

No obstante, y pese a todos los retos que una mujer debe de sortear para llevar a cabo un emprendimiento, hoy se reconoce a las mujeres emprendedoras como claves en el progreso de las economías a nivel mundial, quienes con su trabajo aportan al crecimiento y desarrollo económico y social, no sólo de su país sino

de la región que habitan (Perilla y Peña, 2021; Barrachina et al., 2021; Peña et al., 2020). También se les reconoce un estilo distinto de liderar al de los varones, pues en ellas se observa liderazgo intuitivo, receptivo, asertivo e inclusivo (Supo, 2022).

En los datos duros, según el informe del año 2023 del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), las mujeres están al frente de un tercio de las empresas de alto crecimiento en el mundo, además de que son impulsoras de innovación, puesto que se encuentran en uno de cada tres de este tipo de emprendimientos; sin embargo, este arquetipo de empresarias innovadoras que presentan altas tasas de crecimiento, corresponden a empresarias que habitan en países de ingresos medios-altos, y han alcanzado la paridad con los hombres en lo que respecta al enfoque del mercado internacional.

No obstante, lo que se vive en países de ingresos bajos (como México) es una necesidad por emprender más por falta de oportunidades laborales que por decisión propia o por estatus (Saavedra y Camarena, 2015; Castiblanco, 2013; Álvarez et al., 2013); por ejemplo, en América Latina es cuatro veces más común que las mujeres inicien una empresa que en países con ingresos más elevados (Saavedra y Camarena, 2015). Por su parte, un estudio de Kabeisi (2010, citado en Castiblanco, 2013) mostró que la brecha salarial entre hombres y mujeres es un incentivo para que las mujeres inicien sus propios negocios con la intención de acceder a un pago igualitario o mayor que el de los hombres.

En la actualidad, el informe GEM presenta algunas tendencias interesantes a nivel regional que dan cuenta de lo anterior, como que la intención de iniciar un negocio se observa con mayor fuerza en los países de bajos ingresos que en los de altos ingresos, ya que fue de 12.9 % frente a 30 %, respectivamente. Por ejemplo, en Europa se observaron las tasas de intención emprendedora y participación de las mujeres más bajas, mientras que en República Dominicana se observó la tasa más alta de creación de empresas para mujeres con un 44% frente a un 40.1 % en los hombres (GEM, 2023).

Esta es una situación manifestada en varios estudios que han mostrado tanto las razones por las que emprenden las mujeres, a decir de falta de empleo, salarios bajos, imposibilidad de asenso laboral y acoso sexual, entre otras (Saavedra y Camarena, 2015; Castiblan-

co, 2013; Álvarez et Al., 2013), como los retos a que se enfrentan por emprender. En particular, Saavedra y Camarena (2015) encuentran los siguientes retos al realizar una investigación documental sobre el emprendimiento femenino en América Latina, a saber:

- *Los estereotipos de género*, que sitúan a las mujeres en la esfera del hogar y al hombre en la esfera productiva y llevan a discriminar a la mujer en el ámbito empresarial, por ejemplo, cuando solicita un crédito, la persona que lo otorga podría tener prejuicios de género, llevándole a no aprobar el crédito.
- *Las responsabilidades familiares*, las cuales se les siguen imputando a las mujeres, debido a los roles de género que se les han impuestos al situarlas en el ámbito privado o en el hogar, mientras que a los hombres se les ubica en el ámbito productivo o social.
- *Pasar del sector informal al formal*, puesto que los estudios muestran que la mayoría de las mujeres emprende en el sector informal, y son pocas las que logran migrar al formal, debido a la inexperiencia, el acceso al crédito y la educación.
- *Redes de contacto limitadas*, los estudios revisados muestran que la falta de oportunidades laborales, las normas sociales y culturales no permiten a las mujeres interactuar con las personas que controlan los recursos financieros o con individuos que presentan poder social y económico, llevando a sus emprendimientos a tasas de sobrevivencia menores que las de los hombres.

Continuando con los datos encontrados en el informe GEM, se destaca que las mujeres incursionan en esta actividad de ser empresarias sin ningún o poco entorno habilitante; es decir, sin políticas públicas especiales que apoyen el emprendedurismo en su región, o que las ayuden a sortear los retos y desafíos que implica generar un nuevo negocio. No obstante, se destaca que aún y con todas esas dificultades, y teniendo menos recursos que los hombres para emprender un negocio, las mujeres han sabido aprovechar el recurso limitado con que cuentan para emprender distintos negocios que, por lo general, se encuentran en sectores del comercio minorista, en servicios hospitalarios y de alimentación entre otros (GEM 2023).

Este dato es importante si se compara con estudios realizados años atrás, los cuales muestran menor rentabilidad en las empresas dirigidas por mujeres, no porque no sean capaces de generar grandes dividendos, sino porque comúnmente los emprendimientos de las mujeres se sitúan en el sector comercio; un sector que es menos rentable que el de servicios, industrial o tecnológico (Castiblando, 2013). Por lo tanto, si lo que se desea es cambiar las oportunidades de las mujeres al momento de emprender, habrá que trabajar en políticas públicas que impulsen los emprendimientos femeninos en dichos sectores, pues las estadísticas del informe GEM muestran que dicha situación continúa hasta nuestros días.

Finalmente, el estudio GEM da a conocer que las mujeres son más propensas que los hombres a iniciar negocios sin empleados; es decir, en un inicio son las que llevan a cabo todas las actividades de gerencia, contabilidad, administración, servicio, etcétera; sin embargo, cuando logran generar empresas exitosas se vuelven creadoras de empleos (GEM, 2023).

Analizando el tema a nivel nacional, se puede observar que, en general, tanto para hombres como para mujeres es más difícil emprender un negocio en México, pues las condiciones marco que facilitan el emprendimiento han disminuido, en su mayoría durante los años 2021 y 2022; la pandemia, la falta de políticas públicas, la inflación y el difícil acceso a crédito han mermado el ecosistema emprendedor, por lo que ahora es más difícil abrir un negocio que hace un par de años (GEM 2022).

Esto se puede observar en la tabla 1, donde la tendencia hacia un número menor muestra alta insuficiencia en el indicador, mientras que la tendencia hacia un mayor número muestra alta suficiencia.

Como se observa, la mayoría de los indicadores han disminuido, sólo se incrementó el de la *dinámica del mercado interior*; siendo los más afectados los que tiene relación con las *políticas gubernamentales de apoyo al emprendedurismo, burocracia y políticas gubernamentales de impuestos, regulaciones de entrada, educación emprendedora en etapa escolar y normas culturales y sociales*.

Tabla 1
El ecosistema del emprendedor en México

Indicador	Años	
	2021	2022
Financiamiento para nuevas empresas	4.08	3.49
Políticas gubernamentales de apoyo al emprendedurismo	3.53	2.30
Burocracia y políticas gubernamentales de impuestos	3.64	2.87
Programas gubernamentales de emprendimiento	3.87	3.76
Educación emprendedora en la etapa escolar	2.17	1.72
Educación emprendedora después de la etapa escolar	5.59	5.29
Transferencia en industria y desarrollo (I&D)	3.18	2.83
Infraestructura comercial y legal	5.39	4.36
Dinámica del mercado interior	4.71	5.67
Regulaciones de entrada	4.18	3.29
Infraestructura física	6.50	5.78
Normas culturales y sociales	5.44	4.37

Fuente: Elaboración propia con base a datos del reporte GEM para México (2022).

Debido a la situación que se vive en México, donde las condiciones para emprender son mayores que hace algunos años y más difíciles aun para las mujeres, es que en este capítulo se busca visibilizar la experiencia exitosa de una de las autoras, quien, a través de narrar su proceso de emprendimiento, pretende generar una guía de pasos básicos para apoyar a otras mujeres a lograr emprendimientos sólidos que les permitan empoderarse, autoemplearse y generar una fuente de ingresos propia. Se pone énfasis en la importancia de emprender por convicción, si bien uno de los detonantes para emprender puede ser causado por la necesidad, bajar retribución salarial o alguna situación incómoda en el actual trabajo, cuando la persona decide llevar a cabo un emprendimiento debe de trabajar realmente para que ello suceda.

El capítulo se divide en cinco secciones, en la primera parte se desarrolla el marco teórico-conceptual que nos permite comprender lo que se entiende por emprendedor y emprendedora, y cómo esta figura ha estado presente en diversas teorías del pensamiento. La segunda sección explica la metodología utilizada para

llevar a cabo el estudio. En la tercera sección se muestra el resultado de reflexión que lleva a cabo una de las autoras sobre su experiencia emprendiendo, la cual es narrada a través de una autoetnografía. En el cuarto apartado se presenta el análisis de la autoetnografía y se construye un esquema con el aporte que deja para que futuras empresarias puedan considerarlo. Finalmente, se muestran las conclusiones de este estudio.

Marco teórico-conceptual

Desde hace varios siglos, el papel del emprendedor ha sido objeto de estudio, desde diversas perspectivas teóricas y por diversos autores. A principios del siglo XIX con la escuela clásica, el economista francés Jean-Baptiste Say consideró al emprendedor como un agente clave en la formación de capital, y un individuo capaz de influir en sí mismo y en su comunidad, al invertir recursos en nuevas empresas y proyectos. En la década de los treinta del siglo XX, el economista austriaco Joseph Schumpeter definió al emprendedor como un innovador que introduce nuevas tecnologías y productos al mercado, impulsando el crecimiento económico a través de romper el equilibrio clásico mediante la destrucción innovadora (Hissich y Peters, 2002; González y Gálvez, 2008; Castiblanco, 2013; Saavedra et al., 2022; Suárez y Vásquez, 2015).

A mediados del siglo XX, la Escuela Austriaca describió al emprendedor como un individuo que es capaz de especular y responder a las señales del mercado ante una situación de incertidumbre; y a finales de ese siglo, Drucker enfatizó la capacidad del emprendedor para identificar y aprovechar oportunidades en el entorno económico, creando valor para la sociedad. En esa misma época David Clarence McClelland —psicólogo estadounidense—, señaló que el emprendedor es un individuo con una alta necesidad de logro y una moderada propensión al riesgo, lo que le permite tomar decisiones calculadas y enfrentar los desafíos inherentes a la creación de empresas. Más recientemente, Albert Shapero —líder en el campo del emprendimiento— describió al emprendedor como un individuo que toma la iniciativa y organiza recursos humanos, financieros y materiales para llevar a cabo un proyecto

empresarial, asumiendo el riesgo de posibles pérdidas (Hissich y Peters, 2002; González y Gálvez, 2008; Castiblanco 2013; Saavedra et al., 2022; Suárez y Vásquez, 2015).

En un principio, el emprendimiento estuvo ligado al modelo capitalista desde una concepción de ganancia económica, movilización de recursos, producción y organización; donde la principal motivación del emprendedor era el interés de generar utilidades y rentabilidad en los negocios (Solís y Castillo, 2021). En fechas actuales se estudia el papel del emprendedor como persona desde varios enfoques, el económico, el psicológico, social-cultural y gerencial, cada uno de ellos observa al emprendedor desde diferentes aristas, el primero desde la creación de empresas como resultado de la racionalidad económica; el segundo analizando la figura de empresario con un perfil y características especiales; el tercero, estudia distintos factores que pueden impulsar el emprendimiento como el entorno político, social y familiar; por último, el enfoque gerencial, estudia al empresario establecido que incide sobre las características de su organización (Contreras, 2021).

Del mismo modo, a una persona emprendedora se le puede caracterizar de diversas formas, Covarrubias (2003) lo divide en emprendedores innatos y emprendedores profesionales; el primero engloba a las personas que se dice tienen *olfato* para los negocios, las cuales son más propensas a tomar riesgos según las oportunidades que visualizan, poseen alta motivación y no son dadas a consultar o elaborar planes para llevar a cabo el emprendimiento; el segundo tiene que ver con las personas que, si bien poseen un alto nivel de confianza y motivación, formalizan su emprendimiento a través de la realización de planes y el sometimiento de sus ideas a prueba, con la intención de que se fortalezcan, no obstante, pueden ser excesivamente racionales y prudentes, lo que los puede restringir en la toma de decisiones para emprender un negocio.

En lo que respecta al sexo femenino, distintos estudios demuestran que las mujeres se caracterizan más por ser emprendedoras profesionales, ya que muchas veces pretenden estar totalmente preparadas y conocer de inicio a fin el emprendimiento que llevarán a cabo. Además, cuando se trata de generar empresas innovadoras, muchas mujeres piensan que no son capaces de em-

prender pese a tener altos niveles educativos. Es esta necesidad de tener todo controlado condiciona su percepción de las capacidades y reduce la creación de nuevos negocios impulsados por mujeres (GEM, 2019, citado en Lozano y Villanueva, 2021).

No obstante, la mayoría de los estudios sobre emprendimiento o características de la persona emprendedora, sobre todo del siglo XX, se han situado en observar los emprendimientos de los hombres más que los de las mujeres, generalizando aspectos en habilidades, motivaciones, capacidades y formas gerenciales, tomando como base estudios y experiencias en varones (Saavedra y Camarena, 2015); dejando por alto las distintas habilidades que las mujeres pueden desarrollar al generar un emprendimiento; además, buena parte de estos estudios sobre las mujeres emprendedoras no tomaron en cuenta la desigualdad de género (Torns, 1995).

No es sino hasta la década de los noventa que los estudios en emprendimiento femenino comenzaron a tomar mayor importancia. Castiblanco (2013) expone que a partir de dicha década podemos dividir los estudios en cuatro grupos: en el primero, observamos trabajos que buscan identificar las características sociodemográficas de las mujeres que emprenden; en el segundo, podemos encontrar estudios que se centran en las diferencias entre los emprendimientos que realizan los hombres y las mujeres; en el tercer grupo, observamos investigaciones que explican cómo el contexto y la definición cultural del género afectan las decisiones de las mujeres que buscan emprender; finalmente, en el cuarto grupo, encontramos los trabajos que observan al emprendimiento como un proceso social que es vital para la redefinición del género y el beneficio que puede traer a la comunidad cuando es liderado por una mujer.

Hoy se sabe que son diversos los factores que impulsan a las mujeres a generar emprendimiento (Chirinos, 2020), varios estudios realizados en México han mostrado que existen diversos factores que pueden influir en las decisiones que toman las mujeres al emprender un negocio, la cual tienen que ver con sus características y capacidades personales y son independientes del espacio geográfico en que pretendan llevar a cabo dicho emprendimiento (Paredes-Hernández et al., 2023).

Por ejemplo, una mujer puede decidir emprender un negocio dependiendo de su edad, de la satisfacción personal de contar con su propia empresa, por estar dispuesta a asumir el riesgo, de la satisfacción de sentirse independiente y de la motivación que le generaría ser empresaria.

Camarena y Hernández (2018) mencionan que, las características y cualidades de las emprendedoras son moldeadas por el espacio geográfico y el periodo de tiempo específicos en que se encuentran las empresarias o en el cual desarrollan los emprendimientos. En el estudio de caso realizado por Canales et al. (2017) sobre el análisis de las características sociodemográficas de la población joven emprendedora de México, se mostró que, en general, la edad adulta —que va de los 30 a los 59 años— constituye el grupo que posee las mejores condiciones para el emprendimiento, siendo el caso particular de las mujeres a partir de los 29 años, edad cuando se incrementa significativamente el interés por la creación de negocios.

Sin embargo, existen factores determinantes y similares, independientemente del espacio geográfico, que influyen en la decisión para emprender, y éstas tienen que ver con su escolaridad, la oportunidad que puede presentarles el mercado, sus habilidades personales, conocimientos previos, así como la experiencia en puestos de gestión (Paredes-Hernández et al., 2023); de igual manera, contar con altos niveles educativos de licenciatura o posgrado que les permitan identificar oportunidades de mercado son factores fundamentales que motivan el emprendimiento de la mujer en México (Guerrero et al., 2014; Paredes-Hernández et al., 2019).

El emprendimiento implica *un proceso de creación, desarrollo y sostenibilidad*, y en las mujeres, en la medida que este emprendimiento les facilite el acceso a recursos y al control sobre ellos, les dará la posibilidad de generar un sentido de independencia y competencia, facilitando su empoderamiento y mejorando su autoestima (Finke et al., 2021).

En el caso de la autora, su interés por generar un negocio surge de la necesidad, y no tanto de la convicción por emprender. Las pocas oportunidades laborales que se le presentaron, tanto en su país como fuera de éste, la experiencia en su campo de trabajo

al sufrir acoso sexual y el bajo ingreso salarial la llevaron a tomar la decisión de convertirse en empresaria. Para lograrlo, tuvo que echar mano de su preparación profesional, los conocimientos previos sobre el negocio que eligió emprender, así como las habilidades personales que fue generando a lo largo del proceso de emprender, las cuales le permitieron visualizar las oportunidades que le presentaba el mercado, convirtiendo los retos en oportunidades de crecimiento.

Metodología

La metodología empleada para analizar y entender la experiencia de emprendimiento de una de las autoras de este capítulo es de tipo cualitativo, y utiliza la técnica de la autoetnografía, una metodología de las ciencias sociales que tiene sus antecedentes en el siglo pasado en los trabajos de campo realizados por Bronislaw Malinowsky y Franz Boas, quienes utilizaron la herramienta etnografía para demostrar concepciones erróneas de lo que el mundo moderno creía de las tribus a las que ellos llamaban salvajes o primitivas (Mijangos, 2023).

No obstante, la autoetnografía que se escribe a continuación se relaciona más con la etnografía feminista que a finales del siglo XX visibiliza y problematiza la situación de las mujeres, al observarlas en contextos determinados en que se ponen de manifiesto los sesgos de género, que las colocan en posiciones diferenciadas a las de los varones, y las cuales dejan entrever las desigualdades y desventajas que persisten entre los dos sexos (Castañeda, 2012).

La autoetnografía se diferencia de la etnografía al utilizar materiales autobiográficos como datos primarios; sin embargo, también incorporar la herramienta etnográfica al situarse en un contexto de interacciones sociales que dan cuenta de la vida cotidiana (Muñoz, 2014), tanto del que está contando la historia, como de los que están alrededor de ésta.

En el siguiente apartado se narra el proceso de emprendimiento de María Guadalupe Martínez Coronel a través de su reflexión autoetnográfica, con la cual nos da la posibilidad de entender que “una vida individual puede dar cuenta de los contextos

en los que le toca vivir [...] así como de las épocas históricas que recorre a lo largo de su existencia” (Blanco, 2012, p. 54).

El que futuras emprendedoras conozcan su experiencia tiene como cometido ayudar a otras personas a entender sus propias realidades y a enfrentar con mayor éxito las dificultades que se les presenten al momento de intentar emprender un negocio o crear una empresa.

Autoetnografía de Lupita Coronel

Mi nombre es María Guadalupe Martínez Coronel, soy una mujer emprendedora que ha logrado superar la pobreza y construir un negocio exitoso en el área de la belleza. En este apartado compartiré mi historia con el objetivo de inspirarlas a perseguir sus sueños y a no rendirse ante las adversidades. Mi historia es un testimonio de que el emprendimiento es una herramienta poderosa para superar la carencia económica y construir una vida mejor. Si bien hay libros de carácter motivacional que dan consejos o recomendaciones para alcanzar el éxito laboral o económico, mi interés es hacerles entender que el sendero del emprendedor no es fácil, pero sí muy satisfactorio, y que no basta con tener el conocimiento teórico, la educación o las ganas, pues hay que enfrentarse a la realidad empírica que esto implica, a los estereotipos y a las desigualdades de género que todavía persisten en la sociedad.

Desde el enfoque del empoderamiento femenino, quiero servir como testimonio de que la capacidad de las mujeres es poderosa, pero también reconocer que no podemos solas y que el acompañamiento y el apoyo de otras personas en el camino toma vital importancia cuando se busca generar un nuevo negocio. Si estás pensando en emprender, te recomiendo no improvisar y prepararte en conocimientos, que trates de adquirir todas las herramientas que te vaya dando la vida; también es importante ser realista, que midas siempre tus fuerzas y que no te desanimes ante las adversidades.

Quién soy

Nací en una familia humilde en el estado de Colima, México, desde pequeña tuve que trabajar para ayudar a mi familia a salir adelante. Estudié la carrera de economía en la Universidad de Colima (generación 2011-2015) y, aunque me gradué con honores, al terminar mis estudios me di cuenta de que el mercado laboral no me estaba dando las oportunidades que yo esperaba, pues el salario que se me ofrecía era poco en comparación con lo que pretendía; además, cuando tuve la oportunidad de colocarme en un puesto en el cual desarrollaba mis dotes de economista, fui acosada sexualmente. Cuando lo expuse ante la autoridad correspondiente no se resolvió dicha situación, sino que, por el contrario, el acoso continuó a manera de hostigamiento y señalamiento por parte de mi superior y mis compañeros de trabajo, lo que imposibilitó la oportunidad de seguir colaborando en la institución que me había contratado, así como toda probabilidad de escalonamiento laboral. Esto me hizo voltear a ver el tema del emprendimiento, así que decidí autoemplearme como maquillista, proyecto en el que fracasé en mi primer intento (años 2017-2018).

El fracaso lo atribuyo a que, cuando decidí emprender lo hice trabajando improvisadamente desde mi casa o acudiendo a los domicilios cuando así me lo requerían mis clientas. En aquel entonces no me consideraba una profesional en el área, sino que más bien el emprendimiento lo realizaba como *hobby*, y los recursos que me dejaba no eran suficientes, pues cobraba poco y atendía a muchas personas, lo que me terminó cansando y desanimando, pues mi pensamiento iba más sobre cantidad que calidad.

En 2019 decidí irme a trabajar a Canadá con el sueño de mejorar mi situación económica; sin embargo, la experiencia me cambió por completo, pues me enfrenté a dificultades como la discriminación por ser latina y el hecho de no tener permiso para trabajar legalmente; después de seis meses de trabajar de niñera, lavando baños y paseando perros, me sentía desilusionada y derrotada, pero tenía

la esperanza de encontrar una manera de salir adelante, ya no fuera de mi país sino dentro de él.

Empezar de nuevo

Habiendo regresado de Toronto frustrada, derrotada y endeudada, tenía de dos: buscar empleo en un banco, quizá como cajera o asesora de cuenta, algo que no me apetecía mucho; o bien, intentar por segunda vez ejercer el oficio de maquillista, que realmente me gustaba y apasionaba, pero que me había negado a emprenderlo en serio por miedo al *qué dirán*: una economista Premio Peña Colorada trabajando en esa actividad.

En enero de 2020 me encontré con una excompañera del bachillerato, quien compartía conmigo la pasión por el estilismo, ella se encontraba en el giro de aplicación de uñas, mientras yo en el de maquillaje, decidimos entonces emprender juntas el negocio. Con mis pocos ahorros y la ayuda de mi esposo compré un tocador, un banco y material apropiado para atender el local que juntas abríamos; sentí que mi situación comenzaba a mejorar, pero el encanto duró poco, pues antes de la inauguración tuve un altercado con mi casi socia, lo que nos impidió inaugurar el negocio juntas como lo habíamos planeado.

La experiencia de emprender sola

Debido a que me quedé sin local para poner el negocio y con todos los insumos adquiridos, para llevarlo a cabo se me ocurrió rentar una casa más amplia a la que vivía con mi esposo, para de esta forma tener espacio para meter los muebles que ya había comprado y continuar con mi sueño de emprender. Invité a colaborar conmigo a Rosa Aviña, una chica con la que había trabajado antes de partir a Canadá, ella es excelente peinadora y juntas solíamos hacer equipo cuando nos contrataban. Pensé que, si emprendería nuevamente en el arte del maquillaje, necesitaría la otra mitad del paquete que toda clienta busca cuando va a una fiesta: el peinado. Rosa aceptó y fue contratada para trabajar junto conmigo, no como socia sino como empleada, por comisiones.

Encontré la casa que necesitaba gracias a la recomendación que hizo de mí una clienta a su mejor amiga; sin dudarlo, firmamos contrato y nos fuimos a vivir allá, un inmueble de dos pisos, nuestra recámara y baño en la planta alta y una sala amplia donde acomodé mis tocadores y materiales.

En el inter de soltar un negocio en sociedad y hacer el propio se vino la pandemia, situación que me preocupó, pero luego me dio una esperanza, pues se abrió la oportunidad de enseñarles a mis clientas cursos de maquillaje, ya que la mayoría de ellas eran maestras y oficinistas que ahora tenían más tiempo debido al *home office* (trabajo desde casa) y querían aprovechar su tiempo y mente en aprender algo nuevo. Decidí entonces invertir más en mi negocio y, para julio de 2020, ya tenía seis tocadores, seis bancos, una lámpara y había conseguido tener mi primera certificación como maquillista profesional con el estándar EC0859, siendo la primera maquillista certificada en el estado, lo me permitió validar los cursos que estaba impartiendo.

Hacer la inversión en aquel entonces no fue una decisión fácil, el curso para lograr la certificación me llevó a tomar dinero de mis ahorros, y el hacerme de más muebles me requirió comprar más insumos; además, amistades y familiares me decían que no hacía falta la certificación puesto que maquillaba bien, pero mi instinto de economista me decía que si había demanda de cursos, entonces era el momento de invertir para cubrir dicha necesidad. No sólo invertir en infraestructura, mobiliario e insumos, sino también en capacitación.

Debido a la experiencia que tuve durante la pandemia, decidí tomar más cursos, master clases, actualizaciones y todo lo referente al maquillaje. No me bastó con eso y seguí estudiando, tomé cursos de medidas de higiene y bioseguridad, fotografía, *marketing* digital, dermocosmética, finanzas, publicidad y demás temas acordes al negocio. La pandemia pasó y los eventos regresaron, para ese momento estaba mejor capacitada, con más material y mejor gama de productos; mi nombre, Lupita Coronel, ya se ha-

cía presente a nivel local, pero no me conformé con eso y quise más.

Una mañana de noviembre de 2021 desperté recordando lo que hace tiempo había soñado, cuando comencé esta aventura de emprender un negocio en el oficio del maquillaje: soñé que tenía un local pintado de rosa claro, bien iluminado y equipado, donde maquillaba a personas importantes y mis clientas hacían fila para ser atendidas. Le platiqué este sueño a mi esposo y a un buen amigo, ambos coincidieron en que sería una locura, pero que me apoyaban si tomaba la decisión de hacer ese sueño realidad; sé que quizá piensan que esto es muy de cuento, pero tal cual así pasó. Me dio muchísimo miedo, ya no se trataba de un simple cambio de domicilio, sino de una decisión radical que cambiaría para bien o mal mi vida y que, en caso de fallar, dejaría de nuevo mis finanzas en ceros.

Acompañada de mi hermano y madre fuimos a distintas plazas comerciales a buscar locales, todos carísimos, durante horas estuvimos buscando, pero ninguno se adaptaba a mis necesidades y presupuesto; no desistí, y el último que visitamos fue el elegido. El lugar se encontraba en un segundo piso, que por cierto parecía abandonado, a mis familiares no les parecía adecuado, no tenía escaleras de fácil acceso, se veía solo y no parecía que estuviera en renta. Seguí mi instinto sin importar las opiniones y me bajé a investigar más del lugar, fui de locatario en locatario preguntando por el dueño de la plaza y nadie me daba información, hasta que un empleado me proporcionó el nombre del dueño, a quien por suerte (casualidad o destino), yo conocía; conseguí su número de teléfono y le llamé en ese momento. Logré que me rentara por seis meses el local.

Tenía aproximadamente 30 mil pesos de ahorros y con ellos pagué por adelantado cuatro meses de renta, vendí mis tocadores y mandé a hacer muebles nuevos, a mi gusto; lo mismo con los bancos, vendí todos los que ya estaban viejos y compré nuevos; mandé hacer estantes para poner el material, adquirí un par de lámparas más y compré más insumos para maquillar.

El primer día que atendimos Rosa y yo, no tenía un solo peso en mi cartera, lo que me pagara mi primera clienta sería con lo que comería esa noche. Con todo y los nervios al tope siempre pensé que lo peor que me podría pasar era no tener clientas, si eso pasaba, podía vender mis activos y recuperar parte de la inversión. Me tranquilizaba saber que esta vez había realizado un ejercicio de planeación, había estudiado el mercado en el cual ofertaba mis servicios, más que nada basada en la metodología de las 5P (producto, precio, plaza, promoción, personas), estaba acientada, certificada y tenía ya cierta experiencia en el rubro.

Sin embargo, estando instalada en el nuevo local, es decir, atendiendo, pero no habiendo inaugurado todavía, me percaté que mis proyecciones de gastos e ingresos que había realizado para hacer realidad este nuevo emprendimiento, no había tomado en cuenta gastos como los costos de instalación, permisos y licencias; por ejemplo, tenía que tramitar la licencia comercial para poder inaugurar mi negocio, tuve que darme de alta en Hacienda y tomar cursos de protección civil, primeros auxilios, desastres naturales y evacuación en caso de siniestro; además tuve que poner las señalizaciones requeridas por el ayuntamiento.

También me percaté que habría más gastos en el mantenimiento del local que los que había tomado en cuenta, advertí que necesitaría colocar cámaras de seguridad y material de protección para cuidar mi equipo, y para comodidad de mis clientas tendría que instalar ventilación e iluminación. Ahora sabía que todo eso era un tema súper importante, que toda emprendedora debe asumir y contabilizar al momento de emprender un negocio. La verdad no recuerdo haber leído esa advertencia en ningún manual, pero estaba dispuesta a aprender de la experiencia y aceptar el desafío.

Afortunadamente las clientes llegaron, eran demasiadas, y fue entonces cuando pensé en tener más ayuda, así es que contraté a dos personas, una contadora externa y una asistente. Antes de esto yo me encargaba de maquillar, limpiar el lugar, comprar los insumos, hacer las cuentas, agendar

citas y llevar a cabo la logística de los cursos que organizaba, pero con la demanda esto ya no me era posible.

Adelantándome a mi plan de ingresos y egresos, me percaté que debido a las nuevas contrataciones habría más gastos, así que generé una estrategia para darme a conocer más y allegarme de nuevos clientes. Firmé convenios de colaboración con la Federación de Estudiantes Colimenses (FEC), entidad que conocía desde que era estudiante; la Federación de Egresados de la Universidad de Colima (FEUC), a la que pertenezco desde hace algunos años; y con la Subsecretaría de la Juventud (Subsejuv), pues conocía al subsecretario de dicha entidad; además, asistí a entrevistas en medios de comunicación local como Archivo Digital Colima, entidad con la que alguna vez colaboré; y 91.7 FM, invitada debido a que conocieron de mi trayectoria.

Consideré entonces que era importante seguirme preparando, así que obtuve dos certificaciones más EC0924 y EC0076, la primera en prestación de servicio de maquillaje social y la segunda como evaluadora de candidatos de estándares de competencia. Este último estándar me dio la posibilidad de ser evaluadora de quienes requieren certificarse como maquillistas.

Tanto la estrategia de difusión como la de capacitación funcionaron, y la falta de espacio se hizo presente en el local. Durante 2022 mis clientas se habían diversificado, ya no solamente me buscaban para maquillarles, sino para enseñarles a maquillarse o maquillar a otras personas. Ante la demanda de cursos me vi en la necesidad de ampliar mi local en aquel segundo piso que parecía abandonado cuando lo renté; así que, en abril de 2023, reinauguramos. Con mucha emoción puedo decir que, en poco más de un año, había pasado de tener un local de 48 metros cuadrados a uno de 104. Al ver el éxito de los cursos, mi hermano me metió la idea en la cabeza de *abrir una escuela de belleza*.

La idea rápidamente se materializó y para el mes de junio de ese mismo año ya había conseguido incorporar-

me a la Secretaría de Educación Pública (SEP), lo que me permitió expedir documentos con validez oficial, dándole un valor agregado a mis capacitaciones. Fue entonces que cree el Instituto de Capacitación “Lupita Coronel” *Beauty Academy*, que hoy ofrece la carrera técnica Cultor(a) de Belleza.

Para desarrollar esa nueva idea hice una profunda investigación de mercado para evaluar el entorno de este sector, realizando un análisis para identificar áreas de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO). El estudio arrojó que debía crear una academia con mejores instalaciones, con grupos reducidos, ofreciendo una atención más personalizada a cada alumna, con personal actualizado en sus áreas de enseñanza, con precios justos y ofertando formarles como futuras emprendedoras y empresarias del área de belleza.

En cuanto anunciamos la apertura del primer curso llenamos los cupos del turno sabatino y dominical, descubrimos que habíamos llenado una necesidad. En septiembre de 2023 comenzamos con el ciclo escolar de la carrera técnica en Cultor(a) de Belleza, con dos maestras certificadas en estilismo y cuatro mujeres que pudimos contratar gracias al programa Jóvenes Construyendo el Futuro. Así es que, con un equipo de siete mujeres y un hombre, mi hermano quien se convirtió en el coordinador del instituto, afianzamos este sueño.

Este nuevo emprendimiento se encuentra en constante crecimiento, como todo ha tenido sus altas y sus bajas. Pero por ahora tiene la visión de ayudar a más mujeres y hombres a lograr sus sueños, capacitándoles y formándoles como profesionales honestos, responsables y capaces para enfrentarse al mundo empresarial moderno.

Cierre

De esta experiencia que les he contado aprendí que, a pesar de los errores cometidos en el proceso de emprender, esta vez mi éxito fue porque me preparé, generé un proyecto, planeé lo mejor posible y aprendí de la experiencia

y de mis antiguos fracasos. No todo me ha salido como yo lo he esperado, no siempre trato de tomar decisiones más analizadas para que resulten de manera acertada. Reconozco que el haber planeado las cosas abonó más de 50 % al éxito de mi actual negocio. El trabajo y esfuerzo continuo fue otro factor que me llevó a donde ahora me encuentro.

Como parte de mis conclusiones puedo comentar que las mujeres tenemos todas las condiciones físicas e intelectuales para llevar a cabo cualquier actividad o emprendimiento, ciertamente el panorama me ha resultado más justo y equitativo que el de hace unas décadas atrás, cuando incluso sufrí acoso en un centro de trabajo. No obstante, durante esta nueva experiencia de ser empresaria ha habido momentos en los cuales me he sentido discriminada o menospreciada por el tipo de emprendimiento que tengo, el cual se encuentra en el sector de servicios.

La discriminación se debió a las reglas que ostentaban en aquel entonces, los apoyos crediticios solicitados a las instituciones gubernamentales, tanto locales como nacionales, giraban en torno a la compra de insumos y, debido a que éstos no representaban ningún bien inmueble que se pudiera gravar en caso de impago, mi carpeta de documentación fue siempre rechazada. Además, cuando quise pedir el préstamo para comenzar el negocio, las condiciones y requisitos que solicitaba el sector público me hizo imposible acceder al préstamo, además de las tasas de interés poco competitivas que ofrecía la institución que otorgaba los financiamientos.

Una vez más, en el año 2022, cuando buscaba ampliar mis horizontes como empresaria, fui discriminada por el giro de mi empresa y por representar un microemprendimiento: “Mejor búscale en alguna caja popular”, “yo no sé para qué quieren dar cursos de esas chingaderas”, fueron algunas de las expresiones que recibí cuando interaccioné con los encargados de los programas gubernamentales. Me percaté nuevamente que los apoyos financieros para las mujeres se encontraban más en el sector comercio que en el de servicios; fue tan mala mi experiencia que la des-

cribiría como deshumanizada, y me resigné a no obtener un crédito o apoyo de alguna institución pública. Por ello, todos mis emprendimientos los he realizado con recursos propios o con la reinversión de mis utilidades.

El único programa gubernamental al que sí conseguí acceder (porque no tenía que ver con préstamos) fue el de Jóvenes Construyendo el Futuro, aunque burocrático, me permitió consolidar el emprendimiento del instituto; no obstante, este apoyo sólo se puede solicitar una vez, lo que ahora ha repercutido en mayores gastos para el negocio. Si bien en el estado de Colima, lugar donde realicé mi emprendimiento, los costos para tramitar la licencia comercial son accesibles, los gastos que conlleva la apertura del negocio y cumplir con los requerimientos de protección civil incrementan la erogación de recursos al crear una empresa.

Aunque reconozco que como economista sentí gran orgullo cuando me di de alta en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y comencé a formar parte del sector formal de la economía. Debo confesar que me ha resultado difícil observar un beneficio claro por el pago de impuestos, que no sería un problema para mí si, en contraparte, pudiera palpar un beneficio claro por el pago de éstos. Quizá si las empresarias que declaramos pudiéramos acceder a créditos sin tanto trámite y sin tanta discriminación, con una tasa de interés verdaderamente accesible podríamos observar mayor beneficio al ser parte de la economía formal.

Considero que sería importante crear un programa para madres emprendedoras solteras con beneficio de guarderías. Yo no caigo en esa categoría, pero en mi experiencia he visto muchas mujeres, cabezas de familia, que emprenden para sacar a sus hijos adelante; además, se debería de pensar en generar un programa de pensión y jubilación para las personas que somos microempresarios, seamos hombres o mujeres, con la posibilidad de acceder a créditos como los del Infonavit o Fovissste; por último, me parece importante que las mujeres empresarias seamos tomadas en cuenta para ser beneficiadas con un seguro

médico, pues muchas de nosotras adolecemos de IMSS, ISSSTE o cualquier otra institución de salud pública.

Sigo soñando, sigo estudiando y preparándome para estar mejor capacitada y ser empresaria, líder y ejemplo para muchas mujeres. En mis hombros recaen responsabilidades con los nuevos empleos que ha creado mi emprendimiento. El miedo a emprender nuevas aventuras sigue estando presente, pero mis ganas de salir adelante y demostrarme de lo que soy capaz son superiores. No pienso claudicar en el intento, ya alguna vez lo hice, pero fue porque no me preparé de manera adecuada, no estaba convencida del emprendimiento que estaba realizando; la segunda vez tuve convicción sobre lo que haría y cómo lo haría, dejé atrás *el qué dirán* y me dediqué a desarrollar mi pasión y mi habilidad con el pincel.

Siempre he tenido a mi lado a personas maravillosas, apoyándome todas mis decisiones. Durante esta experiencia, aprendí a confiar en mí y en la gente que me rodea (mi esposo, familiares y amistades). La posición que actualmente tengo, con un equipo de trabajo sólido, me da la oportunidad de delegar muchas de las actividades que antes hacía para concentrarme en lo que realmente me gusta y me importa hacer, crear arte a través del maquillaje.

Espero que mi historia inspire a alguien a perseguir sus sueños y a no rendirse ante las adversidades.

Análisis de la autoetnografía

La autoetnografía de María Guadalupe Martínez Coronel presenta una serie de aspectos que permiten comprender el contexto y el proceso de emprendimiento de quien narra la historia. En primer lugar, el texto describe la situación socioeconómica de Lupita desde su infancia: su origen humilde y su experiencia con la pobreza y la precariedad económica que la motivaron a buscar un futuro mejor, primero a través de la educación y después a través del emprendimiento.

Lupita revela que una de las motivaciones principales que la llevaron a emprender su propio negocio fue el haber sido acosada sexualmente en su lugar de trabajo —es decir, sufrió la llamada discriminación indirecta, mencionada al principio de este trabajo—, una experiencia negativa más las pocas oportunidades de empleo y los bajos salarios que le ofrecieron, la llevaron a replantear su situación laboral y a buscar una alternativa que le permitiera desarrollarse de manera independiente y segura.

Además, Lupita destaca que, al emprender, inicialmente se sintió apenada por dedicarse al oficio de maquillista, ya que había sido una alumna destacada en su carrera universitaria. Esta situación refleja cómo las expectativas sociales y las normas de género pueden influir en la percepción de ciertas ocupaciones y en la autovaloración de las mujeres emprendedoras.

El texto destaca la importancia de la familia y las redes sociales de apoyo en el proceso de emprender. Lupita contó con el apoyo incondicional de su familia, especialmente de su esposo y hermano, quienes siempre la animaron a seguir sus sueños. Además, pudo aprovechar las oportunidades que le brindaban sus redes de apoyo para promocionar su negocio y llegar a nuevos clientes, como acudir a las federaciones de las cuales forma o formó parte: la FEC (cuando fue estudiante) y la FEUC (ahora como egresada).

Lupita resalta la importancia de la formación, la capacitación y la planeación en el éxito de su emprendimiento. Ella se formó profesionalmente en economía y posteriormente se especializó en maquillaje, su perfil y sus estudios le ayudaron a tomar mejores decisiones, como cuando decidió emprender nuevamente en México. Esta formación le permitió adquirir las habilidades y el conocimiento necesarios para desarrollar finalmente su negocio con éxito.

Su narrativa muestra cómo el contexto económico, político, social e incluso de salud puede influir en el proceso de emprendimiento, pues la pandemia de covid-19 supuso un reto para el negocio de Lupita, al cual pudo adaptarse tomando las oportunidades que se le presentaron, al llevar a cabo los cursos de maquillaje que le solicitaban sus clientas, cuando este tipo de servicios no los había contemplado en desarrollar.

Su experiencia destaca la importancia de la innovación y la diferenciación de su empresa, conseguida a través de involucrarse en el tema de las certificaciones, ya que una vez pasada la pandemia, continuó explorando el tema educativo con relación a los servicios de maquillaje, hasta emprender una escuela de belleza, la cual abrió después de haber inaugurado su salón. Esta visión de futuro le permitió expandir su negocio y generar empleo, no sólo a las jóvenes que la estaban apoyando en el tema de la belleza, sino en la administración de las dos empresas y en la impartición de cursos especializados.

El texto también presenta recomendaciones para las mujeres que quieran emprender, basadas en la experiencia de Lupita, entre ellas, *no improvisar y prepararse en conocimientos*; es decir, investigar bien el mercado al cual te vas a enfrentar, tomando en cuenta todos los gastos que incluye la generación de un emprendimiento, por ejemplo, el gasto de las licencias y permisos que deben pagarse para arrancar el negocio.

En la última parte de la narrativa Lupita nos da a conocer que, a lo largo de su trayectoria emprendedora enfrentó diversos desafíos y obstáculos, incluida la discriminación por género, sobre todo cuando se acercó a las instituciones del sector público a solicitar financiamiento, primero para crear su empresa y después para fortalecerla con la compra de insumos, y nuevamente cuando buscó acrecentar su emprendimiento. Su determinación, preparación y enfoque en el desarrollo de su negocio le permitieron superar estas barreras y alcanzar el éxito empresarial.

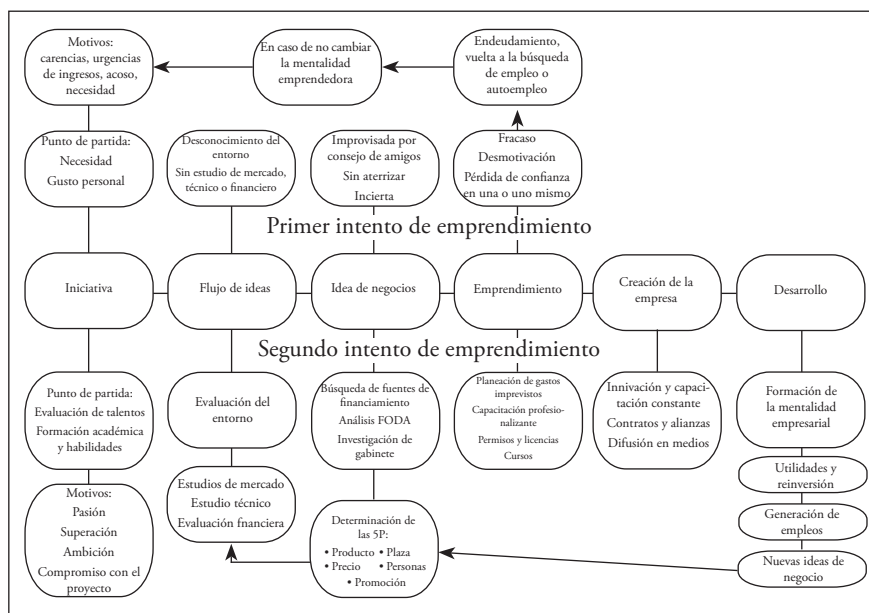
Lupita expone la necesidad de que el gobierno genere programas de apoyo a las emprendedoras, las cuales podrían reducir las barreras que enfrentan las mujeres para iniciar un negocio, y pone énfasis en la escasa oferta de créditos con tasas de interés accesibles, así como la falta de programas o apoyos para empresarias jefas de familia o para tener la oportunidad de acceder a créditos hipotecarios y al sistema de salud pública.

Por último, en su narrativa, Lupita deja claro que la acción de emprender no es lineal, pues cada vez que surge una nueva idea de negocios, como la de pasar de atender en su casa a migrar a la economía formal o al crear el instituto de capacitación aprovechando

la experiencia y conocimientos adquiridos; siempre es importante llevar a cabo los estudios correspondientes y entender el tipo de negocio al cual se enfrenta. Es por ello que la preparación y la planeación siempre serán un recurso del que deberán de echar mano todas las que busquen emprender y reemprender en sus empresas. No obstante, como bien lo comentó Lupita, el miedo a emprender seguirá latente, no importando que ya se haya conseguido consolidar una empresa exitosa, pues ahora, no sólo ella depende de su negocio, sino las personas que han sido empleadas en él.

En la figura 1 resumimos la experiencia de emprender de Lupita Coronel, el primer intento que realizó y terminó por hacerla tomar la decisión de irse a Canadá, y el segundo intento que llevó a cabo cuando decidió tomarse en serio la actividad de emprender.

Figura 1
Los intentos de emprendimiento de Lupita Coronel



Fuente: Elaboración propia con base a la autoetnografía de Lupita Coronel.

En esta figura podemos observar cómo la futura empresaria se puede quedar atorada en un círculo vicioso de fracaso tras fracaso

en el reto de emprender si no adquiere un compromiso real con el proyecto, si sólo emprende por necesidad o urgencia de ingresos, pero no por la convicción de desarrollar un verdadero negocio que tome en cuenta la evaluación de su entorno y los estudios técnicos y de mercado pertinentes.

Por el otro lado, una vez emprendiendo y llegando a la fase de la creación, la empresaria continuará regresando al apartado de flujo de ideas, cada vez que una nueva idea de negocios la inquiete, la cual tendrá que valorar nuevamente a través de los estudios y las evaluaciones pertinentes que la lleven a comprender si dicha idea de negocios tendrá o no éxito en su emprendimiento.

Conclusiones

En este capítulo revisamos la experiencia de emprender de María Guadalupe Martínez Coronel, conocida como “Lupita Coronel” por la marca que ha creado en el estado de Colima en el sector de la belleza. Conocimos los retos, desafíos y adversidades a las cuales se enfrentó en su proceso de emprender, en un contexto en que los estudios muestran que no es fácil emprender para las mujeres.

En su narrativa, descubrimos que Lupita emprendió por necesidad, no por gusto, primero porque el mercado laboral no le estaba dando las oportunidades que esperaba; segundo, porque una vez asentada en un trabajo que sí le gustaba, vivió una de las formas de discriminación indirecta: el acoso sexual; y tercero, porque el salario que recibía no le resultaba atractivo. Al emprender, Lupita pensó que lograría mejores condiciones de vida que las que le podría generar un sueldo mal remunerado, además de que seguramente con ello se alejaría de la situación que había vivido en su antiguo trabajo. No obstante, cuando decidió hacerlo por primera vez, no lo hizo convencida, pues le apenaba dedicarse al oficio de maquillista cuando ella había sido una alumna de excelencia en su carrera, visibilizando cómo las normas de género pueden marcar una decisión tan importante en la vida emprendedora de una mujer.

Sin embargo, la experiencia vivida en Canadá le hizo entender que, a donde quiera que fuera, le iría de la misma manera si no cambiaba su estrategia y forma de hacer las cosas; es por

ello que, más madura, cercana a los 29 años de edad, decide emprender nuevamente en el tema que siempre le ha apasionado: el maquillaje, pero ya no como *hobby*, sino con la convicción de hacer las cosas bien; es decir, planeando y desarrollando los estudios técnicos y de mercado pertinentes para desarrollar el negocio. Esta situación que vivió Lupita se acerca a lo encontrado en los estudios revisados en este trabajo (Canales et al., 2017), en los cuales se observa que, en el caso particular de las mujeres mexicanas, es a la edad de los 29 años en adelante cuando éstas cuentan con las mejores condiciones para generar un emprendimiento.

Al igual que en los estudios que se consultaron en esta investigación, como el de GEM, Lupita comienza como todas, haciéndolo ella todo; después conforme va creciendo y cambiando su emprendimiento, adaptándose a las oportunidades que le da el mercado, logra generar empleo y delegar actividades para ocuparse de lo que realmente le gusta hacer, que es maquillar.

Debido a la discriminación de género que enfrentó al pedir apoyo financiero en las entidades gubernamentales, emprende con recursos limitados que proceden de sus ahorros y del apoyo que le da su esposo; no obstante, ese recurso limitado lo logra aprovechar de manera adecuada en el segundo intento, cuando pone en práctica no sólo su experiencia con el primer emprendimiento y su capacidad de gestión sino su perfil de economistas. Tomando relevancia su nivel educativo, sus habilidades personales, así como los conocimientos previos que tenía en el sector de la belleza, coincide con los estudios realizados por Paredes-Hernández et al. (2023) y Saavedra y Camarena (2015), quienes observaron que las mujeres con mayor educación eran las que lograban migrar sus emprendimientos del sector informal al formal, tal y como lo hizo Lupita.

Logra ser empresaria aún y con todo en contra, la discriminación por género, desacuerdo con la exsocio, pandemia y un disminuido entorno habilitante para emprender; es decir, con muy pocas políticas públicas para impulsar a los pequeños emprendimientos tanto a nivel regional como nacional. ¿A qué le atribuye ella ese éxito? A la preparación previa que tuvo para generar su emprendimiento, las capacitaciones que tomó y la certificación que logró en el sector del maquillaje, todo ello fue clave cuando

decidió dar el gran salto de pasar de la economía informal a la formal, rentando un local y dándose de alta en Hacienda.

Haber planeado y haber realizado estudios previos para consolidar su emprendimiento le ayudaron a conocer el mercado, fueron claves para tener éxito y no claudicar en el intento. Con todo y eso, Lupita pasó por alto muchas cosas que debió de haber presupuestado, ella las enlista en su narrativa con el fin de prevenir a aquellas personas que piensan adentrarse en este mundo de emprender. Como bien lo comenta, no todo está en los manuales, es en la experiencia empírica en donde realmente se aprende y se ponen a prueba las habilidades personales.

Finalmente, Lupita se muestra satisfecha con lo que ha logrado, pero como una mujer precavida y responsable, también se muestra temerosa por seguir en el mundo empresarial, pues sabe que ahora es responsable del sustento de varias familias, ya que, con la ampliación de su salón y la generación de su instituto de belleza, diversos hogares dependen de su emprendimiento.

Referencias

- Álvarez, M. J.; Rebollo, M. A. y Rodríguez, M. R. (2013). Factores facilitadores y bloqueadores del emprendimiento femenino: orientar para el emprendimiento desde una perspectiva de género. XVI Congreso Nacional y II Internacional de Modelos de Investigación Educativa (pp. 427-425). Universidad de Alicante. <https://core.ac.uk/download/pdf/157763941.pdf>
- Barrachina, M. M.; García, M. C. y Calderón, C. (2021). Análisis temporal (periodo 2001-2015) de los factores que identifican el emprendimiento femenino en España por oportunidad y necesidad. *Investigación Operacional*, 42(3), 309-314. <https://rev-inv-ope.pantheonsorbonne.fr/sites/default/files/inline-files/42321-01.pdf>
- Blanco, M. (2012). Autoetnografía: una forma narrativa de generación de conocimientos. *Andamios*, 9(19), 49-74. <https://doi.org/10.29092/uacm.v9i19.390>
- Camarena, M. E. y Hernández, L. H. (2018). El emprendimiento como factor de empoderamiento femenino. *Emprendedores al servicio de la pequeña y mediana empresa*, (171), 24-26. http://emprendedores.unam.mx/articulo.php?id_articulo=54

- Canales, R. A., Román, Y. G. y Ovando, W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva. *Entreciencias: diálogos en la sociedad del conocimiento*, 5(12), 1-23. <https://doi.org/10.21933/J.EDSC.2017.12.211>
- Castañeda, M. P. (2012). *Etnografía feminista*. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM. https://ru.ceiich.unam.mx/bitstream/123456789/3161/1/Investigacion_Feminista_Cap10_Etnografia_feminista.pdf
- Castiblanco, S. E. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 21(2), 53-66. <https://doi.org/10.18359/rfce.656>
- Chirinos, M. (2020). Las mujeres emprendedoras son clave para la economía mundial. Subgerente de Responsabilidad Social en el BCP. *La Cámara. La revista digital de la CCI*. <https://lacamara.pe/maria-alejandra-chirinos-las-mujeres-emprendedoras-son-clave-para-la-economia-mundial/>
- Contreras, F. D. (2021). La concepción del emprendimiento: Una aproximación desde la posibilidad real de CS Peirce. *Panorama Económico*, 29(1), 48-72. <https://doi.org/10.32997/pe-2021-3643>
- Covarrubias, I. (2003). Emprendedores y empresarios: un enfoque institucional. *Revista Contribuciones a la Economía* (En línea). <https://eumed.net/ce/icm-emp.htm>
- Finke, J.; Osorio-Tinoco, F. y Laverde, F. P. (2021). Empoderamiento femenino, emprendimiento y pobreza. El caso colombiano. *Cuadernos de Administración*, 34, 1-18. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao34.efepcc>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2022). *Mexico Reports*. <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/mexico-2>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/23 Women's Entrepreneurship Report*. <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>
- González, C. H. y Gálvez, É. J. (2008). Modelo de emprendimiento en Red-MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes empresariales. *Academia. Revista latinoamericana de administración*, (40), 13-31. <https://www.redalyc.org/pdf/716/71612100003.pdf>
- Jiménez, V. J. J. (2017). La desigualdad de género en el mercado laboral. *Revista de información laboral*, 6, 1-10. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6103091>

- Mijangos, K. I. (2023) Autoetnografía de la entrevista cualitativa. *Revista Tzhoecoen*, 15(1), 17-32. <https://doi.org/10.26495/tzh.v15i1.2452>
- Muñoz, J. G. (2014). El valor de la auto-etnografía como fuente para la investigación social: del método a la narrativa. *Azarbe, revista internacional de trabajo social y bienestar*, (3), 237-242 <https://revistas.um.es/azarbe/article/view/198691/161851>
- Lozano, P. y 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 <https://research.ebsco.com/c/sesxtm/viewer/pdf/r4o5jultkf>
- Paredes-Hernández, S. P.; Castillo-Leal, M. y Saavedra-García, M. L. (2023). Diferencias y similitudes de características y capacidades personales determinantes del emprendimiento de negocios de mujeres en contextos geográficos contrastantes. *Investigación y Ciencia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes*, 31(89), e4193. <https://doi.org/10.33064/icycuaa2023894193>
- Peña, L.; Gamba, Y. y Acosta, L. (2020). Criterios de éxito del emprendimiento femenino, desde la metodología de la cartografía social. *Pensamiento Americano*, 13(26), 17-32. <https://doi.org/10.21803/penamer.13.26.418>
- Perilla, L. y Peña, L. Y. (2021). Categorización de los criterios de éxito del emprendimiento femenino en la comuna 1 de Villavicencio – Colombia. *Revista GEON*, 8(2), 1-18. <https://doi.org/10.22579/23463910.295>
- Saavedra, M. L. y Camarena, 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>
- Saavedra, R. E.; Martínez, G. y Osorio, G. (2022). Resiliencia del emprendimiento en México. Los casos de las crisis económicas del covid-19 y subprime. *Estudios Gerenciales*, 38(165), 507-518. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2022.165.5338>
- Solís, V. L. y Castillo, B. (2021). Pluralidad en las teorías del emprendimiento. *Revista Científica de FAREM-Esteli*, 76-95. <https://doi.org/10.5377/farem.v0i0.11609>
- Suárez, L. y Vásquez, C. (2015). Evolución del concepto de emprendedor: de Cantillón a Freire. *Revista Digital de Investigación y Postgrado de la Universidad Nacional Experimental Politécnica "Antonio José de Sucre", Vicerrectorado Barquisimeto*, 5(3), 882-894.

- <https://docplayer.es/52034955-Evolucion-del-concepto-de-emprendedor-de-cantillon-a-freire-evolution-of-the-concept-of-entrepreneurship-from-cantillon-to-freire.html>
- Supo, D. (2022). Emprendimiento femenino y competitividad en empresas exportadoras de Lambayeque en el contexto del covid 19. *Alternativa Financiera*, 13(1), 105-112. <https://doi.org/10.24265/afi.2022.v13n1.05>
- Torns, T. (1995). Mercado de trabajo y desigualdades de género. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 6(0), 81. <https://core.ac.uk/download/pdf/38812444.pdf>
- Torns, T. y Recio, C. C. (2012). Desigualdades de género en el mercado de trabajo: entre la continuidad y la transformación. *Revista de Economía Crítica*, (14), 178-202. <https://revistaeconomiacritica.org/index.php/rec/article/view/509>
- Zamudio, F. J.; Ayala, M. D. R. y Arana, R. I. (2014). Mujeres y hombres: desigualdades de género en el contexto mexicano. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, 22(44), 251-279. <https://www.scielo.org.mx/pdf/estsoc/v22n44/v22n44a10.pdf>

Semblanzas

Claudia M. Prado-Meza

ORCID: 0000-0002-9820-7995

Mexicana. Doctora en Agricultura Sostenible, con certificado en Justicia Social en Educación Superior por la Universidad Estatal de Iowa, EE.UU. Es profesora-investigadora en la Facultad de Economía de la Universidad de Colima, México. Tiene reconocimiento del perfil PRODEP, pertenece al Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII, nivel I) y es la líder del cuerpo académico 109: “Estudios Transdisciplinarios de los Negocios”. Sus líneas de investigación son: sostenibilidad, los métodos cualitativos en la investigación empresarial y el género.

Francisco Javier Haro Navejas

ORCID: 0000-0002-1061-2508

Mexicano. Doctor en Relaciones Internacionales Transpacíficas por la Universidad de Colima. Es profesor investigador en la Facultad de Economía de la Universidad de Colima. Pertenece al SNII (nivel II). Sus líneas de investigación son: identidad, sociedad y cultura.

María Isabel Orozco Rodríguez

ORCID: 0009-0006-1184-1552

Mexicana. Maestra en Investigación Educativa por la Universidad de Guadalajara. Es profesora-investigadora en el área de las ciencias sociales. Dirige un programa social para mujeres emprendedoras en Corporativa de Fundaciones A.C. Su experiencia profesional se centra en el diseño y gestión de proyectos sociales con perspectiva de género. Sus líneas de investigación son: emprendimiento femenino, procesos educativos y educación sexual.

Isis Arlene Díaz-Carrión

ORCID: 0000-0002-0131-8163

Mexicana. Doctora en Geografía Humana por la Universidad Complutense de Madrid. Es profesora-investigadora en la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Baja California. Tiene reconocimiento del perfil PRODEP, es integrante del del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII, nivel II), también forma parte del Cuerpo Académico: “Estudios multidisciplinarios de las ciencias sociales y administrativas”. Sus líneas de investigación son: turismo, género y sostenibilidad.

Ma. Cruz Lozano Ramírez

ORCID: 0000-0002-8205-332X

Mexicana. Doctora en Administración por la Universidad Autónoma de Aguascalientes. Es profesora-investigadora de tiempo completo en la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Baja California. Cuenta con Perfil Deseable, certificado en Administración ante ANFECA, pertenece al SNII, es titular de la Academia de Investigación, miembro del Colegio de Investigadores Iberoamericanos al Servicio del Conocimiento (CIISC) y miembro del Consejo Mexicano de Investigación Educativa (COMIE). Sus líneas de investigación son: gestión del conocimiento y procesos de aprendizaje con enfoque en mercadotecnia y turismo.

Adriana Guillermina Ríos Vázquez

ORCID: 0000-0003-3113-1022

Mexicana. Doctora en Estudios de Desarrollo Global de la UABC. Es profesora-investigadora en la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Baja California. Tiene reconocimiento del perfil PRODEP, es integrante del SNII (nivel Candidato), forma parte del Cuerpo Académico: “Estudios multidisciplinarios de las ciencias sociales y administrativas”. Sus líneas de investigación son: dinámica global transfronteriza, derecho internacional público, migración, derechos humanos, género, educación, cooperación y seguridad transfronteriza, turismo y mercadotecnia.

Juana Edith Navarrete Marneou

ORCID:0000-0002-0168-6599

Mexicana. Doctora en Dirección y Finanzas. Es profesora-investigadora de la Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo, miembro del SNII (nivel I) y especialista en emprendimiento femenino, innovación social, innovación de modelo de negocios (Avalado por HECMontreal y UAM). Cuenta con una vasta producción académica en revistas con arbitraje internacional y editoriales de prestigio en temas sobre emprendimiento, responsabilidad social empresarial y gestión empresarial. Sus líneas de investigación son: Gestión administrativa, mercadológica, y financiera de empresas; Competitividad y desarrollo.

Chess Emmanuel Briceño Nuñez

ORCID ID: 0000-0002-1712-4136

Venezolano. Doctor en Gerencia Evaluativa, Tecnológica, Empresarial y Educativa. actualmente está adscrito a Universidad Nacional Experimental del Táchira (UNET), San Cristóbal, Venezuela. Tiene experiencia docente en Venezuela, Ecuador y Brasil. Su línea de investigación es: Políticas universitarias y gestión evaluativa con enfoque interculturales, Educación intercultural y formación en competencias ciudadanas, así como Comunicación, multiculturalidad y arte.

Genny Georgina Colli Chuc

ORCID ID: 0009-0001-4710-7556

Mexicana. Es licenciada en Lengua y Cultura por parte de la Universidad Intercultural Maya de Quintana Roo y pasante de la maestría en Procesos Innovadores en el Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. Ha sido invitada a publicar su tesis de licenciatura La historia de la Micro-región de San Luis, municipio de Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo para resguardar y dar a conocer la historia de su comunidad. Imparte cursos de lengua maya. Sus áreas de interés son: empoderamiento femenino, educación básica, organización multigrado y lengua maya.

María Elena Hurtado Rodríguez

ORCID ID: 0009-0002-6717-7161

Mexicana. Maestra en Procesos Innovadores en el Aprendizaje por la Universidad de Guadalajara. Es profesora en la Preparatoria Regional de Tapatitlán.

Miriam Alejandra Martín González

ORCID ID: 0009-0006-9457-3417

Mexicana. Maestra en Procesos Innovadores en el aprendizaje por parte de la Universidad de Guadalajara. Actualmente está enfocada a ejercer su profesión en el ámbito clínico, tanto en lo privado como en una institución educativa.

Gizelle Guadalupe Macías González

ORCID: 0000-0002-4327-8710

Mexicana. Doctora en Ciencias. Es profesora-investigadora en el Centro Universitario de los Altos de la Universidad de Guadalajara. Pertenece al SNII (nivel II), tiene reconocimiento del perfil PRODEP y es integrante del Cuerpo Académico: "Educación y sociedad. Mujer alteña y madre de familia". Sus líneas de investigación son: organización y dirección de negocios, educación y género, empresas familiares del giro textil, mujeres que han aportado a sus comunidades (empresarias, filántropas, docentes y políticas), aprendizaje de emprendimiento y promoción de vocaciones científicas.

Erika Cecilia Montoya Zavala

ORCID: 0000-0001-5651-4789

Mexicana. Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara. Es profesora-investigadora en la Facultad de Estudios Internacionales y Políticas Públicas de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Pertenece al Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII, nivel II), tiene reconocimiento del perfil PRODEP y miembro regular de la Academia Mexicana de Ciencia. Es líder del Cuerpo Académico: "Internacionales" y directora de la revista *Internacionales. Revista en Ciencias Sociales del Pacífico Mexicano*. Sus líneas de investigación son: mujeres empresarias, migración internacional hacia EE.UU. y la participación de mujeres en el mercado laboral.

Isela Guadalupe Ramos Carranza

ORCID:0000-0002-0629-9635

Mexicana. Doctora en Ciencias de la Cultura Física por la Universidad Autónoma de Nuevo León. Es profesora-investigadora en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Colima y líder del Cuerpo Académico UCOL-85: "Educación y movimiento". Es vicepresidenta de la Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva (ALGEDE) y pertenece al SNII (nivel I). Sus líneas de investigación son: cultura física y deporte.

Ciria Margarita Salazar C.

ORCID:0000-0001-8863-2309

Mexicana. Doctora en Educación Física y Artística por la Universidad de Extremadura, España. Es profesora-investigadora de tiempo completo en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Colima. Pertenece al SNII (nivel II). Es integrante del Cuerpo Académico UCOL85: "Educación y movimiento". Sus líneas de investigación son: Calidad de vida y Cultura física en contextos de vulnerabilidad (infancias, juventudes y mujeres).

Carmen Silvia Peña Vargas

ORCID: 0000-0002-3537-6265

Mexicana. Doctora en Educación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Es profesora-investigadora de tiempo completo en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Colima. Integrante del Cuerpo Académico UCOL-85: "Educación y movimiento", tiene reconocimiento del perfil PRODEP y forma parte del SNII. Sus líneas de investigación son: actores curriculares y representaciones sociales, jóvenes y representaciones sociales, y procesos y prácticas educativas.

Angélica Yedit Prado Rebolledo

ORCID: 0000-0002-0293-091X

Mexicana. Doctora en Derecho. Es profesora investigadora de la Facultad de Derecho de la Universidad de Colima. Es Consejera Electoral en la Junta Electoral Local del INE en Colima, coordinadora de la maestría en Derecho, Pertenece al SNII (nivel Candidata) y

tiene reconocimiento del Perfil PRODEP. Sus líneas de investigación son: temas relacionados con derechos humanos, democracia, poder y sociedad.

Alejandra Chávez Ramírez

ORCID: 0000-0002-1701-0104

Mexicana. Doctora en Ciencias Políticas y Sociales. Es profesora-investigadora en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de Colima. Tiene reconocimiento del Perfil PRODEP, pertenece al SNII, su investigación abarca democracia, derechos humanos, poder y sociedad.

Rocío Abril Morales Loya

ORCID: 0009-0005-8934-6706

Mexicana. Doctora en Ciencias Sociales por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de Colima. Es docente de la licenciatura en Derecho en la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA) campus Colima y directora de la Consultoría Jurídica en Cumplimiento Normativo Laboral ABM Compliance Laboral. Sus líneas de investigación son: precarización laboral, brechas de género en el empleo y el trabajo en plataformas digitales.

José Manuel de la Mora Cuevas

ORCID: 0000-0002-7508-526X

Mexicano. Doctor en Ciencias Sociales área Historia por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de Colima. Es profesor-investigador de tiempo completo en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y profesor de asignatura en las facultades de Pedagogía, Economía y Derecho de la Universidad de Colima. Pertenece al SNII, tiene reconocimiento del perfil PRODEP y es líder del Cuerpo Académico UCOL-CA-126: "Estado y sociedad". Sus líneas de investigación son: diversidad social y diversidad sexual.

Oriana Zaret Gaytán Gómez

ORCID: 0000-0001-9465-5371

Mexicana. Doctora en Ciencias Sociales por el Colegio de Michoacán, tiene una especialidad en Clúster Estrategia y Competitividad por el Instituto Tecnológico de Monterrey. Es profesora-investigadora de tiempo completo y directora de la Facultad de Economía de la Universidad de Colima. Pertenece al SNII (nivel Candidata). Sus líneas de investigación son: economía circular, economía social y cooperativismo.

María Guadalupe Martínez Coronel

ORCID: 0009-0003-8659-9180

Mexicana. Licenciada en Economía y especialista en Dirección de Organizaciones Turísticas por la Universidad de Colima. Es propietaria de la Escuela “Lupita Coronel” *Beauty Academy*, que oferta la carrera en Estilismo y de “Lupita Coronel” *Make Up Training Studio*, especialista en la impartición de cursos. Maquillista con más de nueve años de experiencia, participante de *Master Classes* nacionales e internacionales, con la certificación oficial SEP y el CONOCER.

El inalcanzable equilibrio de las emprendedoras. Las redes de apoyo, pilar de sus negocios, coordinado por Claudia M. Prado-Meza y Francisco Javier Haro Navejas, fue editado en la Dirección General de Publicaciones de la Universidad de Colima, avenida Universidad 333, Colima, Colima, México, www.ucol.mx. La edición se terminó en diciembre de 2025. En la composición tipográfica se utilizó la familia ITC Veljovic Book. El tamaño del libro es de 22.5 cm de alto por 16 cm de ancho. Programa Editorial No Periódico: Eréndira Cortés Ventura. Diseño de portada: José Guillermo Campanur Galván. Cuidado de la edición, corrección y diseño de interiores: Myriam Cruz Calvario. Plataformas digitales: Benjamín Cortés Vega y Damara Josselin Jiménez Armenta.

En un mundo donde el emprendimiento femenino se erige como un pilar para el desarrollo social y económico, *El inalcanzable equilibrio de las emprendedoras* ofrece una mirada profunda a los desafíos y oportunidades que enfrentan las mujeres en sus esfuerzos por alcanzar la autonomía económica. Este libro explora cómo las redes de apoyo se convierten en un recurso vital para lograr el equilibrio entre sus responsabilidades laborales y familiares, ya que las emprendedoras navegan en un entorno dominado por hombres.

Las investigaciones de este libro muestran el trabajo y los esfuerzos constantes de las mujeres por visibilizar sus contribuciones en un sistema que minimiza su labor. Desde la creación de negocios en sectores emergentes hasta la superación de estereotipos de género, en cada uno de los capítulos se destacan la resiliencia y la creatividad de las emprendedoras y empresarias, quienes desafían las normas establecidas y redefinen su significado en el contexto contemporáneo. Es una lectura esencial para quienes buscan entender las dinámicas del emprendimiento femenino y el impacto transformador que puede tener en nuestras sociedades, es también una invitación a diseñar políticas públicas que incentiven el emprendimiento, promuevan la equidad de género y reconozcan el trabajo de cuidado.

ISBN: 978-968-9733-12-6



UNIVERSIDAD DE COLIMA