

Capítulo 9. El desarrollo del emprendimiento para el empoderamiento en estudiantes universitarias del TecNM, campus Tuxtla Gutiérrez.

Edna Morales Coutiño

Adriana Meza León

Valeria Nagaya Espinosa

Nahomí Vázquez Salinas

Instituto Tecnológico de Tuxtla Gutiérrez

DOI: [10.46990/iQuatro.2023.09.4.9](https://doi.org/10.46990/iQuatro.2023.09.4.9)

Resumen

El proyecto plantea como objetivo central identificar los elementos, condiciones o situaciones escolares que están determinando la puesta en práctica de habilidades y competencias para favorecer el empoderamiento de estudiantes universitarias con base a emprendimientos o actitudes emprendedoras, así como la identificación de elementos que están incidiendo negativamente en su desarrollo, tanto en el ámbito social, familiar, como escolar, específicamente el estudio procura atender la identificación de estos elementos en estudiantes universitarias del TecNM, campus Tuxtla Gutiérrez, se acudió a un enfoque cualitativo-exploratorio que permitió acceder al objeto de investigación mediante entrevistas semiestructuradas y a partir las opiniones se trazó una ruta de intervención, factible de ser analizada por las instancias educativas, para asegurar la determinación de estrategias de emprendimiento para incidir en el empoderamiento de las estudiantes.

Palabras clave

Estudiantes universitarias, empoderamiento, emprendimiento, modelos de emprendimiento

Introducción

El tema del emprendimiento y su asociación a esta práctica por parte de las mujeres ha cobrado una particular relevancia en las últimas décadas, así desde el campo de la gestión empresarial surgen diferentes elementos que permiten analizar el tema de emprendimiento, mismo que según Serrano (2022) es “proceso de creación de nuevas empresas o negocios, así como la expansión de las que ya existen, guardando una estrecha relación con la dinámica económica de un país, el desarrollo social y la formación de una cultura empresarial”. Uno de los aspectos importantes dentro de éste es la clasificación de emprendimiento femenino que es definido por Audaces (2022) como “proceso de iniciativa para empresas dirigidas por una o más mujeres, así como iniciativas de liderazgo en las que las mujeres ocupan altos cargos dentro de las empresas: administración, liderazgo, presidencia y similares”.

El anterior concepto nos conduce a otra determinación categorial, el cual es el empoderamiento femenino, componente fundamental e importante para el desarrollo de una mujer emprendedora, definido por Gutiérrez (2022) implica visualizarlo como “proceso que permite el incremento de la participación de las mujeres en todos los aspectos de su vida personal y social”, a partir del cual “pueden ser dueñas de sus vidas e intervenir plenamente y en igualdad en todos los ámbitos de su sociedad, incluyendo la toma de decisiones y el acceso al poder”(Párr.4). Así que el desarrollo de esta investigación busca conocer qué aspectos se deben considerar para poder lograr un emprendimiento exitoso en mujeres estudiantes de nivel universitario, al igual que el análisis de modelos de emprendimientos que definido por Clavijo (2022), “son instrumentos que permiten tener claridad en el modo por el cual se ofrece una solución a una necesidad del mercado”. Esto es necesario ya que se asocia directamente al desarrollo del empoderamiento femenino.

El documento se encuentra estructurado en cinco componentes, inicialmente realizamos una revisión de la literatura en la revisión de las categorías conceptuales y una aproximación al estado del arte, posteriormente se presenta la metodología que orientó el proyecto en los aspectos más relevantes, se continúa con los resultados obtenidos los cuales se discuten en el siguiente componente, el cual muestra la implicación teórica y su cruce con los hallazgos, finalmente podrán ubicarse las conclusiones, apartado que busca generar un espacio de reflexión y análisis en torno al tema del emprendimiento y empoderamiento de estudiantes universitarias.

Revisión de la Literatura

Recuperaciones teórico-conceptuales

Modelos. Hanson en 1958 (como se citó en Gallego 2004) un modelo es una estructura conceptual que sugiere un marco de ideas para un conjunto de descripciones que de otra manera no podrían ser sistematizadas. Gago (1999) lo plantea como ejemplar o forma que uno propone y sigue en la ejecución de una obra artística o en otra cosa, ejemplar para ser imitado, representación en pequeño de una cosa, copia o réplica de un original, construcción o crea-

ción que sirve para medir, explicar e interpretar los rasgos y significados de las actividades agrupadas en las diversas disciplinas.

Emprendimiento. Emprender consiste en llegar a convertir una idea de negocio, atendiendo una necesidad o problema que otros tienen, en un producto envuelto en una propuesta de valor que satisfaga las expectativas del mercado y que este pueda acceder a dicho producto (Ortiz, 2021). Mintzberg (2016) menciona que el emprendimiento, visto desde las acciones del individuo, que asume la calificación de *homo economicus* para justificar la maximización de la utilidad y por ende su bienestar, concibe al emprendedor como el dinamizador del desarrollo económico. Terjesen, Hessels y Li (2013) como se cita en Forero Bernal y Bernal Duarte (2019) investigaron acerca de emprendimiento de mujeres y afirman que se deben considerar componentes individuales, colectivos y ambientales, tales como las instituciones relacionadas con la familia y la prestación del servicio de cuidado de niños, ya que estos aspectos influyen en los niveles de emprendimiento femenino y son estimados como importantes en la toma de decisiones de las mujeres en el momento de crear empresa.

Modelos de emprendimiento. Un modelo de gestión del emprendimiento es una herramienta que se establece para acompañar una idea de negocio, desde que se origina hasta su salida al mercado, con el objetivo de aumentar sus posibilidades de éxito. Uno de los modelos de emprendimiento que consolidan el proceso de creación de empresas fue planteado por el profesor Alan Gibb, que formalmente identifica y analiza de la siguiente manera las etapas que sigue el emprendedor para crear una empresa: parte de la adquisición de la motivación y la idea de negocio, la validación de la idea, la definición de la escala de operación, la identificación de los recursos necesarios, la negociación y entrada al mercado, el nacimiento y la supervivencia de la empresa (Hernán y Gálvez, 2008).

Empoderamiento. El empoderamiento es considerado el proceso mediante el cual las personas, organizaciones y comunidades logran control sobre sus asuntos. Es así que las personas, organizaciones o grupos más impotentes y marginados se dan cuenta de la función del poder dentro del contexto de sus vidas, y desarrollan habilidades y capacidades para mejorar el control de las mismas (Banda y Morales, 2015)

Teorías del emprendimiento. -Schumpeter, expuso que el proceso de innovación se convierte en el mecanismo interno, que genera la evolución del sistema capitalista, motivado por el accionar de un emprendedor que persigue un reconocimiento científico. Bajo este enfoque, el proceso innovador aparece como una herramienta competitiva, y la empresa y el emprendimiento como sus factores determinantes (Antonelli, 2008 citado en Jiménez Barreira, 2018).

Teoría del emprendimiento de Andy Freire. Según la teoría del triángulo invertido propuesta por Andy Freire en su libro *Pasión por emprender* (2004) en el punto de apoyo (el vértice de abajo) está el emprendedor; en el vértice de la derecha está el capital y en el izquierdo, el proyecto o la idea. Todo proceso emprendedor integra estos tres componentes. Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a por lo menos una de estas tres razones, o a alguna combinación entre ellas: el emprendedor no fue bueno, no obtuvo el capital necesario o el proyecto emprendido era equivocado.

Teoría de empoderamiento. Esta teoría reconoce que el ajuste entre las características individuales (por ejemplo, la raza o los ingresos) y los procesos potencialmente empoderadores pueden tener efectos vitales para el desarrollo de los resultados del empoderamiento. En un primer hallazgo se encontró que la participación social contribuye con el empoderamiento intrapersonal (empoderamiento emocional) en grupos con diversidad de ingresos económicos. Mientras que en un segundo hallazgo se observó que los grupos de bajos ingresos muestran interacción entre la participación social y el componente de empoderamiento cognitivo (Speer y colaboradores (2013) citado en Banda y Morales, 2015). Magdalena León en Poder y empoderamiento de las mujeres (1997), señala que El empoderamiento no es un proceso lineal con un inicio y un fin definidos de manera igual para las diferentes mujeres o grupos de mujeres. El empoderamiento es diferente para cada individuo o grupo según su vida, contexto e historia, y según la localización de la subordinación en lo personal, familiar, comunitario, nacional, regional y global.

Estado del arte del emprendimiento femenino.

Una primera producción analizada es la de Forero-Bernal y Durán-Duarte (2018) en estudio denominado aportes a la construcción del estado de arte del emprendimiento femenino en Colombia, donde se buscó responder al cuestionamiento: ¿en qué estado se encuentra el emprendimiento femenino? el cual consideró la intención de realizar un aporte a la construcción del estado actual del emprendimiento femenino en el país, haciendo uso de una metodología con enfoque documental, presentó los resultados de que existen pocos estudios en el género, lo que permite identificar vacíos en el conocimiento de este fenómeno, en especial considerando la falta de oportunidades, el embarazo en edades tempranas y el maltrato en todas sus modalidades que se convierten en condicionantes para que la mujer se obligue a generar sus propios negocios.

Por otra parte, en la tesis denominada el emprendimiento femenino y su incidencia en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil, realizada por Aquino y Castaño (2019) buscó responder a las siguientes preguntas: ¿Cuáles son las causas que motivan a las mujeres de Guayaquil a emprender?, ¿Cuáles son las consecuencias que experimentan las mujeres al momento de emprender?, ¿Cuáles son los factores que interviene al momento de emprender? el estudio buscó estudiar los factores que inciden en los emprendimientos femeninos en Guayaquil, acudiendo a una metodología con un enfoque mixto de nivel descriptivo, con lo cual se logró identificar, al analizar los motivantes y razones para que la mujer emprenda se encontró una correspondencia principalmente a factores de necesidad, factores de oportunidad, así como a factores asociados a la vocación y la cultura.

Por otro lado, en la tesis análisis del emprendimiento y empoderamiento de la mujer realizada por Sánchez (2020) planteó la siguiente interrogante: ¿Cuáles son los factores comparativos dentro del emprendimiento femenino? buscó estudiar los factores que repercuten de manera significativa en los emprendimientos de una mujer. Dentro del estudio, se estableció el análisis del emprendimiento desde diferentes perspectivas, como lo son el conocimiento, la viabilidad, la actitud, y las competencias, con el fin de aportar en el desarrollo de su comunidad generando bienestar y oportunidades dentro de Lambayeque, Perú. Acudiendo a una metodología cualitativa, se concluye en esta tesis, que en cuanto al describir las condicio-

nes del emprendimiento de la mujer en la comunidad San Pablo, Katigiru, se caracteriza por la mejora de los conocimientos y el desarrollo de sus competencias para trabajos productivos. El emprendimiento desde este estudio se da por una necesidad.

En el artículo denominado, hacia un modelo educativo para el emprendimiento por Barón, Matallana y Pedraza (2019) se plantea la pregunta ¿cómo se debe implementar un modelo educativo en donde se fomente el emprendimiento? se establecieron las siguientes intenciones: revisar las condiciones institucionales y analizar la relación entre variables, acudiendo a la metodología con enfoque mixto, que inició con una revisión documental sobre la normatividad vigente acerca del potencial que la educación y la investigación tienen para el emprendimiento, generando como conclusión la necesidad de fortalecer la investigación en emprendimiento, definir una argumentación real y significativa para “soportar todo tipo de políticas y proyectos en apoyo al tema, sobre la base de la triada fundamental de desarrollo: universidad, empresa y Estado” (2019, pág.191). Lo cual permite identificar un elemento asociado al presente proyecto partiendo del hecho de que la actual propuesta se inscribe en una organización escolar, en la cual pueden establecerse acciones de corte curricular partiendo de la concepción de la triple hélice.

Un último artículo que permite tener vinculación directa con un concepto central lo ubicamos en la producción de Krauss, Bonomo y Volffovicz (2020) denominado empoderar el emprendimiento femenino universitario, donde se busca responder a lo siguiente: ¿Cuáles son las variables que intervienen en el emprendimiento femenino? con el cual se establecieron las siguientes condiciones: analizar el desafío de las universidades en el fomento de las IE (Instituciones Educativas) femeninas para que tengan un impacto positivo, y emprendan como elección de carrera, entendido como una actividad emprendedora o la creación de un nuevo negocio, con lo cual se logró identificar los siguientes resultados: la Actitud Personal, el Control Interno Percibido, los Contextos Familiar y Universitario tienen un efecto significativo y directo sobre la Intención Emprendedora de las estudiantes universitarias.

Metodología

Según el tipo de datos la investigación fue de tipo cualitativa, la información que se recabó y el tratamiento se generó en esa perspectiva, la finalidad del estudio es de tipo teórico ya que la información obtenida será utilizada para incrementar y clarificar los conocimientos que se tienen sobre el tema, en este sentido no se busca resolver directamente un problema sino el posicionamiento de éste en los agentes centrales que lo determinan para incidir en su atención. Se acudió a una dimensión temporal de corte transversal, ya que se recuperó información de agentes durante el ciclo escolar enero-junio de 2023. De acuerdo con el alcance de investigación se determinó un carácter exploratorio buscando una primera visión general acerca del tema principal desde las apreciaciones de quienes constituyen el objeto de estudio. Así el estudio se centró en la hipótesis: “La identificación de los factores que afectan el logro del empoderamiento, habilidades y competencias empresariales en las estudiantes universitarias del TecNM campus Tuxtla Gutiérrez, permitirá determinar el establecimiento futuro de estrategias efectivas que propicien la gestión fundamentada de emprendimientos

que coadyuven al desarrollo individual de las estudiantes en una perspectiva de conseguir su desarrollo personal y empresarial”.

El estudio consideró como población de corte finito a las estudiantes que se encuentran inscritas en el semestre enero-junio de 2023 en los nueve programas educativos de Ingeniería en el campus Tuxtla Gutiérrez del Tecnológico Nacional de México. Según el objeto que se estudia en el proyecto contempla un muestreo no probabilístico de corte discrecional y de conveniencia, se determinó seleccionar a mujeres jóvenes emprendedoras de edades entre 18 y 25 años estudiantes del Instituto Tecnológico Nacional De México Campus Tuxtla interesadas en participar voluntariamente en el estudio, con ello se buscó atender a los siguientes criterios de inclusión: ser estudiante del Instituto Tecnológico Nacional de México Campus Tuxtla Gutiérrez; ubicarse en el rango de edad de 18 a 25 años y tener interés por participar en el estudio, las 107 participantes reúnen estos criterios de inclusión y en esta medida aportan información. Los elementos de técnica se centraron en la entrevista y como instrumento asociado se determinó un guión de entrevista semiestructurada, el recurso atendiendo a las dinámicas del Instituto que en este semestre se convirtió a modalidad mixta, se decidió en una aplicación a través de google forms. El guión de entrevista se compuso de diez preguntas de las cuales cinco son abiertas dando pauta a que las entrevistadas puedan externar sus opiniones con libertad. El resto de los ítems presentó estructura endicotómica.

Resultados

Conforme a la estructura del instrumento planteado que constó de 10 reactivos, se obtuvieron los siguientes resultados. Como se refirió en la metodología se esperaba la participación voluntaria siendo un total de participantes en la fase de trabajo de campo de 107 estudiantes de la población previamente señalada, reiterando que, dado que el Instituto modificó la atención de estudiantes pasando a modalidad híbrida, se optó por montar el guión de entrevista en un formulario web.

Una primera pregunta se orientó a explorar la significación de la noción de emprendimiento, generándose respuestas que fueron susceptibles de ser organizadas bajo la siguiente estructura de análisis:

Respuestas que en su definición evidenciaban un vínculo o implicación directamente a la estudiante:

“Podría definirlo como el diseño, estructura y administración para la creación de un nuevo negocio, ya sea un producto o servicio pero que tu seas el dueño”

“Generar dinero a partir de tus propias ideas y de tu inversión”

Respuestas que vinculaban la noción de negocio:

“Llevar a cabo un proyecto o poner en marcha una idea ya sea de negocio o cualquier otro proyecto”

“El emprendimiento es la acción de iniciar y desarrollar un nuevo proyecto o negocio con el objetivo de generar valor económico y social”

Respuestas asociadas a la idea de lucro, generar ingresos, ganancias o directamente dinero.

“El emprendimiento es un negocio que una persona lleva a cabo para poder generar ingresos”

“Un emprendimiento para mí es cuando una persona se esfuerza para crear una empresa y generar ganancias”

Respuestas asociadas a la noción de innovación

“El emprendimiento es el proceso de convertir una idea en una empresa o iniciativa tangible, que involucra la creación de productos o servicios innovadores y la búsqueda de oportunidades de mercado”

“Convertir una idea nueva en una innovación exitosa, visión, creatividad”

Un dato interesante aparece al preguntar a las estudiantes si con base a su concepto formulado se consideran emprendedoras, aquí el resultado es que un poco menos de la mitad no se considera emprendedora, es decir cuatro de cada 10 estudiantes no se percibe como emprendedora. Pero al preguntarles si les interesaría emprender, la mayoría contestó afirmativamente, ya que determinaron que ello les sería de utilidad o medio para llegar a la noción de empoderamiento, 101 estudiantes contestaron que emprender era una acción o la ruta para empoderarse o para dar pauta a su desarrollo.

En lo relativo al análisis o identificación de los factores u obstáculos que consideran afectan negativamente el emprendimiento femenino, de las respuestas obtenidas se pueden caracterizar los siguientes aspectos: financiación, gestión del tiempo entre la familia, escuela y negocios, la brecha de género, lugar de residencia y la falta de ideas de productos rentables. En la identificación de los distintos factores que impulsarían el desarrollo de un emprendimiento y en consecuencia que permitiría iniciar la ruta del empoderamiento se perfilaron los siguientes elementos: la independencia financiera, mejorar la calidad de vida, la flexibilidad laboral, la realización laboral, e inspirar a otras mujeres.

Una pregunta que consideramos central se orientó a identificar en qué medida las estudiantes consideran que los estereotipos de género influyen en la manera de pensar y en controlar un emprendimiento, se obtuvo que 78 estudiantes de 107 reconocen la afectación de la cultura y el estereotipo de género en la sociedad chiapaneca, lo que en efecto puede llegar a detener o a impedir un emprendimiento. A la pregunta del respaldo del TecNM como instancia que fomenta y propicia el emprendimiento en sus estudiantes, se identificó que existe una percepción dividida ya que, cinco de cada 10 estudiantes, no considera que el TecNM tome cartas en el asunto.

El ítem número ocho recuperó de qué manera el TecNM podría motivar a sus estudiantes para iniciar un emprendimiento y se identificaron tres grandes líneas de acción:

Acciones concretas en el corto plazo desde la decisión organizacional. Como que en sus redes sociales fomente la publicación de convocatorias o pláticas conferencias sobre emprendimiento organizado por otras instituciones u organización (que se dé a la tarea de difusión e investigación). Permitirles mostrar sus emprendimientos dentro de la institución, brindándoles apoyo y oportunidad para ofrecer su emprendimiento, de forma responsable y sin descuidar sus estudios.

Acciones de curriculum oficial y curriculum ampliado. Talleres semanales sobre temas de desarrollo personal, metodologías hábiles, pinch, modelos de negocio de manera presencial y en línea. Con un programa de asesorías personalizadas.

Acciones articuladas a instancias externas o que implican gestión organizacional. El TecNM podría establecer alianzas con empresas y emprendedores exitosos, invitándolos a compartir sus experiencias y conocimientos en charlas, conferencias o talleres, brindando inspiración y ejemplos concretos de emprendimientos exitosos que puedan motivar a los estudiantes a iniciar sus propios proyectos. Mantener seguimiento en los proyectos y de igual manera realizar actividades que logren ayudar en financiar los mismos.

Finalmente se presentan elementos motivacionales para emprender, pueden visualizarse cuatro expresiones literales que a juicio de las investigadoras deben ser incluidas en esta recuperación ya que atienden a una dimensión fundamental que es el empoderamiento y el desarrollo de la mujer, ordenadas en dos dimensiones:

Expresiones que aluden a motivar el inicio de un emprendimiento para asegurar condiciones de empoderamiento, desarrollo y logro de metas.

Que será difícil, pero si en verdad te gusta lo que estás haciendo con el tiempo será redituable y no tendrás que depender de alguien; que sea perseverante, para que como mujeres logremos el empoderamiento que necesitamos.

Expresiones que buscan motivar desde la intención de romper con los miedos, asumir una nueva postura paradigmática frente a la posibilidad de emprender

No tener miedo. Probar los emprendimientos e ideas que tengan en mente. Hacer estudios de mercado que les permitan enfocar bien su proyecto y asesorarse con maestros de carreras afines a su proyecto; que tenemos que resistir al igual que en la vida, que todo es un proceso.

Discusión

En el estudio al identificar los distintos factores que impulsarían el desarrollo de un emprendimiento y en consecuencia que permitiría iniciar la ruta del empoderamiento se perfilaron los siguientes elementos: la independencia financiera, mejorar la calidad de vida, la flexibilidad laboral, la realización laboral, e inspirar a otras mujeres, se encuentra una coincidencia

con los aportes de Charlier et al. (2002) al referir que “la noción de empoderamiento (...) por una parte, relacionada con la toma de «poder», haciendo hincapié principalmente en el fortalecimiento del autoestima, la confianza en sí mismo y la capacidad de elegir las orientaciones en su propia vida”(pág.9) colocaría a la mujer en una situación de claridad para buscar dicho estadio o para situar estos factores intrínsecos como detonantes del logro del empoderamiento.

En la revisión acerca de en qué medida los estereotipos de género influyen en la manera de pensar y en controlar un emprendimiento, las estudiantes mostraron la existencia de afectaciones por la cultura y el estereotipo de género en la sociedad chiapaneca, lo que en efecto puede llegar a detener o a impedir un emprendimiento, siendo esta postura coincidente con los aportes de Briseño García, Briseño García, & López Lira Arjona, quienes refieren que, “México es uno de los países que tiene una de las calificaciones más bajas en América Latina por su falta de capacidad para reducir la desigualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, según el índice de disparidad de género” (2017,pág.24) aunado a lo anterior se recupera que “la falta de (...) voluntad política, (...) masculinizada (...), ha dificultado no solo el diseño sino la ejecución de políticas públicas en la mujer que permita el vínculo entre educación, oportunidades y creación de empresas con posibilidades reales para ellas” (Bernal y Duarte, 2019, p.89)

En lo relativo al análisis o identificación de los factores u obstáculos que consideran afectan negativamente el emprendimiento femenino, de las respuestas obtenidas se pueden caracterizar los siguientes aspectos: financiación, gestión del tiempo entre la familia, escuela y negocios, la brecha de género, lugar de residencia y la falta de ideas de productos rentables, lo anterior puede alinearse a lo planteado por Briseño García, Briseño García, & López Lira Arjona (2017) quienes refieren que “existen diversas barreras (...), por una parte están las económicas (...) y por otra parte los estigmas sociales y culturales que se le atañen a la mujer, lo cual dificulta la auto-confianza que debe tener la emprendedora” (p.30).

El análisis muestra que, de los factores a considerar, competencias y recomendaciones hacia las emprendedoras para empoderarse, se encuentran relacionados con aquellas características y rasgos personales asociados a una motivación intrínseca manifestada como el elemento considerado como de mayor importancia para poder impulsar a las emprendedoras en la creación de un negocio, a lo que se asocian elementos relacionados con conocimientos o habilidades profesionales, que requieren una preparación en materia de procesos de carácter administrativo y mercadológico, condición que se relaciona a la noción de empoderamiento desde su concepción de “saber hacer” donde de acuerdo con Charlier et al. (2002) este poder “pone de manifiesto la importancia de la aplicación de los conocimientos o la capacidad de traducir los conocimientos en acciones o en recursos” (p.13).

Conclusiones

En el estudio se planteó como supuesto que “La identificación de los factores que afectan el logro del empoderamiento, habilidades y competencias empresariales en las estudiantes universitarias del TecNM campus Tuxtla Gutiérrez, permitirá determinar el establecimiento futuro

de estrategias efectivas que propicien la gestión fundamentada de emprendimientos que coadyuven al desarrollo individual de las estudiantes en una perspectiva de conseguir su desarrollo personal y empresarial”, de acuerdo a esto en el trabajo de campo pudimos obtener que:

De acuerdo a los resultados obtenidos y la información recolectada se logró identificar que existe claridad entre las estudiantes acerca de la noción de emprendimiento, de cómo ejercer una acción de emprendimiento las puede colocar en planos claros de autonomía e independencia, no obstante existan claras brechas de género como limitantes para su desarrollo y la necesidad de reconocer que, en determinado momento, la propia familia puede volverse un elemento que contenga sus iniciativas, esto implica que aún cuando conocen sus posibilidades también conocen los factores que pueden impedir o afectar.

En el estudio se identificó que hay poca atención a la población estudiantil femenina hacia el emprendimiento, es claro que las estrategias que actualmente implementa el TecNM Campus Tuxtla Gutiérrez, no son de todo eficientes al momento de ser aplicadas directamente con sus estudiantes, ya que éstas no cumplen con el objetivo de motivar y concientizar lo que conlleva la realización de un emprendimiento. Así a partir de este estudio es factible reflexionar acerca de las acciones que son necesarias en el plano personal y en el plano organizacional para detonar emprendimientos o bien para consolidarlos, se evidencia que no se impulsan acciones que favorezcan de manera sistemática el desarrollo de competencias y habilidades para el desarrollo empresarial.

En el plano curricular será necesario fortalecer el eje de formación de emprendedoras ya sea con acciones formales o bien con acciones complementarias al plan de estudios, la propuesta de estrategias para el desarrollo o consolidación del emprendimiento en mujeres universitarias del TecNM campus Tuxtla Gutiérrez debe perseguir fundamentalmente colocar a las jóvenes en una perspectiva de empoderamiento, de independencia, de ejercer un poder asociado al saber ya que toda intervención desde su currículo debe buscar colocarlas al alcance de las herramientas necesarias para que puedan desarrollar su dimensión emprendedora y asumir liderazgo empresarial. Se han identificado una serie de obstáculos que enfrentan las mujeres en el mundo empresarial y se han propuesto estrategias para que se motive e incentive el desarrollo y seguimiento de emprendimientos de las alumnas en el TecNM campus Tuxtla Gutiérrez desde las mismas estudiantes.

Finalmente consideramos relevante dejar en la reflexión que toda acción que busca colocar a la mujer en un espacio de poder basado en el saber permitirá colocar a un recurso humano altamente valioso, capaz de transformar su mundo y el mundo en el que se involucra. Es por ello que se espera que este proyecto sea un punto de partida para fomentar el desarrollo de una investigación posterior que sea de mayor profundidad y aporte al estudio de emprendimiento femenino en todo el TecNM.

Referencias

Aquino, G. & Castaño, J. (2019.). El emprendimiento femenino y su incidencia en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil [Tesis de licenciatura]. Universidad de Guayaquil.

- Banda, L. y Morales, M.A. (2015) Empoderamiento psicológico: un modelo sistémico con componentes individuales y comunitarios. *Revista de Psicología* Vol. 33 (1), 2015 (ISSN 0254-9247). <http://www.scielo.org.pe/pdf/psico/v33n1/a01v33n1.pdf>
- Barón, U., Matallana, H. & Pedraza, M. (2019, 2 junio). Hacia un modelo educativo para el emprendimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. <https://doi.org/10.21158/01208160>
- Briseño García, O., Beriseño García, A., & López Lira Arjona, A. (2017). El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México. *Innovaciones De Negocios*, 13(25). <https://doi.org/10.29105/rinn13.25-2>
- Charlier, S. Caubergs, L. Malpas, N. y Mula Kakiba E. (2007) El proceso de empoderamiento de las mujeres (guía metodológica). s.a. Boone-Roosens. Disponible en: https://dhls.hegoa.ehu.eus/uploads/resources/4668/resource_files/proceso_empoderamiento_mujeres_CFD.pdf
- Clavijo, C. (2022, 20 septiembre). ¿Qué es un modelo de negocios? Definición, tipos y cómo crearlo. Recuperado 18 de octubre de 2022, de <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-negocio>
- Audaces (2022) Emprendimiento femenino: ¿cómo actúan las mujeres en el fortalecimiento del sector industrial?. Recuperado 18 de octubre de 2022, de <https://audaces.com/es/blog/emprendimiento-femenino-como-actuan-las-mujeres-en-el-fortalecimiento-del-sector-industrial#:~:text=El%20emprendimiento%20femenino%20puede%20definirse,%2C%20liderazgo%2C%20presidencia%20y%20similares>
- Forero-Bernal, L. A.; Durán-Duarte, L. K. (2019). Aportes a la construcción del estado de arte del emprendimiento femenino en Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (86), 77-92. DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2291>
- Freire, A. (2003) *Pasión por emprender: De la idea a la cruda realidad*. Santillana Ediciones Generales S.L.
- García, M. (s. f.). *Herramientas metodológicas y tecnológicas para el desarrollo de proyectos de emprendimiento* [Tesis de licenciatura]. Universidad Católica De Colombia.
- Gago, H. (1999) *Modelos de sistematización del proceso de enseñanza-aprendizaje*, México, Trillas.
- Gallego, R. (2004) Un concepto epistemológico de modelo para la didáctica de las ciencias experimentales. *Revista Electrónica de Enseñanza de las Ciencias*, Vol. 3, N° 3, 301-319. http://reec.uvigo.es/volumenes/volumen3/REEC_3_3_4.pdf
- Gutiérrez Botero, N. (2022) Empoderamiento femenino: una mirada post pandémica. Recuperado de <https://www.rrhhdigital.mx/editorial/547/Empoderamiento-femenino-una-mirada-post-pandemica-#:~:text=El%20empoderamiento%20femenino%20como%20lo,sociedad%2C%20incluyendo%20la%20toma%20de>
- Hernán González Campo, C., & Gálvez Albarracín, É. J. (2008). Modelo de Emprendimiento en Rojo -MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes empresariales. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, (40), 13-31.
- Jiménez Barrera, Y (2017) Aproximación crítica a las principales teorías sobre el cambio tecnológico. *Revista Problemas del Desarrollo*, 193 (49), abril-junio 2018, <http://probdes.iiec.unam.mx>

- Krauss Delorme, Catherine, Bonomo Odizzio, Adriana, & Volfovicz León, Roberto. (2020). Empoderar el Emprendimiento Femenino Universitario. *Journal of technology management & innovation*, 15(2), 71-80. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242020000200071>
- León, M. (1997) Poder y empoderamiento de las mujeres. Tercer mundo editores. <https://bibliotecaiztapalapauin.files.wordpress.com/2018/07/podermujer2.pdf>
- Mintzberg, H. (2016). *Safari a la estrategia*. Buenos Aires, Argentina: Granica.
- Ortiz, V. (2021) Breve guía para emprender exitosamente. En Bautista, E. y Samperio, J. *Emprendimiento e innovación universitaria para la formación empresarial*. Ave Editorial.
- Sánchez, M. (2020). Análisis del emprendimiento y empoderamiento de la mujer: caso San Pablo, Kutiquiru (Tesis de licenciatura). Recuperada de URL: <http://hdl.handle.net/20.500.12423/3106>
- Serrano, L. (2022) 20 conceptos de emprendimiento que te ayudarán con tu negocio. Tecnológico de Monterrey. <https://blog.maestriasydiplomados.tec.mx/20-conceptos-de-emprendimiento#:~:text=El%20emprendimiento%20es%20la%20actividad,formaci%C3%B3n%20de%20una%20cultura%20empresarial.>