

## **Capítulo 22. Los obstáculos que tienen las estudiantes universitarias que dirigen una micro o pequeña empresa durante su formación académica.**

Luz Amparo Delgado Diaz  
Georgina Dolores Sandoval Ballesteros  
Miriam del Carmen Vargas Aceves  
Indira Rosalia Montes Zambrano  
**Universidad de Guadalajara**  
DOI: [10.46990/iQuatro.2023.09.4.22](https://doi.org/10.46990/iQuatro.2023.09.4.22)

### **Resumen**

Las micro y pequeñas empresas representan un aporte muy importante en el desarrollo económico de las regiones, que en Puerto Vallarta, Jalisco, corresponde al 90% del total de empresas de diferentes sectores, sin duda esto se refleja en la capacidad de innovación y creación de empresas en las que cada vez más mujeres están al frente, el análisis de las estudiantes empresarias que comparten su tiempo entre las dos actividades y que se enfrentan a diferentes obstáculos refleja el esfuerzo, la dedicación y el interés por salir adelante con la responsabilidad que esto representa.

### **Palabras clave**

Mujeres, estudiantes, micro y pequeñas empresas, emprendimiento

## Introducción

En la actualidad es imposible negar que las mujeres que dirigen un emprendimiento, juegan un papel destacado en la aportación a la economía principalmente regional, por consiguiente, con alcances nacionales y mundiales, pues estas emprendedoras han permeado en gran parte en las actividades económicas (Amorós & Poblete, 2012). En el informe presentado por RedEAmérica, “Emprendimiento Femenino: una vía para la recuperación económica con inclusión” señala que alrededor de 118 millones de mujeres en la región latinoamericana viven en situación de pobreza, 23 millones más que en 2019 (CEPAL, 2021). En 2020, por la crisis desatada por la pandemia, la tasa de participación laboral femenina cayó al 46% mientras que la de los hombres estuvo en un 69%. Antes de la pandemia, estas cifras eran igualmente desiguales: 52% de participación laboral femenina, frente a un 73.6 % de participación laboral masculina (CEPAL, 2021). 6 de cada 10 mujeres en la región se desempeñan en sectores u ocupaciones de alta vulnerabilidad económica en el contexto de la pandemia (trabajo doméstico, turismo, manufactura). Superada la pandemia, las mujeres apenas alcanzarán la situación de 2008 en materia de inserción económica (CEPAL, 2021). 118 millones de mujeres de América Latina trabajan en la informalidad (Naciones Unidas México, 2022).

Según dato del Global Entrepreneurship Monitor (2021)– GEM, la Tasa de Actividad Emprendedora es mayor en hombres (5,8) que en mujeres (4,7) y las tasas de emprendimiento femenino en etapa inicial ha disminuido más que la masculina. Aunado a lo anterior, es importante destacar que según datos del INEGI (2020), la micro y pequeña empresa en México, representan el 99.8% de las empresas en México, el 40% de la micro, pequeña y mediana empresa en el mundo son operadas por mujeres, según datos del Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (Peña & Aguilar, 2018), por lo tanto, para las mujeres dirigir una empresa y/o estudiar, les da acceso a la esfera pública, lo que les permite tener una participación activa fuera de su espacio privado. Otro dato importante, según la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES, 2020-2021), señala que la matrícula de mujeres estudiantes universitarias es de 2’616,956, las cuales representan el 53% de los estudiantes universitarios inscritos en México.

El emprendimiento femenino, como plantea Santamaría y Tapia (2017), es un fenómeno natural, propio de un modelo de desarrollo de una sociedad. Sin embargo, cuando se habla de emprendimiento femenino, es evidente que no se puede excluir a la equidad de género. En México, señala que existen, producto de una idiosincrasia muy arraigada, percepciones encontradas hacia el trabajo realizado por las mujeres; ya que, por lo general, no se valora el femenino y se tiene la percepción de que la mujer no debe desempeñar trabajos que no sean los relacionados con el hogar.

Sin embargo, el emprendimiento tiene como actividad central, más no limitativa, la creación y el desarrollo de empresas. Citando a Timmons (1994) sostiene que el emprendimiento es el “proceso de creación o aprovechamiento de una oportunidad, a pesar de los recursos actualmente controlados”. Desde la posición de Reynolds et. al (1999) define al emprendimiento como “cualquier intento de crear un nuevo negocio, incluyendo el autoempleo, una nueva empresa o la expansión de una empresa ya existente, proceso que puede ser puesto

en marcha por una o varias personas, de forma independiente o dentro de una empresa en funcionamiento”. Tal como lo expresa Gartner y Carter (2003) “el comportamiento emprendedor desarrolla las acciones de los individuos que se asocian, a través de la creación de nuevas organizaciones, en las que se desarrollan actividades para el mantenimiento o el cambio de las organizaciones establecidas”.

En el documento sobre emprendimiento y género en México del Centro de Análisis para la Investigación en Innovación A.C. se menciona que en distintas publicaciones especializadas, se ha enfatizado en la creación de un ecosistema de emprendimiento que permita mejorar los rubros de innovación y mecanismos relacionados con el posicionamiento de emprendedores de los sectores privado y social para impactar favorablemente en al menos cinco rubros específicos: (1) La creación de oportunidades laborales, (2) el fortalecimiento y expansión de las cadenas de valor a nivel local, (3) el empoderamiento de hombres y mujeres en la participación económica y social, (4) la educación con efectos en el desarrollo y (5) la búsqueda del bienestar y la optimización de los niveles de calidad de vida (Santamaría & Tapia, 2017).

Actualmente, hay evidencia de una gran variedad de estudios que tienen como resultado la identificación de barreras u obstáculos a las que se enfrentan las mujeres cuando toman la decisión de iniciar un negocio formal (micro, pequeña o mediana empresa), desde su gestión hasta su desarrollo y permanencia en el mercado; sin embargo, no se han efectuado estudios específicos en el tema sobre los obstáculos que tienen las estudiantes universitarias que dirigen una micro o pequeña empresa en la región de Puerto Vallarta, Jalisco, México; por lo que el objetivo general de esta investigación es identificar los obstáculos que tienen las estudiantes universitarias que dirigen una micro o pequeña empresa durante su formación académica en la Universidad de Guadalajara sede Puerto Vallarta.

## **Revisión de la Literatura**

La figura del emprendedor se ha identificado como la persona que promueve la creación de nuevas empresas, por lo tanto, la generación de nuevos puestos de trabajo, de esta manera aporta de manera significativa en la reducción del desempleo, así como al crecimiento de una región (Garavito et al., 2021).

El concepto de emprendimiento ha cobrado un nuevo impulso debido a la abrumadora necesidad de crear puestos de trabajo y las graves consecuencias de la pandemia de COVID-19 (Paz, 2023). Salinas y Osorio (2012) determinan que “La acción emprendedora está orientada al logro de objetivos mediante la puesta en marcha de un sistema organizado de relaciones interpersonales y combinación de recursos”.

En los últimos años, la investigación acerca del emprendimiento se ha enfocado en perspectivas económicas, psicológicas e institucionales centradas en el análisis de los factores que afectan la intención emprendedora. Una de las variables demográficas que es de gran interés actualmente corresponde al género y la edad (Garavito et al., 2021).

Mun y Jung (2018) en su artículo titulado “Policy Generosity, Employer Heterogeneity, and Women’s Employment Opportunities: The Welfare State Paradox Reexamined” aseguran que la existencia de discriminación hacia el género femenino cuando estas se encuentran laborando en ambientes liderados por hombres sigue vigente, por lo tanto, el emprendimiento es la opción a través de la cual puede existir un desarrollo profesional, obtención de ingresos y enfrentamiento a condiciones de discriminación.

Se han identificado diversas variables que influyen en la intención emprendedora de las mujeres y jóvenes, como son: los factores asociados a las características personales y del entorno del emprendedor, por ejemplo, la necesidad de logro, el locus de control, la creatividad, la autoestima, la capacidad de asumir riesgos, la experiencia previa, la formación, el background familiar entre otros (García et al., 2016).

Por otro lado, en la actualidad existe una transición generacional de acuerdo con el crecimiento de los niveles educativos en las mujeres, es debido a esto que las expectativas del género femenino han ido evolucionando y un ejemplo de ello es la capacidad de generación de empresas (Torres V., 2011).

**De esta manera, Chávez y Álvarez (2015) aseguran que:**

La equidad de género en el ámbito educativo promueve el desarrollo económico en los países que la han adoptado de forma comprometida. Los países que permiten prácticas sociales discriminatorias, restringen los roles económicos y sociales de las mujeres, perdiendo oportunidades para incorporar el talento femenino en diversos ámbitos profesionales.

Por consiguiente, la educación superior contribuye significativamente en la intención emprendedora de los jóvenes, como lo demuestran varios autores que concluyen que las personas con educación superior tienen más probabilidades de emprender que aquellas con menor educación, lo que confirma el impacto positivo de esta variable en los estudiantes universitarios (Honjo & Okamuro, 2014).

Autores como Karabay et al. (2016), determinan que se espera que la educación superior sea capaz de fortalecer la autoconfianza en los jóvenes, debido a que esta brinda la oportunidad de adquisición de los conocimientos necesarios para la mejora de habilidades emprendedoras, así como fomenta la persistencia en la creación y gestión de negocios.

Un estudio sobre emprendimiento femenino realizado por Montero y Camacho (2018), señala que la segregación sectorial de los emprendimientos femeninos varía de acuerdo al nivel de estudio que posean; esta investigación reveló que las mujeres con un bajo nivel de educación por lo general se inclinan a áreas del sector primario, mientras que conforme el nivel de educación aumenta a un nivel medio, se enfocan en áreas del comercio y la administración pública, y cuando sus estudios son universitarios tienden más a negocios relacionados con la intermediación financiera, seguros, educación y sanidad.

La política pública de impulso al emprendimiento juega un papel determinante, del mismo modo que el sistema educativo formal repercute de manera significativa al pro-

porcionar una formación encaminada a desarrollar su capacidad emprendedora (Paz, 2023). Salinas y Osorio (2012) establecen que “El fomento del espíritu empresarial tienen su origen en las escuelas, pasando por los institutos y la universidad”.

En un estudio realizado por Barros et al. (2022) llamado “Barreras al emprendimiento femenino universitario en estudiantes de la Universidad Técnica de Machala.” En donde se tomó una muestra de 1300 estudiantes mujeres, que pertenecen a la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala en Ecuador, determinaron la existencia de las variables que más impactan al emprendimiento femenino, las cuales son: la falta de recursos financieros, falta de información del mercado, desconocimiento de potenciales colaboradores y la falta de contactos clave.

## **Metodología**

La presente investigación utiliza un enfoque metodológico de tipo cualitativo, el cual tiene por objetivo proporcionar una metodología de investigación que permita comprender el complejo mundo de la experiencia vivida desde el punto de vista de las personas que la viven (Taylor & Bogdan, 1994). A través del marco de la fenomenografía, “un enfoque de investigación que tiene por objetivo identificar y describir las formas cualitativamente diferentes como las personas experimentan (comprenden, perciben) fenómenos de su entorno”. (González, 2014, p. 144)

Para la obtención de datos cualitativos se tomó una muestra de 30 alumnas del Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara que se encontraran bajo las siguientes características a partir de la determinación de una muestra de tipo homogénea, es decir, “poseen un mismo perfil o características, o bien comparten datos similares” (Hernández Sampieri et. al., 2014, p. 388), es por ello que los criterios de selección son los siguientes:

1. Mujer estudiante universitaria o nivel académico equivalente.
2. Que se encuentre estudiando cualquier grado académico.
3. Que dirija o sea dueña de una micro o pequeña empresa, la cual cuente por lo menos con 1 año de operación.
4. Las estudiantes universitarias deben pertenecer a la misma institución. En instituciones pequeñas se puede considerar por municipio (aspecto que se debe consultar previamente con el equipo coordinador para la autorización).
5. Que sea directora o dueña de una micro o pequeña empresa (mype):
  - a) La directora es la persona que toma la mayoría de las decisiones en la organización.

b) Una mype es una organización en la que se gestionan diversas clases de recursos, que tiene fines de lucro y en la que participan diversos actores como clientes, proveedores, que tenga al menos un empleado y 1 año de operación.

La técnica de recolección de datos que se empleó consistió en una entrevista semiestructurada, la cual presenta un grado mayor de flexibilidad que las estructuradas, debido a que parten de preguntas planeadas, que pueden ajustarse a los entrevistados. Su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos (Díaz et al., 2013).

Para la realización de la entrevista se utilizó como instrumento de investigación un cuestionario compuesto por 11 preguntas demográficas y por 12 en formato abierto.

## Resultados

En este apartado se presenta el análisis de resultados de la investigación cualitativa realizada a 30 estudiantes universitarias de la Universidad de Guadalajara en Puerto Vallarta, Jalisco. México.

Las unidades de análisis son los párrafos que conforman las respuestas a las preguntas eje de este trabajo. A partir del análisis a estas unidades surgieron los códigos en vivo que dieron origen a las categorías (Hernández Sampieri R. et.al., 2018).

Las 21 categorías son las siguientes; la doble jornada (doméstica-empresarial), la doble jornada (empresarial-formación académica), la triple jornada, el cuidado de los otros, falta de experiencia, identidad de género, la edad, el nivel educativo, gestión del recurso humano, factores económicos, competencia, carencia de habilidades o manejo de herramientas tecnológicas, desventajas de clases a distancia, desventajas de clases presenciales, violencia social, distancia y transporte, falta de redes de apoyo, salud mental y emocional, eventos extraordinarios o imprevistos, eventos extraordinarios o imprevistos, capacidad de concentración en actividades (empresarial/académica), falta de confianza en sí mismas.

De las 21 categorías mencionadas anteriormente, se encontraron registro de solo 17 de ellas entre las entrevistadas, las cuales se enlistan a continuación.

Las categorías que emergieron en esta institución de educación superior y que describen los obstáculos de las mujeres universitarias que dirigen una Mype son: la doble jornada (empresarial-formación académica), falta de confianza en sí misma, factores económicos, falta de redes de apoyo, falta de experiencia, carencia de habilidades o manejo de herramientas tecnológicas, salud mental y emocional, identidad de género, eventos extraordinarios o imprevisto, distancia y transporte, la triple jornada, competencia, desventajas de clases presenciales, capacidad de concentración en actividades (empresarial/académica), la doble jornada (doméstica-empresarial, el cuidado de los otros y el nivel educativo.

Para fines de este apartado, se determinó analizar las 5 categorías más importantes que describen los obstáculos que presentan las mujeres universitarias de Universidad de

Guadalajara, que dirigen o son dueñas de una micro o pequeña empresa. La importancia fue determinada a partir del orden y constancia con la que fueron emergiendo a lo largo del proceso de análisis de las entrevistas.

De las 17 categorías encontradas, las más recurrentes en respuestas fueron las siguientes:

**CATEGORÍA 2:** La doble jornada (empresarial-formación académica). Esta categoría consiste en identificar las diferentes actividades que tienen que llevar a cabo las universitarias dueñas de empresa: labores del trabajo en la empresa y las labores propias de su formación académica universitaria. Actividades que se pueden resumir en un doble turno laboral por el número de horas que dedican a cada una de ellas y que finalmente tienen un impacto en el cansancio físico y emocional de estas mujeres. La doble jornada empresarial-formación académica, entonces, se percibe como un fenómeno factor de obstáculo por la cantidad de tiempo y esfuerzo que tiene que ser dividido en dos tipos de labores: las labores propias de la actividad de la dirección de una empresa y las propias de las actividades de formación académica universitaria y que por lo tanto complican la labor diaria de las mujeres universitarias en el logro de sus objetivos tanto académicos como empresariales.

Los resultados de esta categoría indican que las jóvenes estudiantes emprendedoras distribuyen su tiempo entre su estudio y ser empresarias, ellas señalan constantemente el reto que esto representa en la administración del tiempo, ya que señalan que su prioridad es el estudio y en diversas ocasiones se ven en la necesidad de atender actividades empresariales en sus horarios de clase.

**CATEGORÍA 10:** Factores económicos. La categoría corresponde a todas aquellas dificultades estructurales que no permiten a las mujeres universitarias el acceso a diversos tipos de créditos, así como la falta de recursos económicos, derivados de los problemas propios de la economía del país, que impacta en el poder adquisitivo tanto de la mujer universitaria para la mejora de su negocio o la percepción de un deficiente poder adquisitivo por parte de los consumidores (as) de la empresa en cuestión.

Con base en las respuestas obtenidas, las emprendedoras universitarias señalan que es complicado obtener financiamiento para inversión inicial, señalando también que les provoca estrés, el cumplimiento de pagos de costos fijos y variables, haciendo énfasis en el incremento periódico de dichos costos, ya que resulta frustrante el control de los mismos para mantener el negocio.

**CATEGORÍA 21:** Falta de confianza en sí mismas. En esta categoría las mujeres presentan el 'síndrome de la impostora'. Dudan de sus habilidades y capacidades, no se consideran capaces de dirigir su propia empresa o de cumplir sus objetivos académicos.

A partir de las entrevistas las alumnas entrevistadas señalan que existe una falta de confianza en sí mismas, en momento clave como la inversión o promoción al ofrecer sus productos; del mismo modo, describen dudar de sus capacidades en comparación con sus

compañeros de escuela, así como sentir desconfianza en la toma de decisiones por la incertidumbre empresarial.

CATEGORÍA 5: Falta de experiencia. La cual consiste en la percepción por parte de las mujeres universitarias de la falta de conocimiento, la carencia de algunas habilidades o carencia de práctica respecto a las actividades propias de la dirección de su micro o pequeña empresa

En este apartado las estudiantes emprendedoras señalan que existe una falta de formación en el área de emprendimiento, en lo que respecta a procesos para iniciar una empresa. Así mismo señalan que la falta de experiencia en el registro de marca, control de costos, servicio al cliente y organización de una empresa, son factores que resaltan en su toma de decisiones.

CATEGORÍA 16: Distancia y transporte. Esta categoría corresponde a los diversos factores vinculados a la distancia y/o falta de transporte, que obstaculizan que la joven pueda llevar a cabo sus actividades académicas o empresariales en tiempo y forma.

Las estudiantes entrevistadas señalan que la organización de los tiempos con respecto a la distancia entre su empresa y las actividades académicas, son un factor que dificulta el tiempo de dedicación a su negocio, ya que los traslados representan 1 hora o más, considerando que Puerto Vallarta es una zona conurbada y colindante con el Sur de Nayarit.

## Discusión

Según Arnaiz (2017) un estudio realizado en 2017 acerca de la capacidad emprendedora en Puerto Vallarta a partir de la metodología (GEM) en Puerto Vallarta el 36 % de las mujeres emprendedoras perciben como oportunidad el emprendimiento, así mismo el 66% de las mujeres perciben los negocios como un perfil de carrera, la percepción de miedo al fracaso los perciben de la misma forma hombres y mujeres, en dicho estudio concluyen que sí existen personas capaces de crear empresas innovadoras que, a pesar de los cambios vertiginosos, son capaces de estar a la vanguardia, y que pueden dar empleo a tantas personas que lo necesitan.

En un estudio titulado “Obstáculos del viaje emprendedor del estudiante universitario en Costa Rica” por Aguirre-González (2020), que tenía el objetivo de identificar los principales obstáculos a la iniciativa empresarial que perciben los estudiantes universitarios, se determinaron que corresponden a la falta de ideas innovadoras, la imagen de la gente de negocios, la edad, el conocimiento de administración negocios, el apoyo del gobierno, el mecanismo legal, el nivel de educación de la madre, la actividad laboral del padre y la conciencia de lo que significa ser propietario y administrar un negocio.

Por otro lado, en el estudio titulado “Motivaciones y obstáculos para el emprendurismo: una perspectiva de género desde los jóvenes universitarios” por García et al. (2016) que tuvo por objetivo determinar si existía una diferencia significativa entre las motivaciones y obstáculos percibidos para emprender un negocio entre las mujeres y hombres que estu-

dian en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez refieren que no existe una diferencia por género en la percepción de los obstáculos, siendo los que más se presentaron: riesgos altos, situación económica, falta de capital, cargas fiscales, problemas con el personal, temor al fracaso o falta de conocimientos o experiencia en el sector que se busca incursionar.

A partir de los análisis realizados, se puede concluir que variables fundamentales, como el factor económico, la falta de confianza y la ausencia de experiencia, inciden de manera significativa en los obstáculos que se presentan en las mujeres estudiantes que deciden emprender un negocio.

Definitivamente, la percepción por emprender se ha convertido en la alternativa para una gran cantidad de personas en Puerto Vallarta, durante y después de pandemia ha sido una opción para hombres y mujeres y este estudio permite concluir que las estudiantes empresarias duplican sus esfuerzos en el reconocimiento de sus actividades tanto académicas como empresariales y sin olvidar las actividades sociales y familiares con la intención de darle seguimiento a sus empresas y considerarlas su opción de manutención.

La mayoría de ellas manifiestan que ha sido difícil, pero no imposible y que quieren concluir sus estudios para contar con más tiempo y dedicarse por completo a su negocio, ya que en el momento en que llevan las dos actividades les falta tiempo y tienen que estar enfocadas 24/7 para cumplir con sus compromisos escolares y de su empresa.

Es importante mencionar que este estudio genera la posibilidad de ampliar la investigación que permita identificar el perfil de las mujeres empresarias, así como conocer las características principales que tienen sus empresas, oportunidades y problemáticas que tienen sus unidades económicas, entre otros aspectos que enfrentan al egresar de la universidad.

## **Conclusiones**

Es importante destacar que los resultados obtenidos generan la inquietud para investigar más acerca del comportamiento de las mujeres que están cursando la universidad y/o un posgrado y que al mismo tiempo deciden emprender y compartir su tiempo entre el estudio y el emprendimiento, dentro de las historias de vida y de obstáculos con los cuales se han encontrado se encontraron historias de personas inquietas por los negocios desde temprana edad y a lo largo de su trayectoria estudiantil se perfilan hasta llegar a consolidar sus metas que se convierten en una realidad que les permite subsistir económicamente y aprenden a combinar su aprendizaje, que cabe señalar reconocen que les ayuda en el proceso del logro de sus metas de emprendimiento, cabe señalar que también es cierto que encuentran entre sus compañeros de estudio el respaldo y la solidaridad para que ellas puedan consolidar su negocio, además que en ese entorno también reconocen su mercado con todos sus atributos y potencializan la oportunidad de atenderlo y dirigir sus esfuerzos mercadológicos para el logro de sus objetivos.

Algunas de las impresiones a lo largo del estudio y sobre todo mientras se realizaban las entrevistas permitió reconocer que aún y con la percepción del nerviosismo y al

mismo tiempo la emoción de hablar de sus empresas se rescata el gran valor que tienen para arriesgar un capital que se consigue con dificultad algunas de ellas manifestaban haber trabajado en diferentes lugares y con sus ahorros dar inicio a sus negocios y quienes arriesgando el capital familiar comienzan con el sueño de ser empresarias y lo que inician de manera empírica la conjunción de conocimiento adquirido y la experiencia que van generando las hace ver el mercado como una opción natural para abordarlo y conseguir posicionar sus productos y servicios.

## Referencias

- Aguirre-González, J. (2020). Obstáculos del viaje emprendedor del estudiante universitario en Costa Rica. *Tec Empre.* vol.14 n.3, 17-33.
- Amorós, J., & Poblete, C. C. (2012). Global Entrepreneurship Monitor. Obtenido de Actitud Emprendedora en Chile y el Mundo 2012: <https://negocios.udd.cl/gemchile/files/2014/10/GEM-Chile-2012-Reporte-Actitud-Emprendedora-web.pdf>
- ANUIES. (2020-2021). Anuarios Estadísticos de Educación Superior. Obtenido de <http://www.anui.es.mx/>: <http://www.anui.es.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior>
- Arnaiz Burne Stella Maris, R. E. (2017). Análisis de la capacidad emprendedora en Puerto Vallarta, Jalisco, México, a partir de la metodología desarrollada por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *TECSISTECATL*, 12-23.
- Barros, E. A., Bravo, B. L., & Campuzano, V. J. (2022). Barreras al emprendimiento femenino universitario en estudiantes de la Universidad Técnica de Machala. *Revista científica Sociedad & Tecnología*, 212-225.
- CEPAL. (Febrero de 2021). La pandemia del COVID-19 generó un retroceso de más de una década en los niveles de participación laboral de las mujeres en la región . Obtenido de <https://www.cepal.org/>: <https://www.cepal.org/es/comunicados/la-pandemia-covid-19-genero-un-retroceso-mas-decada-niveles-participacion-laboral>
- Chávez, M. I., & Álvarez, L. L. (2015). GÉNERO Y EQUIDAD EN LA GENERACIÓN DE EMPRESAS MEDIANTE UNA INCUBADORA DE NEGOCIOS. Obtenido de <https://investigacion.fca.unam.mx/>: <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2015/11.07.pdf>
- Díaz, B. L., Torruco, G. U., Martínez, H. M., & Varela, R. M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación educ. médica* vol.2 no.7.
- Garavito, H. Y., Calderón, C. J., & Ramírez, T. W. (2021). Emprendimiento en mujeres y jóvenes: una revisión de la literatura. *Lúmina* 22, 1-25.
- García, C. A., Déniz, D. M., & Cuéllar, M. D. (2016). Inteligencia emocional y emprendimiento: posibles líneas de trabajo. *Cuadernos de Administración*, 28(51), 65-101.
- García, U. E., Ordóñez, M. L., & Avilés, G. E. (2016). Motivaciones y obstáculos para el emprendedurismo: una perspectiva de género desde los jóvenes universitarios. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, vol. 6, núm. 11, 43-52.
- Gartner, W., & Carter, N. (2003). *Entrepreneurship Behavior: Firm Organizing Processes*. Kluwer Academic Publishers.

- Global Entrepreneurship Monitor. (2021). Global Entrepreneurship Monitor. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/>: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50900>
- González, U. C. (2014). Investigación fenomenográfica. *Magis Revista Internacional de Investigación en Educación* Vol. 7 Núm. 14, 141-158.
- Hernández Sampieri R. et.al. (2018). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. McGraw Hill.
- Honjo, Y. K., & Okamuro, H. (2014). R&D investment of start-up firms: does founders' human capital matter? . *Small Business Economics* 42(2), 207-220.
- INEGI. (Junio de 2020). ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL DÍA DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (27 DE JUNIO) DATOS NACIONALES. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/>: <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/MYPIMES20.pdf>
- Karabay, E. M., Akyüz, B., & Elçi, M. (2016). Effects of Family-Work Conflict, Locus of Control, Self Confidence and Extraversion Personality on Employee Work Stress. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 235(1), 269-280.
- Medina , E. L., & Arnaiz, B. S. (2017). Una aproximación a la situación turística en la región de Bahía de Banderas, México. *urismo y Sociedad*. 20, 105-130.
- Montero, B., & Camacho, J. (2018). Caracterización del emprendimiento femenino en España: Una visión de conjunto. . *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos* (129), 39-65.
- Mun, E., & Jung, J. (2018). Policy Generosity, Employer Heterogeneity, and Women's Employment Opportunities: The Welfare State Paradox Reexamined. *American Sociological Review*, 83(3), 508-535.
- Naciones Unidas México. (Marzo de 2022). Más de 4 millones de mujeres no han logrado retornar al trabajo en América Latina y el Caribe . Obtenido de <https://mexico.un.org/>: <https://mexico.un.org/es/174083-m%C3%A1s-de-4-millones-de-mujeres-no-han-logrado-retornar-al-trabajo-en-am%C3%A9rica-latina-y-el>
- Paz, C. Y. (2023). Una aproximación al tema de emprendimiento de mujeres jóvenes en México. *Escuela de Ciencias Sociales y Humanidades, UNED, Costa Rica*, 78-95.
- Peña, A. N., & Aguilar, R. O. (2018). La dirección femenina en la micro y pequeña empresa mexicana: obstáculos y desarrollo de perfiles. *Revista Espacios*, 9-18.
- Reynolds, P., Hay, M., & Camp, R. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor*. Babson College.
- Salinas, R. F., & Osorio, B. L. (2012). Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de economía pública, social y cooperativa*, n.º 75, 132-149.
- Santamaría, H. E., & Tapia, Q. D. (2017). *EMPRENDIMIENTO Y GÉNERO EN MÉXICO*. Obtenido de <http://www.caiinno.org/>: <http://www.caiinno.org/wp-content/uploads/2017/05/Genero-emprendimiento.pdf>
- Taylor, S., & Bogdan, R. (1994). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Ediciones Paidós.

- Timmons, J. (1994). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. McGraw Hill.
- Torres V., L. E. (2011). Rendimiento académico, familia y equidad de género. . *Ciencia y Sociedad*, Vol. XXXVI, Núm. 1, 46-64.