

Capítulo 30. Barreras del Emprendimiento Femenino en la UACYA – UAN.

Laura Talina Rivera Rivas
Francisco Javier Ocegueda Lopez
Tania Nadiezdha Plascencia Cuevas
Ana Carolina Arvizu Narvaez
Universidad Autónoma de Nayarit
DOI: [10.46990/iQuatro.2023.09.4.30](https://doi.org/10.46990/iQuatro.2023.09.4.30)

Resumen

En la actualidad, el emprendimiento se considera como una herramienta clave para el desarrollo económico de un país, razón por la cual cada vez son más las personas que se han inclinado a llevar a cabo el desarrollo de sus ideas de negocio. No obstante, en cualquier serie de indicadores, es visible que el porcentaje de mujeres emprendedoras es menor en relación con los hombres que participan, es por ello, que esta investigación busca identificar las barreras u obstáculos que encuentran las mujeres universitarias para llevar a cabo el desarrollo de proyectos emprendedores. El presente trabajo de investigación se ha desarrollado bajo un enfoque de tipo mixto, con un alcance exploratorio, la información se obtuvo mediante métodos y técnicas cualitativas, entre ellas la revisión bibliográfica, y la aplicación de una encuesta; se utilizó el método estadístico con el objetivo de llevar a cabo el procesamiento de los datos. El universo sobre el cual se tomó la muestra fue de 1800 estudiantes de la Unidad Académica de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Nayarit, campus Tepic. El cuestionario se compuso de una serie de categorías de barreras: conceptuales, género y cultura, estructurales, ocupacionales, educación y sector. Se puede entonces pues, afirmar que la serie de resultados que se obtuvieron, nos llevan a concluir que son por demás importantes los análisis que se realicen con respecto a las barreras que están enfrentando en la actualidad las mujeres estudiantes universitarias, dado que nos brindarán elementos contundentes para afirmar que los esquemas actuales se convierten en una limitante y principal obstáculo para que puedan emprender.

Palabras clave

Emprendedora, barreras de emprendimiento, división de actividades

Introducción

Para América Latina, después de Chile, México se encuentra como los países donde se cuenta con el mayor número de oportunidades para desarrollar sus actividades de emprendimiento en lo que a las mujeres respecta. Haciendo referencia a datos duros, los cuales son tomados como fuente principal los Censos Económicos de INEGI, el escenario actual es completamente favorable para que, en México, las mujeres se decidan a emprender, no obstante, la realidad es muy diferente a lo que se enuncia.

Hablando de esta serie de indicadores que hacen referencia al emprendimiento femenino, si tomamos como referente los datos que arroja el último censo Económico de México 2020, solo tres de cada diez Pymes que se aperturan en nuestro país están lideradas por mujeres.

Pero, para que podamos comprender la situación actual en la realidad, es necesario contextualizar cual es el juego que desarrollan las mujeres en las empresas, cruzando información de fuentes oficiales con los datos del escenario práctico en que se desenvuelven.

De acuerdo con el INEGI, se cuenta con un dato por demás contundente, solo el 19% de los emprendedores en México son mujeres. Acotando la información solo de las mujeres, el 49% tienen entre 18 y 34 años, mientras que el 41% tiene entre 35 y 54 años.

Respecto al grado de estudios y preparación académica de las mujeres, se encuentra información favorable a este sector, ya que tienen un porcentaje de graduación de 21%, mismo que comparado con los hombres que es del 18%, indica un porcentaje mayor de preparación académica respecto a la graduación y si sobre este mismo rango de estudios, hacemos el hincapié que 7 de cada 10 emprendedoras tienen estudios universitario, contrasta contra el mismo referente en el caso de los hombres que es de 5 de cada diez.

¿Por qué deciden emprender las mujeres?

Con información obtenida del último censo económico del INEGI 2020, se encuentran algunas de las motivaciones que tienen las mujeres para emprender las más relevantes son:

1. 29% desea tener un negocio propio e independencia.
2. 20% tiene necesidad de elevar su calidad y nivel de vida.
3. 20% lo hace por gusto.
4. 18% busca continuar el negocio familiar.
5. 13% porque perdieron su empleo y decidieron emprender.

¿Cómo son las empresas de las mujeres?

Se hizo pues ya las observaciones sobre características principales y motivaciones de las emprendedoras en México, es momento de presentar el contexto para conocer como son las empresas lideradas por mujeres en México.

De acuerdo con la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresas (AMMJE), las empresas que han sido constituidas por mujeres emprendedoras mexicanas están mayormente enfocadas al consumo (62.3%) y, en promedio, contratan menos empleados que los hombres (1.7 empleados vs 1.85 empleados).

Además de que se puede agregar al hecho que aporta la AMMJE, y es que a pesar de que las empresas lideradas por mujeres suelen ser menos tecnológicas e industriales, 17.8% de ellas ofrecen productos o servicios únicos en el mercado, algo que las hace las más “*innovadoras*”.

Y en el rubro de rendimiento, el Centro de Investigación de la Mujer en la Alta Dirección explica que las empresarias destinan más del 70% a su comunidad y familia, mientras que los hombres sólo inyectan a ese rubro entre 30 y 40% de sus recursos.

Por otro lado, se hace constar, lo buenas que son las mujeres al frente de las empresas, dado que cuentan con planes de negocio más sólidos y buscan más canales de financiamiento cuando los necesitan (Women's Entrepreneurship Report 2019). Arrojando como un dato por demás importante el que de cada 100 mujeres que solicitan un préstamo para invertir en su empresa, 99% salda su deuda por completo.

Desigualdad en el sector empresarial

Aunque en los últimos años se ha hecho un esfuerzo importante para disminuir la brecha de género en el sector empresarial, se debe de tener en claro el que aún son muchos los obstáculos con los cuales se enfrentan las mujeres para estar en condiciones de participar en el mercado laboral, pero sobre todo poder incursionar en el mundo empresarial.

A las mujeres, tanto Social e históricamente, se les ha impuesto la responsabilidad del llamado “trabajo doméstico”, lo cual tiene dos efectos en su incorporación al mercado laboral:

- Disponen de menos tiempo para dedicarlo al trabajo remunerado.
- Las actividades de cuidado del hogar se trasladan cada vez más al ámbito de las actividades productivas.

Para un número grande de investigadores del tema, las desigualdades de género que se viven hoy en día en los mercados laborales de Latinoamérica trajeron como consecuencia el que las mujeres se ubiquen en trabajos relacionados con el comercio y servicio doméstico, de medio tiempo y con salarios bajos. Estos roles, sin dudarlos, tienen un efecto negativo en

las expectativas profesionales, siendo las mujeres de bajos recursos las que tienen mayores problemas para insertarse al mundo laboral.

Sigue siendo por demás común en México, el que no se cuenten con una serie de reglamentos que permitan la conciliación en el trabajo y la vida familiar, además de ser insuficientes las políticas de horario flexible o trabajo remoto. A esto también es importante que se agregue la carga del trabajo no remunerado.

Para poner en perspectiva el tema del trabajo no remunerado hay que comprender que las mexicanas dedican 4 horas diarias más a tareas del hogar y el cuidado de la familia que los hombres. De hecho, la Secretaría del Trabajo calcula que el valor económico del trabajo no remunerado de las mujeres puede alcanzar 4.4 billones de pesos al año.

Es una realidad que para que exista el crecimiento en un país, es vital el empoderamiento económico de las mujeres. La buena noticia es que las emprendedoras mexicanas van por buen camino y siguen cambiando para bien el panorama de los negocios al volverse cada vez más visibles gracias a sus ideas innovadoras y al éxito de sus compañías. Las mujeres son empresarias imparables y con una buena estrategia, podrán acotar cada vez más la brecha de género.

Revisión de la Literatura

El emprendimiento en nuestros tiempos no es un tema nuevo, Bucardo, Saavedra y Camarena (2015), citan en su artículo “hacia la comprensión de los conceptos de emprendimiento y empresarios” a Pereira (2007) donde menciona que en 1755, el término *entrepreneur*, ya estaba presente en el texto “*Essai Sur la Nature du Commerce*” que fue escrito por Richar Cantillon; asociando el concepto a la persona que compra productos para venderlos en el mercado de precios conocidos a precios desconocidos. Además, cita a García, Álvares y Reyna (2007), que destacaron que el primer autor que menciona el concepto de emprendedor como un generador de crecimiento económico fue Shumpenter (1934). Muchos estudios mencionan que los emprendedores son de vital importancia para desarrollar economías en el mercado mediante el éxito en la creación de sus negocios.

El concepto de emprendimiento puede generalizarse a tener una redundancia hacia el sexo masculino dirigiendolo hacia el emprendedor, Saavedra y Camarena (2015) delimitan cómo este concepto se basa en la ambigüedad de tolerar, asumir riesgos en el mercado, además de tener las habilidades y motivaciones para poder gerenciar nuevos negocios donde estas cualidades se limitan a que los emprendedores son nada mas varones. En los últimos años, los empleos formales han ido en decadencia y disminución, generando que en la actualidad, una familia no pueda sostenerse con un solo sueldo. La supervivencia, tando de las familias o la separación de la mujer de su conyuge, la lleva a tratar de tener ingresos inclinándose por el emprendimiento y el desarrollo de una entidad empresarial (Paz y Espinosa, 2019).

Si bien es cierto que ha habido muchos avances en la gestión empresarial con perspectiva de género, aún no son suficientes esos pasos caminados, hacen falta muchos más

esfuerzos y además que éstos sean constantes y legalmente acompañados, como concluyen en su estudio Manolova, Brush, Edelman y Elam, (2020), todas las decisiones que se involucran en el ambiente empresarial, o en cualquier otro, debieran hacerse o al menos investigarse desde la visión de género para asegurarnos que las brechas realmente estén disminuyendo y se camine más firmemente a la equidad.

En la pandemia por Covid-19, se pudo advertir que muchos de los empleos que fueron destruidos se trataba justamente de los ocupados por mujeres y la mayoría de las empresas que tuvieron que cerrar también eran lideradas por mujeres. En muchos casos el precio de la salud de la familia y su bienestar fue pagado con las actividades económicas o incluso con el truncamiento de las carreras profesionales de ellas, un costo que sigue siendo extremadamente alto. Las empresas, propiedad de mujeres, no solo son típicamente más vulnerables a los impactos económicos debido a una menor edad y tamaño promedio de las empresas, sino que también se concentran en los sectores económicos que han sido fuertemente golpeados ante situaciones extremas, tal como el Covid-19 (Manolova, Brush, Edelman y Elam, 2020, 484).

En este sentido Kalaitzi, Czabanowska, Fowler-Davis y Brand (2017), señalan como imperativa la necesidad de la igualdad de género en los negocios, donde la brecha de género es menor, pero va disminuyendo muy lentamente, ya que, aunque el porcentaje de las mujeres egresadas de las universidades es mayor que el porcentaje en hombres, los puestos altos en la gestión y gerencia siguen siendo ocupados principalmente por hombres. Las autoras anteriormente mencionadas, identifican 25 barreras específicas a las mujeres empresarias, entre las que destacan la edad, la raza, estereotipos, apoyo familiar o de la pareja, problemas de conciliación entre trabajo y familia, falta de mayor capacitación profesional, entre otras, pero en cualquier caso se hace notorio el existente techo de cristal en muchos ámbitos, incluido el empresarial.

Dy, Marlow y Martin (2017) exploran las experiencias emprendedoras de las mujeres principalmente en la era digital, asumiendo que el *digital trading* es un espacio neutral, sin embargo, hay evidencia de que en la industria tecnológica hay demasiada hostilidad, se duda de las capacidades *high tech* de las mujeres y además se acentúa el denominado sexismo, incluso se puede considerar que el acoso, lejos de disminuir ha aumentado, es decir, las desigualdades sistémicas no desaparecen cuando se transfiguran por medio de internet (Dy, Marlow y Martin, 2017, 302), quizá por la falta de un marco regulatorio más sólido y armónico de alcance internacional por las determinaciones del *e-commerce*. Es importante señalar que las autoras también destacan que las habilidades y características tradicionalmente consideradas femeninas, ahora se asumen como un activo para el propio entorno empresarial.

En el trabajo presentado por Vera, Simón y Plascencia (2020) se exponen argumentos de la resiliencia de la mujer empresaria en momentos de crisis, ya sea en empresa tradicional o virtual, además señalan cambios en la dinámica familiar que se originan en el momento que las mujeres asumen su rol empresarial, siendo muy importante porque la mujer sigue teniendo mayor peso en las gestiones familiares. Segura Mojica (2021), encuentra evidencia de que la resiliencia está asociada con la supervivencia de las empresas y una vez más, por sus propias condiciones, las mujeres tienen desventaja, que son propiciadas por las <<condi-

ciones institucionales de inequidad>>, que hace que se sigan perpetuando altas expectativas sociales y demandas por encima de las que se hace a sus similares masculinos.

Otra barrera más se encuentra en el área financiera, específicamente en las fuentes de financiamiento, si bien es un tema que afecta a todas las empresas, la afectación no es por igual. Marlow y Patton (2005) ofrecen sólidos argumentos respecto a que las actividades socioeconómicas tradicionalmente asumidas por mujeres empresarias, hacen difícil que sean considerados para fuentes de financiamiento formales, ya que se considera que no se tendrá suficiente captación de capital que permita cumplir con las obligaciones y además generar ahorros para el propio crecimiento de la empresa, es decir, se considera que estas empresas viven más al día, por lo que no son susceptibles de crédito, además, si se observan a las micro empresas, también la literatura menciona que las que son lideradas por mujeres se les solicita una aval bancario, por increíble que parezca, es más fácil que se otorgue al padre o al esposo/ pareja, aunque la empresaria sea ella.

Por lo tanto, no son pocas las barreras a las que se enfrentan día con día las mujeres empresarias o con deseos de emprender, sin embargo, muestran liderazgo, disposición, resiliencia y adaptabilidad y, sobre todo, siguen emprendiendo y haciendo comunidades presenciales o a través de redes sociales que sirven de impulsoras para el desarrollo de ellas mismas, generando alianzas implícitas sujetas por un hilo invisible de sororidad y fortaleza común.

Metodología

El presente trabajo de investigación parte de que el objetivo general es identificar las barreras u obstáculos que encuentran las mujeres universitarias para llevar a cabo el desarrollo de proyectos emprendedores. Para su realización se hace a través de un estudio bajo un enfoque de tipo mixto, con un alcance exploratorio, ésta se realizó en 2 momentos o fases, la primera fue el análisis de la bibliografía pertinente y la segunda, mediante un instrumento estructurado, se obtuvo la información cuantitativa para el posterior análisis estadístico. Al tratarse de mujeres universitarias, se determinó que el objeto de estudio fuera la Universidad Autónoma de Nayarit, específicamente en el área económica administrativa, puntualmente en la Unidad Académica de Contaduría y Administración, mejor conocida por su acrónimo UACYA, siendo el instrumento dirigido a las licenciaturas en Administración, Negocios Internacionales, Mercadotecnia, Contaduría y Administración Pública, debido a que, al menos en teoría, son las carreras que tienen formación en emprendimiento, proyectos productivos, manejo de finanzas y están relacionadas directamente con la gestión y la organización, características requeridas en la dirección de un emprendimiento.

El instrumento fue elaborado con base en la investigación realizada por Barros, Bravo y Campuzano (2022), principalmente porque ahondan en la medición de las barreras del emprendimiento femenino universitario en estudiantes de la Universidad Técnica de Machala. El instrumento contempla 6 categorías de agrupación de los distintos tipos barreras, las cuales son: 1) conceptuales, 2) género y cultura, 3) estructurales, 4) ocupacionales, 5) educación y, 6) sector; además se incluyó una barrera adicional, enfocada al sistema público, que aunque exogeno del mismo emprendimiento, puede permear en estrategia de obtención de

recursos o capacitación. El instrumento se realizó a través de escala de Likert con 5 respuestas enfatizando el grado de importancia de las barreras, siendo 1 la que consideran nada importante y 5 la que tiene el mayor grado de importancia, es decir, va de menor a mayor relevancia. Se utilizó la herramienta de formularios de Google, garantizando el anonimato y el uso exclusivo de la información para fines meramente académicos. Se llevó a cabo la aplicación del instrumento en mayo de 2023, el universo o población de UACYA es de 1800 y la muestra representativa sacada de manera convencional es de 317, con lo que se tomó un tercio de la muestra para poder hacer la primera aplicación y con los resultados de la presente, obtener la validación necesaria para continuar con la segunda etapa, ya que, dicho sea de paso, es parte de un proyecto que está en desarrollo. El tercio aplicado correspondió a 105, sin embargo, se pudieron validar únicamente 99, con lo que el análisis de resultados se efectúa sobre ésta última cantidad de instrumentos.

Es importante hacer mención que la Universidad Autónoma de Nayarit alberga a 18,063 estudiantes de nivel superior. Esta institución tiene alrededor veinte carreras de licenciatura acreditadas por su buena calidad mediante organismos evaluadores y acreditadores externos tanto nacionales como internacionales, donde se encuentra un 80% de estas acreditaciones, lo cual determina que es la institución educativa del estado de Nayarit con mayor calidad y mayor oferta educativa. Esta universidad cuenta con 65 carreras repartidas en diferentes unidades académicas, mismas que se encuentran distribuidas en diferentes municipios del estado de Nayarit, la distribución se da de la siguiente manera, 5 programas los alberga el municipio de Acaponeta, Ahuacatlán cuenta con 2, en el municipio de Ixtlán del Río son 3 programas y en el municipio de Bahía de Banderas se albergan 5 licenciaturas, en Tepic, capital del estado y campus principal con la mayor infraestructura, da cabida a 50 programas de licenciatura (UAN, 2023). En concreto, en el campus principal se encuentra el mayor número de estudiantes del área elegida para el estudio, con lo que su elección no fue de manera fortuita.

Resultados

Los resultados que a continuación se exponen, son los obtenidos de los instrumentos aplicados y validados. La media de edad de las encuestadas es de 20 años, lo que significa que en promedio las mujeres encuestadas ya han cursado el segundo año de la licenciatura. El 24% de las encuestadas estudian la licenciatura en Contaduría, el 8% en Administración, 6% en Negocios Internacionales, 6% estudia Mercadotecnia y el 56% prefirió no responder a esa pregunta. En tanto el 51% de las estudiantes señalan haber tenido un emprendimiento en algún momento anterior a la aplicación del instrumento. Asimismo, el 98% manifiestan un gran interés en tener una empresa o emprendimiento y el 85% argumentan que la decisión de la carrera elegida tiene que ver con el interés de tener las bases necesarias para tener su propia empresa, desde la perspectiva inicial de autoempleo.

A continuación, se presentan los promedios de los resultados hacia la percepción que tuvieron las alumnas de acuerdo a la encuesta que se realizó, primeramente, se muestra la Tabla 30.1. Barreras conceptuales la cual se desarrolla al factor psicológico del emprendedor y la motivación que generan las personas para la realización de una empresa.

Tabla 30.1*Barreras conceptuales*

Barreras conceptuales	Promedio
Elevado nivel de riesgo	3
Falta de confianza	4

Se puede ver que de acuerdo con los resultados se tiene una falta de confianza en las mujeres universitarias para el desarrollo de un emprendimiento en las alumnas de UACYA. Como segunda barrera está el Rol de género y la cultura social, esto presentado en la Tabla 30.2. Es muy importante el Rol que desempeña la mujer en la familia siendo un cimiento relevante ya que se tiene mayores responsabilidades domésticas las cuales el hombre suele relegarlas al sexo femenino.

Tabla 30.2*Barreras de Roles de Género y Cultura Social*

Barrera de Roles de género y cultura social	Promedio
Falta de tiempo	4
Problemas Familiares	3

Los resultados presentan una importante respuesta sobre la falta del tiempo en el rol que tiene ellas para el poder emprender un negocio. Para determinar si se tiene alguna barrera en la falta de participación de las mujeres en los emprendimientos por escasos de recursos, se tomó en cuenta la barrera de estructura la cual se presentan los resultados en la Tabla 30.3.

Tabla 30.3*Barreras de Estructura*

Barrera de Estructura	Promedio
Falta de recursos financieros	4
Falta de información de mercado	4
Falta de información del <i>know how</i>	4
Falta de Información sobre potenciales colaboradores	4

Se puede observar que tiene relevancia esta barrera desde cómo hacen falta los recursos financieros, no conocer el mercado meta, como realizar el proceso de emprendimiento y tener una unión entre posibles colaboradores. La siguiente barrera es la percepción que tienen las mujeres para desarrollar un emprendimiento por la falta de oportunidades en el mundo laboral, va desde la propuesta de enrolarte con expertos en el tema de emprendimiento; hasta el tener contactos que influyan de manera positiva en el desarrollo de empresas, en la Tabla 30.4 podemos observar los resultados.

Tabla 30.4

Barreras de Ocupación Laboral

Barrera de Ocupación Laboral	Promedio
Falta de colaboración de un emprendedor externo	3
Falta de contactos externos	4
Experiencia Laboral	3

La relevancia en el resultado de la ocupación laboral se determinó por la falta de contactos al exterior y en el mercado laboral, esta fue la percepción más relevante de acuerdo a la barrera de ocupación laboral. El nivel educativo puede cumplir un importante rol para el desarrollo de emprendimientos en las mujeres, a continuación, se presenta los resultados de acuerdo a esta barrera en la Tabla 30.5.

Tabla 30.5

Barreras de Educación

Barrera de Educación	Promedio
Nivel de Estudios	3
La escuela ha contribuido en inspirar la realización de un negocio	4
Los profesores poseen los conocimientos necesarios para la formación de empresas	4
Se fomenta por parte de la escuela una cultura emprendedora	4
El ambiente escolar genera las habilidades necesarias para la apertura de un negocio	4

El nivel de estudios no presenta mayor relevancia para las mujeres de UACYA, lo que si representa es el ambiente escolar. Donde inicia desde los profesores a realizar un fomento a la cultura emprendedora hasta la misma organización educativa para tener los conocimientos necesarios tanto en inspiración como los profesores para la formación de los estudiantes. Para medir la región de estudio y la percepción que tienen las mujeres sobre su entorno se presenta en la Tabla 30.6 las barreras que se tiene en el sector de estudio.

Tabla 30.6

Barreras de Sector

Barrera Sector	Promedio
Tamaño del mercado	4
Problemas existentes en el desarrollo de productos y la producción	4
Problemas a la protección de productos (protección de marca)	4

De acuerdo con la Tabla 30.6 se puede distinguir que es relevante para las mujeres cómo se encuentra la región donde podrían realizar un emprendimiento, desde el tamaño del mercado hasta el desarrollo de sus productos. Esto estará delimitado por factores externos como las leyes y normas que se llevan a cabo en su lugar de residencia y su entorno. Es importante que, en el mismo entorno, se puedan encontrar si se tiene apoyos tanto por parte de gobierno, de la institución educativa o si hay programas desarrollados exclusivamente para la formación de su producto o emprendimiento, esto se muestra en la Tabla 30.7 sobre los apoyos a emprender.

Tabla 30.7*Barreras Apoyos para Emprender*

Barrera Apoyos para emprender	Promedio
Conozco las instituciones de gobierno que ofrece apoyos económicos al emprendedor	3
La escuela ofrece becas que promueven la formación de emprendedores	3
Conozco los programas de apoyo por parte de gobierno federal para emprendedores	3
Conozco donde el gobierno federal publica convocatorias que puede ser para los emprendedores	3

Teniendo la Tabla 30.7 como respuestas de la barrera hacia los apoyos a emprender se puede ver entonces que medianamente las mujeres universitarias conocen sobre los apoyos y convocatorias que se tiene a la iniciativa de emprendimiento. A manera de resumen, en la Tabla 30.8 se expone el promedio global por cada una de las barreras hasta ahora expuestas.

Tabla 30.8*Puntuación de las barreras en media*

Barrera	Promedios Generales
Barreras conceptuales	3.5
Barreras de Roles de Género y Cultura Social	3.5
Barreras de Estructura	4.0
Barreras de Ocupación Laboral	3.3
Barreras de Educación	3.8
Barreras de Sector	4.0
Barreras Apoyos para Emprender	3.0

Tal como se puede apreciar en la Tabla 30.8, las estudiantes puntúan a las barreras de mayor importancia a las de estructura y de sector. Lo anterior tiene mucho que ver con el espacio geográfico donde se lleva la actividad empresarial desde el desarrollo del mercado,

territorio, como con los recursos financieros, el saber hacer, experiencia y otros que dan permanencia a cualquier empresa en el mercado y en la preferencia de su consumidor.

Discusión

Las mujeres, de acuerdo con los resultados de la encuesta, se encuentran en una innovación en el proceso de la creación de nuevos negocios para tener una forma de vida y un sustento. El proceso de encontrar, que hasta en nuestros tiempos, siguen teniendo mayor problemática para el desarrollo, no de las habilidades empresariales, sino de un truncamiento por parte de una desigualdad en los emprendimientos, hasta de un desarrollo inclusivo. Lo anterior, lo delimita Tejeiro , Molina y García (2021) en su estudio sobre el emprendimiento digital y las barreras que tiene las mujeres en el desarrollo social y económico. De acuerdo a las barreras que percibieron con su estudio de 161 emprendedoras en España, la más importante fue encontrar un financiamiento para poder realizar su empresa.

El estudio realizado por Martín y Castiblanco (2018), determinan que la barrera mas importante son las fuentes de financiamiento y la falta de programas de emprendimiento, apoyando a la mujer que quiere iniciar un negocio. Los programas mayoritariamente estan diseñados para todas las personas y en gran cantidad se otorgan los financiamientos a el sexo masculino.

Conclusiones

En México, la transformación del conocimiento en valor social ocurre cuando se pueden crear una serie de soluciones tecnológicas a problemas concretos y el impacto social que se logra a través de la propia difusión y adopción vía la comercialización; mismo impacto que se incrementa cuando estas acciones provienen de mujeres estudiantes en educación superior. Llevar su conocimiento a los mercados y convertirlas en empresarias exitosas, es el verdadero reto.

The National Foundation for Women Business Owners, mantiene que el porcentaje de mujeres empresarias de un país tiene un impacto directo de hasta el 19% del cambio en el PIB. En México, las mujeres empresarias, son una parte importante dentro de la aportación que se tiene al Producto Interno Bruto, siendo este un 37% según datos del INEGI (2012). Además, México se encuentra en el lugar 58 de inclusión sobre el Índice de Desarrollo de Género, donde se puede delimitar cuáles son los retos para tener la fuerza laboral en el sexo femenino.

El hecho de que los resultados de esta investigación arrojen que las estudiantes comienzan alrededor de los 20 años sus emprendimientos, debe de ser factor de motivación ya que en promedio se encuentran en segundo año de carrera. Además, el 98% de ellas desea su propia empresa y por ello, el 85% elige el tipo de carrera a estudiar. Es decir, no solo son las ganas, sino que actúan en consecuencia.

Sin embargo, es fundamental prestar atención a las barreras que tienen las alumnas de la Universidad Autónoma de Nayarit, la relevancia que posee el no tener un financia-

miento idóneo o no encontrarlo. Los negocios de las mujeres suelen ser de manera informal y encontrarse en su casa, lo cual hace que no generen un historial crediticio, y por lo tanto, dificultades para solicitar algún préstamo bancario.

Es necesario también voltear a los programas de estudios y la capacitación de los docentes facilitadores de las materias que impulsan estos emprendimientos. Las estudiantes consideran relevante la barrera del ambiente escolar ya que para ellas es muy importante que los profesores y la escuela contribuyan a fomentar en ellas la cultura emprendedora. Esto ayudaría a que esa falta de confianza y de información se presente como barrera a sus emprendimientos.

Las estudiantes de este estudio tienen el ímpetu y las ganas de desarrollar sus ideas y plasmarlas como negocio o plan de vida. Sin embargo, es necesario tomar estrategias adecuadas para que, desde la formación profesional, se encuentre la forma más factible de desarrollar sus ideas de negocio y que se vuelva una realidad, y no se queden plasmadas en algo que quieran realizar. Que encuentren el camino, orientación y acompañamiento no solo de la institución de educación, sino también de las dependencias de gobierno encargadas de facilitar y orientar estas actividades.

Se vuelve indispensable que los gobiernos inviertan en la capacitación, inversión y orientación para emprendimientos dirigidos a mujeres jóvenes ya que éstas consideran como barrera de sector, el tamaño del mercado. Si el gobierno empujara la inversión en el sector, quizá dejaría de ser una barrera para las jóvenes empresarias.

Referencias

- Barros Elizalde, A. L., Bravo Bravo, L. Y., & Campuzano Vásquez, J. A. (2022). Barreras al emprendimiento femenino universitario en estudiantes de la Universidad Técnica de Machala. *Revista Científica Sociedad y Tecnología*, 212-225.
- Bucardo Castro, A., Saavedra García, M., & Camarena Adame, M. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de Negocios*, 98-107.
- Dy, A. M., Marlow, S., & Martin, L. (2017). A Web of opportunity or the same old story? Women digital entrepreneurs and intersectionality theory. *Human Relations*, 70(3), 286-311.
- Frohmann, A. (2018). Género y emprendimiento exportador: iniciativas de cooperación regional. Naciones Unidas/Cepal, Santiago de Chile.
- Instituto Nacional de Geografía y Estadísticas.(2014) Los hombres y las mujeres en las actividades económicas. Censos Económicos 2014. México <https://www.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825077938>
- Kalaitzi, S., Czabanowska, K., Fowler-Davis, S., & Brand, H. (2017). Women leadership barriers in healthcare, academia and business. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 457-474.
- Paz Calderón, Y., & Espinosa Expíndola, M. (2019). Emprendimiento Femenino en México: Factores Relevantes para su Creación y Permanencia. *Tendencias* , 116-137.

- Manolova, T. S., Brush, C. G., Edelman, L. F., & Elam, A. (2020). Pivoting to stay the course: How women entrepreneurs take advantage of opportunities created by the COVID-19 pandemic. *International Small Business Journal*, 38(6), 481-491.
- Martín Hidalgo, S. M., & Castiblanco Camelo, S. V. (2018). BARRERAS DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN BOGOTÁ. *UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA*, 1-14.
- Marlow, S., & Patton, D. (2005). All credit to men? Entrepreneurship, finance, and gender. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(6), 717-735.
- Saavedra García, M., & Camarena Adame, M. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio Libre*, 129-152.
- Segura Mojica, F. (2021). Resiliencia y género como determinantes de supervivencia en microproyectos de emprendimiento. *Revista Dimensión Empresarial*, 19(4), 25-48.
- Tejeiro Koller, M., Molina López, M. M., & García Villalobos, J. C. (2021). Emprendimiento digital femenino para el desarrollo social y económico: características y barreras en España. *Revista de Estudios Cooperativos*, 1-13.
- Vera, P., N. Simón, y Plascencia, T. (2020). Mujeres empresarias y capacidades dinámicas para enfrentar la crisis por Covid-19. Ponencia presentada en el Seminario Internacional El Impacto de la Pandemia en la Vida de las Mujeres. (Noviembre, 2020). Disponible en <https://www.facebook.com/MuseodelaMujerMexico/videos/1024449334700339/>
- UAN. (13 de Mayo de 2023). Universidad Autónoma de Nayarit. Obtenido de Universidad Autónoma de Nayarit: <https://www.uan.edu.mx/>