



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO



SEP
SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN PÚBLICA

**Unidad de Posgrado, Investigación y
Desarrollo Tecnológico (UPIDET)**

Maestría en Ingeniería Administrativa

***"Análisis de los factores que promueven e inhiben la consolidación de las
empresas dirigidas por mujeres"***

Presenta:

Ing. María Angélica Ramírez Díez

Directora de Tesis:

Dra. Adriana Eréndira Murillo

Comité Tutorial:

M.C. José Trinidad Martínez Reyna

Ing. Arturo Soto Cabral

Victoria de Durango Abril de 2025



Victoria de Durango, Dgo., a 26 / febrero / 2025

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN
DEPI / C / 578 / 2025.

ASUNTO: Autorización de Tema de Tesis de Maestría.

C. MARÍA ANGÉLICA RAMÍREZ DÍEZ
No. DE CONTROL G16041306
P R E S E N T E .

Con base en el Reglamento en vigor y teniendo en cuenta el dictamen emitido por el Jurado que le fue asignado, se le autoriza a desarrollar el tema de tesis para obtener el **Grado de Maestra en Ingeniería Administrativa** cuyo título es:

“Análisis de los factores que promueven e inhiben la consolidación de las empresas dirigidas por mujeres”

CONTENIDO:

RESUMEN
ABSTRACT
INTRODUCCIÓN
CAPÍTULO I OBJETO DE ESTUDIO
CAPÍTULO II FUNDAMENTOS
CAPÍTULO III METODOLOGÍA
CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS
CONCLUSIONES
BIBLIOGRAFÍA

ATENTAMENTE.

Excelencia en Educación Tecnológica®
“La Técnica al Servicio de la Patria”

C. FRANCISCO JAVIER GODÍNEZ GARCÍA
JEFE DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE
POSGRADO E INVESTIGACIÓN



FJGG'ammc.



2025
Año de
La Mujer
Indígena

Blvd. Felipe Pescador No. 1830 Ote.,
Durango, Dgo., C.P. 34080 Tels. 618-818-69-
36
e-mail: depposgrado@itdurango.edu.mx
tecnnm.mx | itdurango.edu.mx





Victoria de Durango, Dgo., a 26 febrero 2025.

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN
DEPI / C / 067 / 2025.

ASUNTO: Autorización de Impresión de Tesis de Maestría.

C. MARÍA ANGÉLICA RAMÍREZ DÍEZ
No. DE CONTROL G16041306
P R E S E N T E .

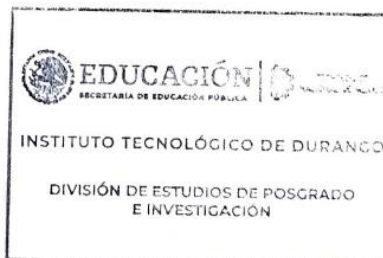
De acuerdo al reglamento en vigor y tomando en cuenta el dictamen emitido por el jurado que le fue asignado para la revisión de su trabajo de tesis para obtener el **Grado de Maestra en Ingeniería Administrativa**, esta División de Estudios de Posgrado e Investigación le autoriza la impresión del mismo, cuyo título es:

“Análisis de los factores que promueven e inhiben la consolidación de las empresas dirigidas por mujeres”

Sin otro particular de momento, quedo de Usted.

ATENTAMENTE.
Excelencia en Educación Tecnológica®
“La Técnica al Servicio de la Patria”


C. FRANCISCO JAVIER GODÍNEZ GARCÍA
JEFE DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE
POSGRADO E INVESTIGACIÓN



FJGG'ammc.



2025
Año de
La Mujer
Indígena

Blvd. Felipe Pescador No. 1830 Ote.,
Durango, Dgo., C.P. 34080 Tels. 618-818-69-
36
e-mail: deposgrado@itdurango.edu.mx
tecnm.mx | itdurango.edu.mx



Agradecimientos

Al concluir esta etapa tan significativa de mi vida, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que, de una u otra forma, contribuyeron a que este proyecto de investigación fuera posible.

En primer lugar, agradezco profundamente a mi directora de tesis, Dra. Adriana Eréndira Murillo, por su invaluable guía, paciencia y compromiso a lo largo de este proceso. Su experiencia, retroalimentación constante y motivación fueron clave para darle rumbo y solidez a mi investigación. Sus enseñanzas no solo enriquecieron este trabajo, sino que también dejaron una huella significativa en mi formación académica y profesional.

A mis asesores, Maestro José Trinidad Martínez Reyna e Ing. Arturo Soto Cabral quienes con su conocimiento y dedicación me brindaron orientación oportuna y precisa. Sus sugerencias y comentarios fortalecieron cada etapa de esta investigación y me impulsaron a buscar siempre la excelencia.

A mi familia, que ha sido mi pilar fundamental, gracias por su amor incondicional, apoyo inagotable y confianza en cada uno de mis sueños. Su presencia, palabras de aliento y sacrificios hicieron posible que hoy alcance esta meta. Sin su respaldo, este logro no habría sido posible. A mi pareja, por ser mi compañero de vida, mi apoyo constante y mi refugio en los momentos difíciles. Gracias por tu paciencia, amor y por creer en mí incluso cuando yo dudaba. Tu compañía fue un motor para seguir adelante y tu confianza en mis capacidades me dio la fuerza para llegar hasta aquí.

A mis amigos, quienes estuvieron presentes en los momentos de mayor reto, brindándome ánimo y compañía. Su cariño, comprensión y palabras de motivación me ayudaron a seguir adelante, recordándome siempre que los grandes logros se alcanzan con esfuerzo y perseverancia.

A todos aquellos que, de manera directa o indirecta, contribuyeron a la realización de este proyecto, les extiendo mi más sincero agradecimiento. Este logro es también suyo.

Índice

Resumen	ix
Abstract	x
Introducción	xi
Capítulo I: Objeto de estudio / Descripción del problema.....	1
1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Justificación.....	7
1.2.1 Conveniencia	7
1.2.2 Relevancia social	7
1.3 Objetivos.....	9
1.3.1 Objetivo general.....	9
1.3.2 Objetivos específicos	9
1.3.3 Preguntas de investigación.....	9
Capítulo II: Fundamentos / Estado del campo	10
2.1 Marco teórico	10
2.1.1 Evolución del rol de la mujer en la sociedad	10
2.1.2 Emprendimientos femeninos	11
2.1.3 Motivaciones y obstáculos al emprender	12
2.1.4 Brecha de género	14
2.2 Marco contextual	16
2.2.1 La mujer y el emprendimiento a nivel mundial	16
2.2.2 La mujer y el emprendimiento internacionalmente	17
2.2.3 La mujer y el emprendimiento a nivel nacional.....	24
2.2.4 La mujer y el emprendimiento en Durango	27
2.3 Marco legal.....	28
2.3.1 Programas desarrollados para fomentar el crecimiento de las empresas lideradas por mujeres.....	28
2.3.2 Programas desarrollados para fomentar el crecimiento de las empresas lideradas por mujeres en Durango	29
Capítulo III: Metodología.....	30
3.1 Área de estudio	30

3.2 Lugar de estudio.....	30
3.3 Tipo de investigación.....	30
3.4 Diseño del estudio de investigación.....	32
3.4.1 Ruta metodológica.....	32
3.4.2 Operacionalización de las variables	34
3.4.3 Tamaño de muestra	38
3.4.4 Técnicas e instrumentos para recolección de información.....	40
3.4.5 Recolección de información.....	42
3.4.6 Métodos y técnicas para tratamiento de la información.....	42
Capítulo IV: Análisis e interpretación de resultados	44
4.1 Análisis cualitativo	44
4.2 Análisis descriptivo.....	50
4.3 Análisis cuantitativo.....	60
Conclusiones.....	85
Recomendaciones.....	88
Bibliografía.....	90
Anexos.....	96

Índice de figuras

Figura 2.1 Percepciones sociales sobre Emprendimiento entre mujeres por Región	16
Figura 2.2 Emprendedoras en México.....	24
Figura 2.3 Unidades económicas lideradas por mujeres en México.....	25
Figura 2.4 Perfil de las emprendedoras en México.....	26
Figura 3.1 Ruta metodológica.....	33
Figura 3.2 Análisis de Cronbach.....	42
Figura 4.1 Red de factores promotores.....	45
Figura 4.2 Red de factores inhibidores.....	46
Figura 4.3 Red de factores de fortalecimiento empresarial.....	47
Figura 4.4 Nube de frecuencia de palabras.....	47
Figura 4.5 Situación familiar.....	50
Figura 4.6 Formación profesional.....	51
Figura 4.7 Vida laboral.....	52
Figura 4.8 Tamaño del negocio.....	53
Figura 4.9 Sector.....	54
Figura 4.10 Motivaciones para emprender.....	55
Figura 4.11 Obstáculos al emprender.....	56
Figura 4.12 Factores de fortalecimiento.....	58
Figura 4.13 Correlación pasión por un proyecto vs falta de apoyo familiar	60
Figura 4.14 Correlación independencia financiera vs obstáculos burocráticos.....	61
Figura 4.15 Correlación independencia financiera vs falta de ahorros.....	62
Figura 4.16 Correlación falta de empleos vs inseguridad.....	64
Figura 4.17 Correlación insatisfacción en empleo anterior vs obtención de préstamos.....	65
Figura 4.18 Correlación entre desarrollo de habilidades, pasión por un proyecto y realización personal.....	66
Figura 4.19 Correlación pasión por un proyecto vs participación eventos y programas.....	67

Figura 4.20 Correlación innovadora y creativa vs acceso a la tecnología.....	69
Figura 4.21 Correlación equilibrio vs reconocer logros.....	71
Figura 4.22 Correlación pertenecer a una asociación vs realización personal	72
Figura 4.23 Correlación niveles de estrés vs desarrollo habilidades.....	74
Figura 4.24 Correlación conexiones profesionales vs obstáculos burocráticos.....	75
Figura 4.25 Correlación logros de las mujeres vs niveles de estrés.....	77
Figura 4.26 Correlación acceso a la tecnología vs equilibrio emocional.....	78
Figura 4.27 Correlación programas de apoyo vs acceso a financiamiento.....	79
Figura 4.28 Correlación apoyo gobierno vs competencia en el mercado.....	81
Figura 4.29 Correlación prestamos vs discriminación.....	82
Figura 4.30 Correlación prestamos accesibles vs obtención de préstamos.....	83

Índice de tablas

Tabla 2.1 Programas para mujeres emprendedoras en América del Sur	17
Tabla 3.1 Variable perfil de las mujeres emprendedoras duranguenses	34
Tabla 3.2 Variable motivación para convertirse en emprendedoras.....	35
Tabla 3.3 Variable obstáculos de las emprendedoras en la creación de un negocio.....	36
Tabla 3.4 Variable factores que contribuyen al fortalecimiento de las empresas lideradas por mujeres.....	37
Tabla 3.5 Nivel de confianza.....	39
Tabla 4.1 Grupo de códigos.....	44

Resumen

En Durango se ha observado un crecimiento significativo en la participación femenina en el sector empresarial, por ello el objetivo de la investigación es analizar los factores que promueven e inhiben la consolidación de empresas dirigidas por mujeres. Se examinan variables como el perfil de las emprendedoras, el sector empresarial al que pertenecen, las motivaciones que las llevaron a emprender, los obstáculos a los que se han enfrentado y los factores de fortalecimiento empresarial. Como instrumento se aplicó un cuestionario a 125 emprendedoras pertenecientes a dos asociaciones en Durango: Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias y Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresas. Los resultados indican que las principales motivaciones que llevan a las mujeres a emprender son pasión por un proyecto, la búsqueda de la independencia financiera y el deseo por alcanzar un equilibrio entre la vida personal y laboral. Los obstáculos a los que se enfrentan son la falta de acceso al financiamiento, la burocracia y la inseguridad que puede generar iniciar un negocio. En cuanto al impacto del emprendimiento las encuestadas afirman que su emprendimiento les ha proporcionado una sensación de realización personal.

Palabras clave: Emprendedoras, motivaciones, obstáculos.

Abstract

In Durango, there has been a significant increase in female participation in the business sector. Therefore, the objective of this research is to analyze the factors that promote and inhibit the consolidation of women-led businesses. Variables such as the profile of female entrepreneurs, the business sector they belong to, the motivations that led them to start their ventures, the obstacles they have faced, and the factors that strengthen their businesses are examined. A questionnaire was applied to 125 entrepreneurs belonging to two associations in Durango: The Mexican Association of Businesswomen and the Mexican Association of Women Heads of Companies. The results indicate that the main motivations driving women to start their businesses are passion for a project, the pursuit of financial independence, and the desire to achieve a balance between personal and professional life. The obstacles they face include lack of access to financing, bureaucracy, and the uncertainty that starting a business may bring. Regarding the impact of entrepreneurship, the respondents stated that their ventures have provided them with a sense of personal fulfillment.

Keywords: Female entrepreneurs, motivations, obstacles.

Introducción

En las últimas décadas, la participación de las mujeres en el ámbito empresarial ha aumentado de manera significativa en todo el mundo. Este fenómeno ha sido impulsado por una serie de factores, entre los que destacan el creciente acceso a la educación, la necesidad de generar ingresos propios, la búsqueda de independencia económica y la creciente difusión de la equidad de género en los espacios laborales. En México, el emprendimiento femenino ha mostrado un notable crecimiento, reflejando cambios sociales importantes en la relación de las mujeres con el mercado laboral y el sector empresarial. Sin embargo, a pesar de los avances, las mujeres que deciden emprender aún enfrentan barreras significativas que dificultan la creación, desarrollo y consolidación de sus negocios.

En el estado de Durango, esta tendencia también ha sido observable. Cada vez más mujeres eligen convertirse en empresarias, liderando iniciativas en diversos sectores económicos que van desde el comercio y los servicios hasta la tecnología y la manufactura. No obstante, este crecimiento ha puesto de manifiesto la necesidad de comprender los factores específicos que promueven e inhiben la creación y consolidación de empresas dirigidas por mujeres en la región. Las emprendedoras se enfrentan a desafíos particulares derivados de una combinación de factores culturales, económicos y sociales, que incluyen la desigualdad en el acceso a financiamiento, redes de apoyo limitadas y las responsabilidades familiares, que suelen recaer desproporcionadamente sobre ellas.

Esta investigación busca analizar los factores que promueven e inhiben la creación y consolidación de empresas dirigidas por mujeres en Durango, para lo cual se ha llevado a cabo un estudio exhaustivo que examina aspectos clave como el perfil de las emprendedoras, las motivaciones que las impulsan, los obstáculos que enfrentan y los factores que fortalecen sus empresas. Para desarrollar este análisis, se emplearon diferentes herramientas y métodos de investigación que permitieron obtener una visión más clara de la situación actual del emprendimiento femenino en la región.

Uno de los pasos iniciales fue la aplicación de un cuestionario a 125 emprendedoras pertenecientes a dos asociaciones importantes: la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias (AMEXME) y la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresa

(AMMJE). Antes de su aplicación a gran escala, se realizó un análisis de confiabilidad del instrumento para asegurar que las preguntas fueran consistentes y relevantes para los objetivos del estudio. Posteriormente, los datos obtenidos a partir de las encuestas fueron procesados utilizando el software SPSS, que permitió un análisis estadístico detallado de los resultados, identificando tendencias y patrones clave en las respuestas de las participantes.

Además, con el fin de profundizar en la perspectiva de liderazgo dentro de estas asociaciones, se llevaron a cabo entrevistas a las presidentas de ambas organizaciones. Estas entrevistas se analizaron utilizando el software ATLAS.ti, especializado en el análisis cualitativo de datos. Esta herramienta facilitó la identificación de temas y patrones recurrentes en las narrativas de las presidentas, lo que permitió complementar los hallazgos cuantitativos con un enfoque más cualitativo y contextualizado.

Este enfoque metodológico mixto no solo brindó una comprensión integral de los factores que afectan a las emprendedoras en Durango, sino que también permitió identificar áreas de oportunidad para mejorar el entorno empresarial y fomentar políticas que impulsen el emprendimiento femenino en la región.

Capítulo I: Objeto de estudio / Descripción del problema

1.1 Antecedentes

En las últimas décadas, ha surgido un interés significativo en investigar el papel de las mujeres emprendedoras a nivel global. Estudios previos se han enfocado en comprender la relevancia de estas mujeres en el emprendimiento, así como en explorar los desafíos que enfrentan, sus motivaciones, estrategias para el éxito y cómo acceden a financiamiento y redes de apoyo. A través de dichas investigaciones se subraya la importancia de implementar políticas y programas que fomenten la igualdad de oportunidades y disminuyan las barreras que limitan el potencial emprendedor de las mujeres en todo el mundo. A continuación, se muestran resultados obtenidos de algunas investigaciones a nivel global, nacional y local referentes al proceso de emprendimiento en mujeres.

BID LAB (2020) es un laboratorio creado con el propósito de brindar oportunidades a emprendedoras en América Latina y el Caribe, dicho laboratorio, realizó un estudio con el objetivo de conocer las principales características de las mujeres STEMpreneur, quienes son líderes de empresas que tienen impacto en disciplinas como la tecnología, ciencia, ingeniería y matemáticas. Mismas características se compararon con las mujeres no forman parte de estas disciplinas, es decir, se desempeñan en las MIPyMES, pero no dentro de las disciplinas mencionadas. Como instrumento se aplicó una encuesta en línea y entrevistas personales a 1148 emprendedoras, dentro de las cuales 405 son mujeres STEMpreneur, 492 solo emprendedoras y 251 mujeres interesadas en abrir su propio negocio. Después de aplicar la encuesta se concluyó que 54% de las mujeres STEMpreneur tuvieron acceso a financiamiento, mientras que el porcentaje de las que no pertenecen al STEMpreneur fue de solo 31%. El 87% de las mujeres STEMpreneur buscan expandirse, mientras que la otra parte representa un porcentaje menor correspondiente a 59%. En cuanto a la motivación, las STEMpreneur inician su negocio con el propósito de ayudar a implementar estrategias de problemas sociales que ayuden en sus comunidades, del otro lado, inician su emprendimiento para lograr tener una dependencia económica. Este estudio tiene relevancia en la presente investigación, ya que las compañías de las mujeres STEMpreneur guían sus objetivos en torno a la agenda 2030, mismo propósito en el que se busca con la realización de esta.

Un estudio realizado por Segarra et al., (2020) para conocer el perfil de la mujer emprendedora en Ecuador, donde la investigación tuvo un enfoque cuantitativo y a través del método de bola de nieve, se aplicó una encuesta a 100 emprendedoras de la ciudad de Guayaquil. Como resultado se obtuvo que la edad en la que las mujeres deciden iniciar su negocio va desde los 32 hasta los 40 años, la principal motivación para emprender es aportar ingresos para mantener a su familia y la mayoría está consciente el riesgo que conlleva emprender, sin embargo, aseguran tener los conocimientos para tener éxito en sus emprendimientos.

Otro estudio relacionado con emprendedoras fue el realizado por Velázquez M. y Portocarrero W. (2019) en Perú, con el objetivo de conocer las razones por las cuales emprendedoras decidieron iniciar su negocio y con qué desafíos se encontraron durante el desarrollo de esta. La investigación fue de tipo no experimental con carácter transversal descriptivo, donde se encuestaron a 163 mujeres de la Libertad, región ubicada en Perú. Los resultados dieron a conocer que el 55.2% de las emprendedoras tienen entre 26 y 40 años y el 69.9% de las empresas son de giro comercial. En cuanto a las razones por las cuales decidieron emprender, el 42.3% fue por falta de oportunidades laborales, el 35.6% fue por razones económicas y el 46.6% fue por falta de educación profesional. El principal obstáculo fue el género, ya que como mujeres tienen más responsabilidades familiares, son víctimas de discriminación a la hora de postularse para un crédito y la falta de formación en cuanto a la gestión empresarial.

Un estudio reciente de Ortiz y Capitán (2018) también aplicado en mujeres emprendedoras españolas, busco conocer que factores competenciales influían en el emprendimiento de la mujer. Para su realización se aplicó una encuesta telefónica a 420 emprendedoras en comunidades de España. Los resultados arrojaron que las competencias que destacan son el autoconocimiento personal y la gestión emocional. Sin embargo, les hace falta trabajar en competencias relacionadas con el liderazgo y la gestión del capital humano

Otra investigación realizada a nivel internacional es la realizada por Cirilo y Toralva (2017) cuyo objetivo principal fue conocer el perfil y los retos que enfrentan las mujeres emprendedoras, así como los factores que influyen en el proceso de internalización de las empresas peruanas. Como metodología se aplicó un cuestionario de preguntas abiertas a

directoras de 20 empresas de diferente giro, que están dadas de alta en registros públicos dentro de la ciudad de Lima. Los resultados que arrojó el cuestionario en cuanto al sector, el 45% pertenecía al giro industrial, 35% al comercio, 10% servicios y 10% agricultura. Para poder lograr la internalización de sus empresas, atravesaron retos como la falta de acceso al financiamiento, pocas herramientas para facilitar el proceso y la ampliación de la competencia debido a su expansión. Esta investigación es de suma importancia ya que, a pesar de los obstáculos, muestra que las mujeres no se rinden y construyen su camino en el mundo empresarial y logran el posicionamiento de sus negocios.

En investigaciones realizadas a nivel internacional, se encontró a Blasco, Brusca, Esteban y Labrador (2016), quienes en su investigación aplicada a mujeres empresarias en España, buscaron determinar si los problemas derivados de la desigualdad de género afectaban a la satisfacción. La metodología utilizada fue una encuesta donde se consideraban cuatro factores: motivaciones para convertirse en empresarias, problemas operativos ligados a la gestión, el perfil de las empresarias y aspectos relacionados con el género. Se concluyó que el 70% de las mujeres que contestaron la encuesta, afirman tener un grado de satisfacción alto, sin embargo, enfrentan diversos obstáculos como la financiación, la vida laboral y familiar, las características de la empresa y el rol de género los cuales influyen negativamente en el nivel de satisfacción.

Se aplicó un estudio cualitativo con metodología del análisis discursivo por Santander, Fernández y Yáñez (2016) para conocer la razón de emprendimiento en mujeres chilenas. Se realizaron entrevistas vía telefónica a 24 emprendedoras de pequeñas y medianas empresas de la región de Gran Valparaíso, mismas que fueron grabadas y después transcritas de manera textual. Para procesar los datos se utilizó el software ATLAS-Ti 7.0 donde por medio de los resultados, se clasificó en dos grupos a las emprendedoras. El primer grupo se vio en la necesidad de emprender debido a factores como enfermedad, viudez, situación económica desfavorable o por ser la cabeza de la familia, mientras que el segundo grupo visualizó su emprendimiento como una oportunidad de crecimiento personal y profesional, además de aportar a su comunidad.

Según un estudio exploratorio realizado por Saavedra y Camarena (2020) donde se aplicó un cuestionario a 272 empresarias de las 16 delegaciones en Ciudad de México, con el objetivo

de analizar las Pymes lideradas por mujeres y la capacitación, arrojo los siguientes resultados, que se relacionan con el perfil y características de la empresa. Donde el sector en el que más emprenden las mujeres es el de servicios, el tamaño predominante son las microempresas, la mayoría de las mujeres líderes son casadas y tienen más de 40 años. Por otro lado, se concluye que el motivo por el que la capacitación es fundamental para las empresas dirigidas por el sexo femenino es resolver los problemas y saber cómo manejar diversas situaciones, por lo que se trata de buscar e incluso pagar por talleres y cursos que brinden crecimiento personal y profesional.

Paz y Espinoza (2019) en su investigación sobre el emprendimiento femenino en México, determinaron los diferentes factores que tienen relevancia para la creación y permanencia de las empresas lideradas por mujeres. Para su análisis se investigaron diversas fuentes de información como el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y el Instituto Nacional de las Mujeres. Se concluyó que los factores que lleva a las mujeres a emprender son las condiciones laborales y el acceso al financiamiento, que es lo que afecta su crecimiento.

Ciudad Obregón fue el lugar seleccionado por Armenta y Calderón (2016) para realizar un análisis de los procesos de las empresas que forman parte de la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias (AMMJE), con el objetivo de establecer estrategias donde sea necesario. Como instrumento se utilizaron ADOCS, el diagnostico empresarial y evaluación de manufactura esbelta, los cuales se aplicaron a tres empresas pertenecientes a AMMJE. Como resultado las empresas presentaron problemas con el control de calidad, donde se recomendó realizar una planeación estratégica, en la productividad se recomendó capacitación continua para que los colaboradores estén actualizados y motivados. También se dio la recomendación de aplicar la herramienta ABC para el control de inventarios y para la reducción de costos, aplicar la herramienta Kaizen. Dicho análisis tiene importancia dentro de la investigación, porque se busca reunir datos en colaboración con AMMJE CAPÍTULO Durango.

García, Ordoñez y Avilés (2016) en su estudio de motivaciones y obstáculos para el emprendurismo desde una perspectiva de género, aplicaron una encuesta de 18 preguntas cerradas a 380 estudiantes de la Universidad Autónoma de ciudad Juárez. Los resultados

obtenidos mostraron que las motivaciones para emprender son diferentes de acuerdo con el género, las mujeres deciden emprender para lograr independencia económica, mientras que los hombres lo hacen por el prestigio de estar a cargo. En cuanto a los obstáculos, no hubo una diferencia marcada, dentro de estos sobresalen el riesgo, la competencia y la falta de capital para iniciar un negocio.

Briseño y López (2016) en su estudio multi-caso acerca de los factores que influyen en el emprendimiento femenino en el Noroeste de México, mostraron tres casos de emprendedoras con residencia en la zona centro y sur de Tamaulipas. La investigación tuvo un enfoque cualitativo, donde se utilizó la entrevista como instrumento, misma que fue grabada y tuvo una duración de 40 minutos. Como resultado se obtuvo que el principal motivo para emprender fue aumentar los ingresos y como obstáculo la competencia y la falta de financiamiento.

Un estudio local realizado por Murillo, Castruita y Amaro (2019), seleccionaron a 77 empresas lideradas por mujeres Duranguenses, las cuales forman parte de la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresas (AMMJE), con el objetivo de analizar las diferentes variables que influyen en la estructura de empresas dirigidas por mujeres. La metodología fue el análisis estructural y el instrumento aplicado fue un cuestionario con un total de 34 preguntas de opción múltiple en base a 75 variables, de las cuales 59 eran internas como la edad, escolaridad, motivaciones, conocimientos, entre otras. Y 16 eran externas como el acceso a créditos, materia prima, apoyos, etc. También se hizo uso del software MICMAC para ponderar las variables desde 0 hasta 3 dependiendo el nivel de influencia. Dentro de los resultados se encontró que el 75% de las empresas fueron de nueva creación, que la presencia de la mujer en la política es una ventaja para generar oportunidades en la creación de políticas, que apoyen a las emprendedoras dentro del sector empresarial, el 56.3% de las empresarias cuenta con cierta experiencia por formar parte de un núcleo familiar empresarial y el tener libertad económica es una de las principales razones que motiva a las mujeres a emprender. También se concluye que el formar parte de alguna asociación permite a la mujer desarrollar habilidades y conocimientos, sin embargo, uno de los mayores desafíos es el acceso a los créditos, el 43.8% tuvo que iniciar su negocio con ahorros propios. Este estudio

es de suma importancia para la investigación ya que la población estudiada pertenece al municipio de Durango, lugar donde se llevará a cabo la investigación.

1.2 Justificación

1.2.1 Conveniencia

Como resultado de la búsqueda documental, actualmente existen pocos estudios para conocer la situación de mujeres emprendedoras en Durango y como ha sido el proceso de su incorporación al sector empresarial. Por su importancia económica y social, esta investigación aportara una visión clara de los factores que promueven e inhiben el desarrollo de organizaciones dirigidas por mujeres en el Estado de Durango, la cual, servirá también de herramienta para aquellas mujeres que desean emprender.

1.2.2 Relevancia social

Hoy en día apoyar el desarrollo y crecimiento de las empresas lideradas por mujeres debería ser un tema de prioridad, sin embargo, siguen influyendo factores que inhiben su consolidación. Según el estudio Women Matter Mexico (2022) en los últimos cuatro años la participación de la mujer en empresas mexicanas pasó de 35% a 38%, es decir, solo aumento tres puntos en un margen amplio de tiempo. Forbes México (2021) afirma que actualmente todavía se sigue excluyendo la participación de la mujer en la economía mexicana, ya que su fuerza laboral representa un 45% en comparación al 77% de los hombres. El Instituto Mexicano de la Competitividad (2022) hace una reflexión sobre como aún queda un camino largo por recorrer para derribar las barreras que enfrentan las mujeres, para consolidar sus negocios y es que, de cada 10 hombres, 7 participan en el sector empresarial, mientras que solo 4 mujeres de 10 logran permanecer. Estos números son el resultado de las limitantes y la brecha de género que actualmente existe no solo en el país, sino en el mundo.

La realización de esta investigación pretende contribuir a las metas de la Agenda 2030 en específico con tres de sus objetivos: trabajo decente y crecimiento económico, igualdad de género y fin de la pobreza. Dichos objetivos tienen como fin otorgar a las mujeres las mismas oportunidades que tiene el sexo contrario con relación a recursos económicos y liderazgo, apoyar el desarrollo de mujeres empresarias y aumentar el número de empleos.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2019), la economía de Durango depende de las micro, pequeñas y medianas empresas, mejor conocidas como MIPyMES, hablando en cantidades corresponde al 94.8% de los establecimientos en Durango. Cada vez

son más las mujeres que se suman a contribuir a la economía del estado y brindar empleos mediante sus negocios, es por eso por lo que la presente investigación busca conocer cuáles son las barreras con las que se encuentran las mujeres en Durango al momento de emprender.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Analizar los factores que promueven e inhiben la creación y consolidación de empresas duranguenses dirigidas por mujeres.

1.3.2 Objetivos específicos

- Caracterizar el perfil de las mujeres emprendedoras duranguenses y el sector empresarial al que pertenecen.
- Identificar cuáles fueron sus motivaciones para convertirse en emprendedoras.
- Determinar las limitantes u obstáculos a los que se han enfrentado las mujeres empresarias en la creación de su negocio.
- Describir los factores que contribuyen al fortalecimiento de las empresas lideradas por mujeres.

1.3.3 Preguntas de investigación

¿Cuál es el perfil de las mujeres emprendedoras duranguenses y el sector empresarial al que pertenecen?

¿Cuáles fueron sus motivaciones para convertirse en emprendedoras?

¿Cuáles son las limitantes u obstáculos a los que se han enfrentado las mujeres empresarias en la creación de su negocio?

¿Cuáles son los factores que contribuyen al fortalecimiento de las empresas lideradas por mujeres?

Capítulo II: Fundamentos / Estado del campo

2.1 Marco teórico

2.1.1 Evolución del rol de la mujer en la sociedad

A lo largo de los años, el rol de la mujer ha ido cambiando y cada vez se incrementa su participación a diferentes actividades dentro de la sociedad. La incorporación de la mujer al mundo laboral surge según Fernández (2018) a consecuencia de la guerra mundial, ya que los hombres se veían forzados a combatir por lo que se requirió la mano de obra de las mujeres en la producción. Después de convertirse en obreras, hubo resistencia por parte de las mujeres en volver a su rol dentro del hogar y desde ese momento, empezó el cambio en las estructuras sociales.

En el siglo XVIII la participación de la mujer en la educación era nula, ya que, de acuerdo con Montenegro, Ramírez y Guerrero (2017) al ser las responsables de las labores domésticas, no tenían las mismas oportunidades educativas del hombre. Las mujeres empezaron a alzar la voz por más oportunidades y el derecho a tener libertad de conciencia, sin embargo, a esta lucha se le consideraba una amenaza ya que según De la Cruz, Orozco y Ludmila (2016), seguir estos ideales iba en contra del rol que debían asumir las mujeres y como consecuencia, eran castigadas.

La revista Divergencia (2014) afirma que la etapa de la revolución francesa fue de gran importancia en la evolución del rol de la mujer, ya que inició una era de liberación y transformación para las mujeres, donde empezaron a reclamar por sus derechos. El sexo femenino empezó a mostrar su fuerza laboral al desempeñarse en oficios de costureras, secretarias, telefonistas, modistas, entre otros. Aunado a lo anterior, en 1950 se incrementó un 15% su presencia el área laboral y gracias a su desempeño se empezó a considerar su participación en puestos directivos.

Todos estos hechos históricos son el reflejo de mujeres valientes que se arriesgaron por cambiar la forma de pensar de la sociedad y demostrar que sus labores van más allá del hogar. La lucha constante ha abierto el camino a miles de mujeres para poder desempeñarse en cualquier área de trabajo e incluso en iniciar su propio negocio y obtener el reconocimiento que merecen sus capacidades, con las cuales han hecho grandes aportes al mundo.

2.1.2 Emprendimientos femeninos

Después del avance del papel de la mujer en la sociedad, Avolio y Di Laura (2017) afirman que las mujeres hoy en día son autónomas e independientes, por lo que no desempeñan un solo rol, al contrario, su participación en el mundo laboral apoya no solo a la economía del país, sino también brinda la oportunidad de generar empleos mediante la creación de nuevos negocios.

A esta creación de nuevos negocios se le conoce mejor como emprendimiento y es cuando “una persona identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerlo en marcha” (Hidalgo, 2014). De acuerdo con Cardozo (2010) el termino emprendedor ha ido evolucionando con el tiempo. En los años setenta se les consideraba como arriesgadas a las personas que decidían adquirir un bien a un precio conocido para después venderlo a un precio incierto. Más tarde, se le reconoció a los emprendedores como coordinadores de recursos gracias a sus habilidades para asignar de la mejor manera los recursos disponibles en un mundo que está en constante cambio.

Según Viadana, Zubeldia, Tomarelli y Morales (2016) en los emprendimientos liderados por mujeres aún existen factores que limitan el proceso de consolidación de sus negocios, por ejemplo, la brecha de género, el acceso a financiamiento y crecimiento profesional y la poca valoración de la mujer en puestos directivos, es por eso por lo que dichos emprendimientos deberían ser estudiados dentro del entorno social y económico en el que se desarrollan. La Fundación Incyde (2007) manifiesta que a pesar de que no hay suficiente literatura que respalde los emprendimientos femeninos, estos han tenido un gran impacto económico en los últimos años. Casassi (2012) declara que, para impulsar los emprendimientos liderados por mujeres en América Latina, la Organización de las Naciones Unidas se basa en tres ejes; el primer eje habla sobre la creación de políticas públicas mediante la colaboración con institutos de estadística para identificar los emprendimientos femeninos. El segundo eje tiene el objetivo de colaborar con instituciones educativas para brindar herramientas que ayuden a las necesidades de las mujeres emprendedoras y así mejorar sus habilidades. El ultimo eje se enfoca en derribar barreras económicas que tienen las emprendedoras, como el acceso a un crédito para la creación de los negocios.

2.1.3 Motivaciones y obstáculos al emprender

De acuerdo con García, Rosales y Plata (2017) los negocios creados por mujeres surgen por motivaciones diferentes a las del género masculino. La motivación según García, Londoño y Ortiz (2016) “conduce las acciones de las personas, conformándose como un elemento esencial que orienta a la persona a realizar una determinada acción y de igual forma los objetivos que esta persigue. (p.1)”. Por otro lado, Weihrich, et al. (2017) la define como “un factor que se utiliza para la satisfacción de necesidades y deseos (p. 386)”.

Blasco et al (2016) menciona que las mujeres se ven en la necesidad de iniciar un negocio principalmente por la falta de trabajo y la insatisfacción que puede llegar a causar un determinado puesto de trabajo. Por otro lado, Bid Lab (2020) señala que las mujeres que son emprendedoras en áreas de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas en América Latina y el Caribe se ven motivadas a emprender por seguir una pasión personal y convertir sus ideas en un negocio, por resolver problemas que apoyen a las necesidades de sus comunidades y por lograr independencia económica.

La mayoría de las emprendedoras, según García, Rosales y Plata (2017), se enfrentan a mayores obstáculos culturales y socioeconómicos. Estos obstáculos se pueden dividir en reales como, por ejemplo, la formación académica, experiencia laboral y la falta de capital. Dentro de los obstáculos simbólicos se pueden identificar la falta de apoyo, el papel de la mujer en la sociedad y la inseguridad al momento de la toma de decisiones. Aunado a esto, el Departamento de Desarrollo Económico y Territorial (2016) considera que otros aspectos que no favorecen el perfil de las mujeres como empresarias y pueden influir a la hora de tomar decisiones son, los roles de género previamente establecidos por la sociedad, la falta de apoyo a sus capacidades de liderazgo e iniciativa, el equilibrio entre la vida personal, familiar y de trabajo y la poca visibilidad e importancia que se le da al emprendimiento realizado por mujeres.

Por otro lado, Vázquez y Castro (2017) afirman que las mujeres emprendedoras enfrentan obstáculos relacionados con su formación académica, ya que son los hombres quienes se inclinan más a la dirección de empresas mientras que las mujeres optan por áreas más humanistas. Otro obstáculo es el acceso a créditos que les permita iniciar o hacer crecer su

negocio y también el distribuir el tiempo que le dedica a su emprendimiento y a las responsabilidades del hogar.

En América Latina si una mujer desea iniciar un negocio, según El Banco Mundial (2010) se enfrenta a procesos mercantiles y legales complejos, a la falta de acceso a diferentes fuentes de financiamiento, a la falta de capacitación empresarial y a la brecha de género que afectan su potencial. Históricamente, de acuerdo con Pomeranzi (2021) las mujeres “han sido excluidas del sistema financiero formal. Las estrategias dirigidas a ellas se han centrado en programas de microcréditos que no han sido suficientes para cubrir las necesidades de financiación de las actividades y las inversiones a medio y largo plazo”. (p. 25)

2.1.4 Brecha de género

Basado en datos históricos, la revista *Divergencia* (2014) afirma que “se ha vivido una especie de “clasismo” en los trabajos, donde las mujeres quedan relegadas a labores específicas, cuando deberían ser seleccionadas para cualquier ocupación, dadas sus capacidades.” De acuerdo con Cardozo (2010) la brecha de género dentro del mundo de los emprendedores es muy amplia, ya que la participación de las mujeres tanto en emprendimientos como en negocios establecidos es menor a la de los hombres.

Es por eso que desde una perspectiva de género Viadana, Zubeldia, Tomarelli y Morales señalan que hoy en día se puede hablar sobre emprendedurismo desde diferentes perspectivas, debido a las diferencias en el modo en que las mujeres inician su negocio a comparación de los hombres. Al momento de emprender, las mujeres se enfrentan a barreras educativas, financieras, sociales y culturales donde se desconfiaba del papel de la mujer en los negocios. La lucha en búsqueda de la igualdad ha logrado la incorporación de la mujer al ámbito laboral afirma Leyva (2010), pues el rol que desempeñaban las mujeres en años anteriores de dedicarse a las tareas del hogar, ha cambiado significativamente, pues hoy en día el impacto que tienen las mujeres empresarias dentro de la sociedad es positivo y notorio, tal como lo indica *Global Entrepreneurship Monitor* (2017), su presencia dentro de la economía, desempeña un papel importante ya que, al trabajar por cuenta propia, crean una fuente de ingresos para sus familias, apoyan a su comunidad mediante la generación de empleos, brindan nuevas soluciones mediante la innovación y contribuyen a la economía del país.

Vázquez y Castro (2017) precisan que las mujeres no se consideran capaces de dirigir un negocio y crear sus redes de contacto al igual que lo hacen los hombres, gracias a las normas sociales y culturales que ocasionan bajos niveles de empoderamiento social en ellas. Los diferentes obstáculos a los que se enfrentan las emprendedoras frenan el crecimiento económico en el país y ocasionan una baja tasa de supervivencia y consolidación en comparación con los emprendimientos liderados por hombres.

Reconociendo lo anterior, Pomeranzi (2021) afirma que las desigualdades sociales y económicas se incrementaron con la crisis mundial derivada de la pandemia del COVID-19,

la cual perjudica a nivel global en especial a las mujeres empresarias, ya que, en términos de ingresos, estos suelen ser menores a los de los hombres.

Las empresarias mexicanas aún afrontan dificultades para poder mezclarse y participar en el mercado laboral según Espinoza y Paz (2019), ya que a causa del rol de género ante la sociedad complica que puedan coordinar sus emprendimientos y la atención de su vida familiar. Es por eso que hoy en día sigue prevaleciendo la desigualdad entre hombres y mujeres en diferentes ámbitos como el político, el económico y el social.

2.2 Marco contextual

2.2.1 La mujer y el emprendimiento a nivel mundial

De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor (2017) en su último reporte, señala que 163 millones de mujeres emprendieron un negocio en 74 economías alrededor del mundo y 111 millones se encontraban dirigiendo negocios previamente establecidos. Estos datos confirman que el emprendimiento femenino va en aumento a nivel mundial, pues en poco tiempo la actividad empresarial en mujeres aumento un 10%. Este mismo reporte, brinda una perspectiva de como alrededor del mundo, el principal miedo de las mujeres es el fracaso debido a las limitantes que tienen al momento de emprender, tal como se muestra en la figura 2.1 donde se identifican las percepciones de las mujeres emprendedoras.

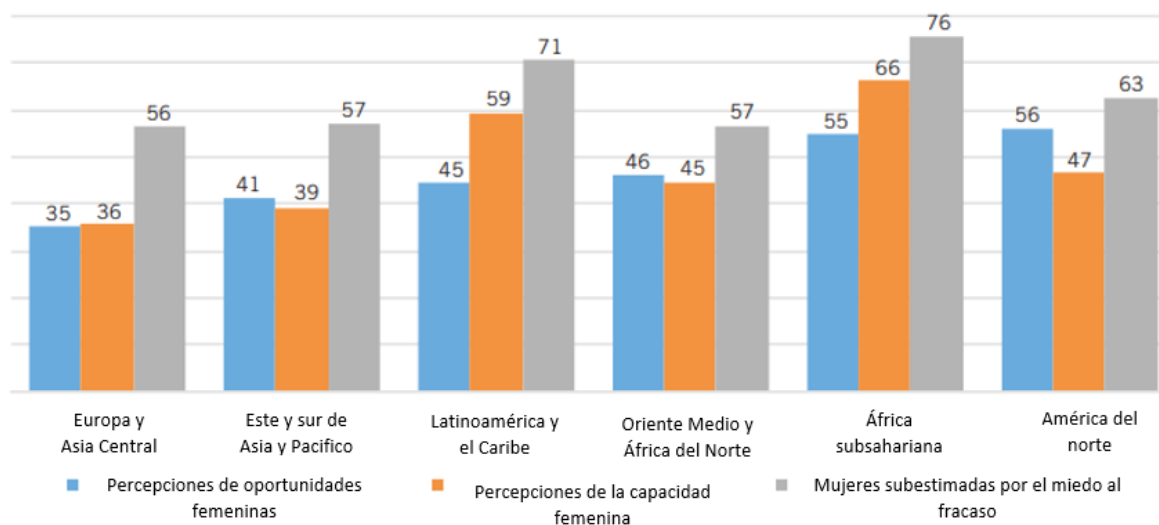


Figura 2.1 *Percepciones sociales sobre emprendimiento entre mujeres por región*

Nota: Datos tomados de GEMA 2015-2016

2.2.2 La mujer y el emprendimiento internacionalmente

A nivel internacional, se han creado diversos programas como lo muestra la tabla 2.1 en países como Brasil, Chile, Argentina, Colombia, Ecuador, Panamá, Venezuela, entre otros países pertenecientes a América del sur, donde su principal objetivo es la promoción de la actividad emprendedora femenina mediante diferentes programas.

Tabla 2.1 *Programas para mujeres emprendedoras en América del Sur*

País	Programa	Descripción y objetivos	Sitio web
Argentina	Comunidad de mujeres emprendedoras (CRIAR)	Organización integrada por mujeres cuya misión es brindar herramientas de formación y desarrollo a las mujeres de la ciudad de Rosario y la región, para que optimicen sus recursos personales y profesionales y puedan desarrollar de manera exitosa su carrera emprendedora y los proyectos sociales y comerciales que lideran.	emprendedorascriar.org
	Organización argentina de mujeres empresarias (OAME)	Organización que promueve el empresariado femenino mediante la interacción de sus asociadas, la capacitación constante y el desarrollo de planes organizacionales.	oame.org.ar

continuación tabla 2.1

País	Programa	Descripción y objetivos	Sitio web
Argentina	Asociación iberoamericana de mujeres empresarias AIME)	Organización no gubernamental (ONG) pluralista, con la voluntad de apoyar y promover el desarrollo pleno de la mujer en su condición de empresaria y en respuesta a una demanda de la mujer que reclama un ámbito donde potenciar, desde su propia identidad, un aporte al mundo empresarial.	aime.org.ar
Bolivia	Red nacional de mujeres emprendedoras	Red integrada por emprendimientos económicos unipersonales o familiares y asociativos, compuestos y encabezados por mujeres. Estos emprendimientos pertenecen a rubros de producción, transformación y servicios. Asimismo, se busca fortalecer la red organizacional en cada departamento del país mediante asesorías técnicas y capacitación en temas orientados a los negocios, brindar vías de acceso a mercados y aumentar la incidencia política de las acciones.	

continuación tabla 2.1

País	Programa	Descripción y objetivos	Sitio web
Brasil	Asociación de mujeres emprendedoras del Brasil (AMEBRA)	Asociación de mujeres que busca promover la realización de proyectos de emprendimientos femeninos en Rio de Janeiro por medio de capacitación técnica.	amebras.org.br
	Organización brasileña de mujeres empresarias	ONG derivada de la Asociación Mundial de Ejecutivas de Empresa que brinda apoyo en la planificación y ejecución de negocios sociales y acciones filantrópicas. Su objetivo es la generación de mayores recursos, para fijar referentes	Obme.org.br
Chile	Mujeres emprendedoras	Asociación que surge con el objetivo de ayudar a las mujeres que ya son emprendedoras o desean emprender y capacitarse a poner sus ideas en práctica. Para ello se les brinda orientación, asesoría y apoyo respecto de los intangibles necesarios y se las incorpora a una red importante.	Mujeres emprendedoras.cl

continuación tabla 2.1

País	Programa	Descripción y objetivos	Sitio web
Chile	Mujeres empresarias	Organización integrada por más de 3.000 empresarias, emprendedoras y ejecutivas que apoyan la gestión empresarial de la mujer, liderando a las empresarias, profesionales y emprendedoras a través de una gran e innovadora red de contactos que facilita su inclusión en el mundo económico y de los negocios.	Me.cl
	Asociación gremial de la mujer micro, pequeña y mediana empresaria (EmpreMujer)	Asociación que deriva de la confederación gremial nacional unida de la mediana y pequeña industria, servicios y artesanado de Chile (CONUPIA), que representa a los empresarios desde Arica a Punta Arenas.	Empremujer.cl
Paraguay	Asociación Paraguaya de empresarias, ejecutivas y profesionales (APEP)	Asociación de mujeres empresarias, ejecutivas y emprendedoras que buscan el desarrollo empresarial de las mujeres paraguayas.	Apep.org.py

continuación tabla 2.1

País	Programa	Descripción y objetivos	Sitio web
Perú	Organización internacional de mujeres en negocios (OWIT Perú)	Asociación que agrupa a mujeres profesionales emprendedoras, ejecutivas y empresarias cuyo objetivo es promover el desarrollo de la mujer en el mundo del trabajo, fomentando un cambio en la sociedad peruana, hacia una cultura de éxito y responsabilidad social.	Owitperu.org
	Asociación de mujeres batalla (AMUBA)	ONG integrada por ejecutivas, empresarias y emprendedoras sociales provenientes de distintos ámbitos, cuyo objetivo es ayudar a las mujeres y jóvenes de escasos recursos a alcanzar la realización personal mediante el desarrollo de planes de negocios.	Amubaperu.com
Venezuela	Asociación venezolana de mujeres (AVM)	Asociación que invita a las mujeres de escasos recursos a formarse como emprendedoras. El objetivo es dar a la mujer venezolana las herramientas necesarias para mejorar su calidad de vida y la de su familia.	Asociacionvenezolana demujeres.com.ve

continuación tabla 2.1

País	Programa	Descripción y objetivos	Sitio web
Venezuela	Programa emprendimiento de SERNAM	El Programa Emprendimiento corresponde a diversas estrategias de intervención que permiten mejorar las condiciones para el desarrollo exitoso de emprendimientos encabezados por mujeres. Combina una coordinación nacional destinada a generar acciones de emprendimiento en todo el país y una gestión local institucional proactiva, con el fin de contribuir a la construcción de un escenario favorable para la inclusión de las mujeres en el ámbito del trabajo independiente.	
Colombia	Asociación nacional de mujeres empresarias y emprendedoras de Colombia (col empresarias)	ONG que reúne a las mujeres empresarias de Colombia que desarrollan diferentes actividades en los sectores económicos y sociales en diferentes regiones del país. Su objetivo es ayudar a desarrollar los emprendimientos o negocios de las mujeres colombianas.	Colempresarias.org

continuación tabla 2.1

País	Programa	Descripción y objetivos	Sitio web
Colombia	Fundación de mujeres por Colombia	Organización que contribuye para que las mujeres profesionales lideren la transformación de Colombia hacia la paz, la justicia, la equidad y el desarrollo al empoderarse y formar parte de las instancias decisorias políticas, económicas y sociales del país.	Fundacionmujeresporcolombia.org
	Asociación iberoamericana de empresarias (AIME-Loja)	ONG integrada por ejecutivas, empresarias y emprendedoras que buscan asesorar, capacitar e integrar a empresarias o emprendedoras que quieran desarrollarse a nivel personal y profesional.	Sin información

Nota. Progreso y evolución de la inserción de la mujer en actividades productivas y empresariales en América del Sur (p.55-57), por B. Avolio y G. Di Laura, 2017, Revista de la CEPAL N° 122.

2.2.3 La mujer y el emprendimiento a nivel nacional

Actualmente el papel de la mujer en la fuerza laboral en México ha ido en aumento, pues el rol de la mujer no se limita a quedarse encabezando las tareas del hogar. Según el Instituto Mexicano de la Competitividad (2022) mediante un análisis sobre las emprendedoras mexicanas, concluyó que existen más de 5.2 millones de emprendedoras en México, de las cuales se dividen en dos categorías como se puede visualizar en la figura 2.2, donde el 18% son emprendedoras formales, es decir están registradas ante el Sistema de Administración Tributaria y ante el Instituto Mexicano para la Seguridad Social. Mientras que el 82% son emprendedoras informales.

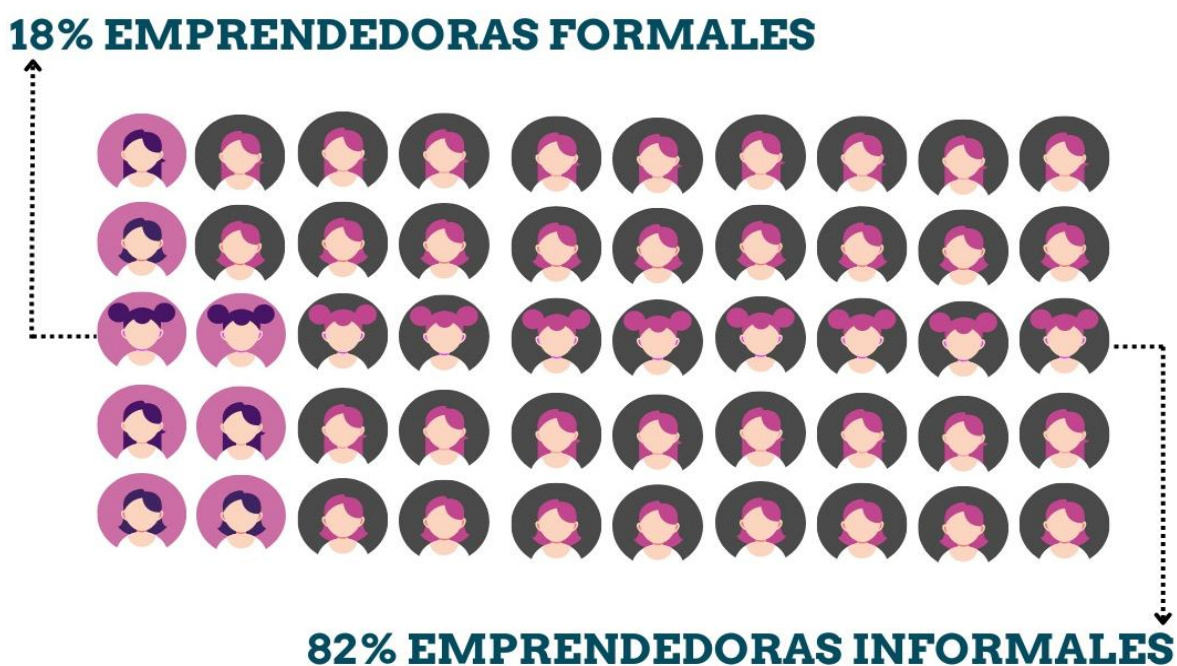


Figura 2.2 *Emprendedoras en México*

Nota. Elaboración propia con datos de I. Chavez F. García y T. Ruiz, 2022, Instituto Mexicano para la Competitividad A.C.

Durante el 2018 los censos económicos del INEGI registraron que uno de cada tres negocios con menos de 100 colaboradores, es liderado por una mujer. En la figura 2.3 se muestran los porcentajes acerca de cuantas emprendedoras obtuvieron financiamiento, cuantas utilizaron como herramienta el equipo de cómputo, cuantas tuvieron acceso a internet y les permitió generar ventas y que porcentaje pertenece al sector informal.

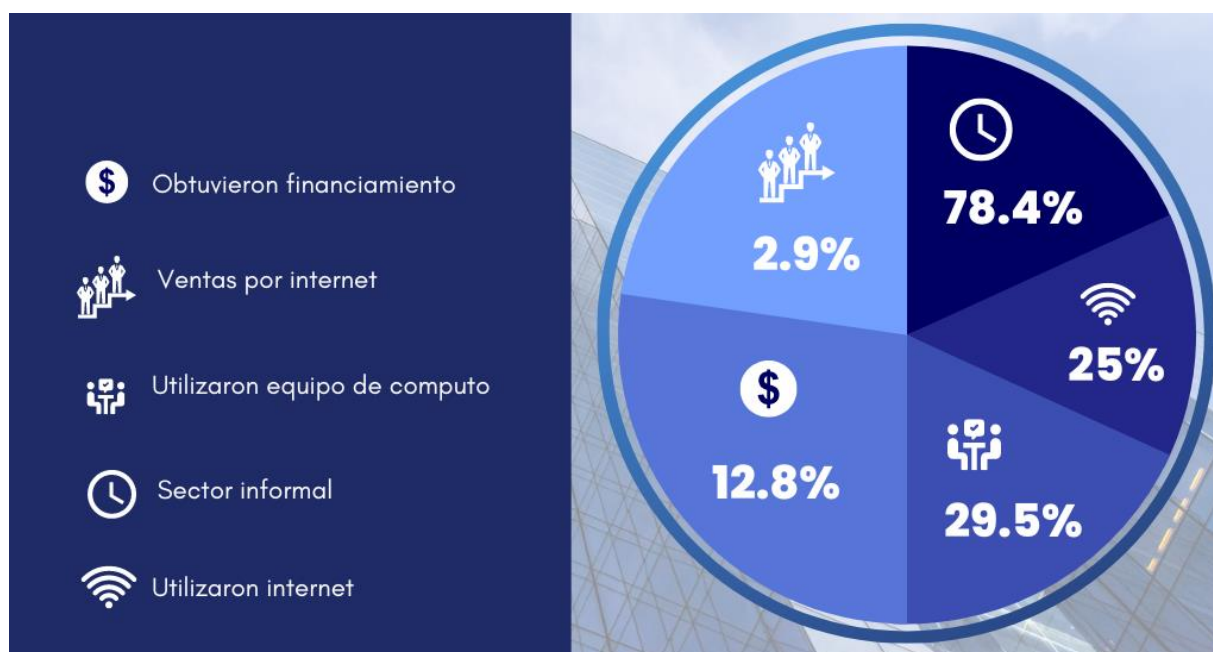


Figura 2.3 Unidades económicas lideradas por mujeres en México

Nota. Elaboración propia con datos de INEGI-STPS, 2018, Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo.

En 2021 la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) recolectó datos sobre los empleadores en México, donde el 6.3% son hombres y 2.7% son mujeres, es decir, 2.0 millones de hombres y 544 mil mujeres son empleadores/as.

De acuerdo con la revisión bibliográfica, el perfil de las mujeres emprendedoras en México, según datos del Instituto Nacional de Mujeres recolectados en el año 2019, se muestran en la figura 2.4, donde la mayoría de las mujeres tienen entre 30 y 59 años, son casadas y con hijos y sus negocios son en mayoría microempresas.

EL NIVEL DE INGRESOS ES MENOR EN LAS MUJERES EMPRENDEDORAS QUE EN LOS HOMBRES

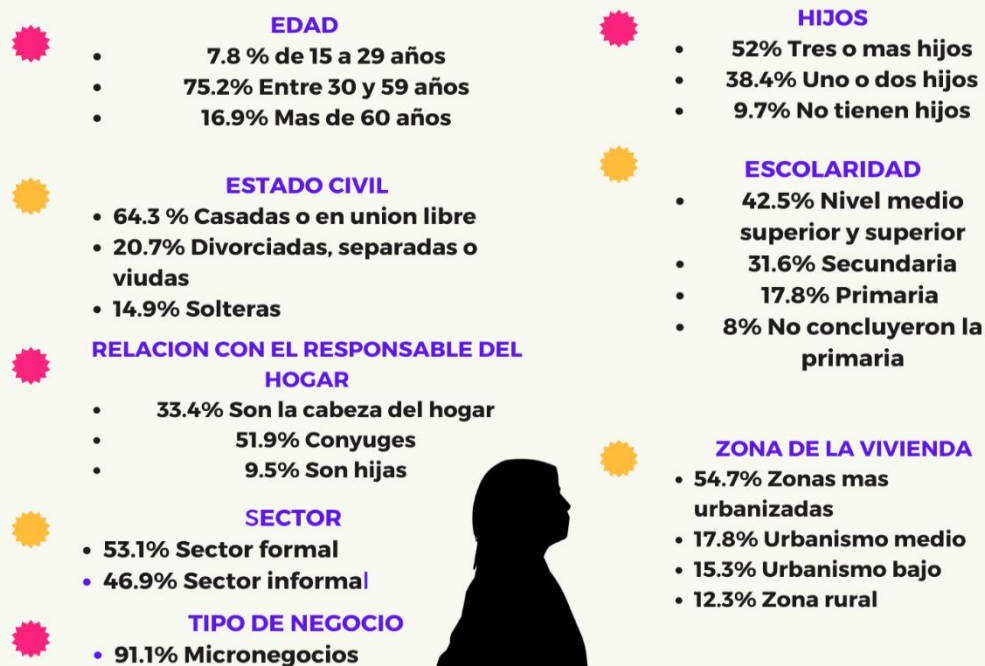


Figura 2.4 Perfil de las emprendedoras en México

Nota. Elaboración propia con datos de INMUJERES 2019

2.2.4 La mujer y el emprendimiento en Durango

A nivel local, Durango cuenta con dos asociaciones que impulsan a las mujeres emprendedoras a seguir preparándose para hacer crecer su negocio. En el año 2015 la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresas (AMMJE), contaba con más de 110 socias, las cuales se desempeñaban principalmente en el sector de comercio.

Por otro lado, la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias (AMEXME), capítulo Durango en 2022 registro un total de 120 empresarias las cuales se rigen bajo el lema “Solás invisibles, unidas invencibles”.

En marzo de 2023 AMEXME lanzó el programa “AMEXME Emprende”, el cual fue creado para ofrecer una valiosa oportunidad a mujeres emprendedoras de todos los capítulos a nivel nacional, incluyendo a Durango que desean llevar adelante sus ideas de negocio. Su objetivo es impulsar a emprendedoras locales, brindándoles acompañamiento para convertirse en empresarias sin miedo al fracaso o la incertidumbre. Al unirse a este programa, las mujeres pueden establecer alianzas con otras empresarias, confiar en sus proyectos y fortalecer sus estrategias de marketing. Además, el programa proporciona herramientas y recursos para desarrollar habilidades empresariales y hacer crecer sus negocios de forma sostenible. Sin importar la etapa de su emprendimiento, el programa AMEXME Emprende está diseñado para ayudar a las mujeres a alcanzar sus metas y convertirse en emprendedoras exitosas.

2.3 Marco legal

2.3.1 Programas desarrollados para fomentar el crecimiento de las empresas lideradas por mujeres

A nivel mundial se encuentra ONU Mujeres, la cual es una organización creada desde el 2010, que se encarga de empoderar a la mujer, así como promover la igualdad de género a través de sus diferentes acuerdos internacionales, dentro de los cuales se encuentran:

- El Plan estratégico de ONU Mujeres 2022–2025: Este plan se basa en diferentes enfoques y es una guía para ONU.
- Mujeres sobre las actividades a desarrollarse durante los próximos cuatro años para hacer frente a los diferentes retos mundiales a los cuales la mujer se enfrenta, uno de ellos es el empoderamiento económico.
- La Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer y el Protocolo Facultativo.
- La Declaración y Plataforma de Acción de Beijing: En esta declaración se establecen los compromisos de los gobiernos para apoyar y fomentar los derechos de las mujeres en todo el mundo.
- Los objetivos de Desarrollo Sostenible: Busca combatir los desafíos globales mediante 17 objetivos y 169 metas, dentro de los cuales se encuentran la igualdad de género y trabajo decente y crecimiento económico.
- El programa MELYT (Mujeres, economía local y territorios) que tiene el objetivo del empoderamiento económico de las mujeres en territorios dinámicos y sostenibles.

A nivel nacional se encuentran las siguientes instituciones y programas que impulsan el desarrollo de las mujeres en el sector empresarial:

- Instituto Nacional de Mujeres (INMUJERES): Tiene como objetivo facilitar el acceso a datos confiables y actualizados para colaborar en el conocimiento y análisis de la situación de las mujeres, su historia, desarrollo y problemáticas actuales en México, América Latina y el mundo, y así lograr un cambio de mentalidad en la sociedad donde se logre la igualdad para mujeres y hombres.
- Red mujeres: Su objetivo es el empoderamiento económico de las mujeres mediante el encuentro de grupos de mujeres que lideran emprendimientos económicos

solidarios donde comparten sus experiencias y conocimientos que sirven de inspiración a otras mujeres para superar los obstáculos durante sus emprendimientos.

2.3.2 Programas desarrollados para fomentar el crecimiento de las empresas lideradas por mujeres en Durango

Para promover la actividad empresarial de las mujeres en Durango, el Gobierno del Estado, lanzo los siguientes programas:

- Con el objetivo de capacitar, crear o hacer crecer su negocio se busca por medio de una iniciativa agregar tres artículos a la Ley de Desarrollo Económico, y que haya comunicación directa con Desarrollo Social para apoyar a las mujeres emprendedoras en comunidades rurales (Jiménez 2023).
- Mediante el programa “Mujer el Futuro es Contigo” se benefició a 1,000 duranguenses emprendedoras en su primera etapa, donde se les brindo un crédito con tasa de interés cero para ayudar a crecer sus negocios o iniciarlo (Ramírez 2023)

En Durango se pueden encontrar dos asociaciones para mujeres emprendedoras:

- La Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias (AMEXME) surgió con el fin de lograr el fortalecimiento de sus negocios, capacitación del capital humano que está a su cargo, el empoderamiento de las mujeres duranguenses y el crecimiento de la economía del Estado.
- Por otro lado, la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresas (AMMJE) representa un espacio donde emprendedoras duranguenses comparten la visión de mejorar y potenciar sus empresas, así como la generación de alianzas empresariales.

Capítulo III: Metodología

3.1 Área de estudio

De acuerdo con la clasificación que establece la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) el área de estudio es ciencias económicas correspondiente a la clave 53 y su campo, organización y dirección de empresas.

La economía forma parte de la vida cotidiana de la sociedad, al hacer diferentes actividades como administrar, gestionar de manera eficiente los recursos y herramientas a su alcance, controlar y dirigir, se satisfacen las diferentes necesidades humanas. Es por eso por lo que el área de estudio seleccionada y su campo, se relaciona con la investigación, ya que al emprender se satisface una necesidad económica y personal, con la cual se beneficia la emprendedora y al mismo tiempo contribuye a la economía local, además de dar a conocer los factores que inhiben y promueven la consolidación de sus empresas.

3.2 Lugar de estudio

El lugar de estudio es en la ciudad Victoria de Durango, donde se desea obtener información a través de empresas de diferente tamaño, localizadas en la ciudad, que son dirigidas por mujeres.

3.3 Tipo de investigación

La investigación es de tipo descriptiva. “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández 2014, p. 92). La investigación busca describir variables como el perfil de las emprendedoras, motivaciones, desafíos, formación académica, situación familiar, tamaño y tipo de sus empresas, fuentes de apoyo y acceso al capital.

Según la revisión bibliográfica, el tema del emprendimiento femenino en la capital se considera poco estudiado y se desea conocer el contexto actual sobre el proceso que atraviesan las mujeres en Durango al decidir iniciar un negocio y de esta manera se tengan herramientas de ayuda para futuras emprendedoras. Es por eso por lo que, de acuerdo con Hernández (2014), el alcance de la investigación es exploratoria, ya que se desea “obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto

de un contexto particular, indagar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados” (p.91).

La investigación tendrá un enfoque mixto ya que según Hernández (2014), un enfoque cuantitativo permitirá la recolección de datos mediante medición numérica y estadísticas, para poder observar diversos comportamientos. Por otro lado, el enfoque cualitativo, busca conocer las perspectivas de los participantes, así como su punto de vista, como, por ejemplo, sus experiencias, emociones, significados, entre otros, para establecer conclusiones a partir de este análisis. Con la finalidad de analizar e interpretar datos se utilizará información cualitativa mediante una entrevista a empresarias duranguenses para conocer su percepción sobre los obstáculos que han presentado.

3.4 Diseño del estudio de investigación

3.4.1 Ruta metodológica

La ruta metodológica, la cual contiene los pasos para la realización de la investigación, se muestra en la figura 3.1. Como primer paso se realizará una búsqueda de antecedentes en diversas fuentes de información acerca de estudios realizados a nivel internacional, nacional y local sobre el emprendimiento en mujeres. Después se elaborará la justificación de la investigación, donde se describen las razones que motivaron a elegir el tema, mismas que tienen relevancia social y de conveniencia. El siguiente paso consiste en definir el objetivo general y específicos que se buscan lograr al realizar la investigación. Una vez elaborados los objetivos, lo siguiente es el planteamiento de las preguntas que se buscan responder con la investigación. Después, con el apoyo de datos estadísticos e información documental, se elaborará el marco teórico, contextual y legal.

El siguiente paso consiste en identificar el área y lugar de estudio, así como el tipo de investigación al que pertenece, su alcance y enfoque. La presente investigación se realizará en la ciudad Victoria de Durango y corresponde al área de estudio ciencias económicas y como campo organización y dirección de empresas. Es de tipo descriptiva, su alcance exploratorio y con un enfoque cualitativo y cuantitativo.

Dentro del diseño de la investigación, se definirá la operacionalización de las variables, el tamaño de la muestra, las técnicas e instrumentos para la recolección de información, así como los métodos y técnicas para su tratamiento. Para el diseño de la investigación, se aplicará un cuestionario y entrevista a mujeres duranguenses emprendedoras.

Finalmente, se hará el análisis e interpretación de la información recabada por medio de estadística descriptiva e inferencial, para después mostrar los resultados obtenidos con la investigación.

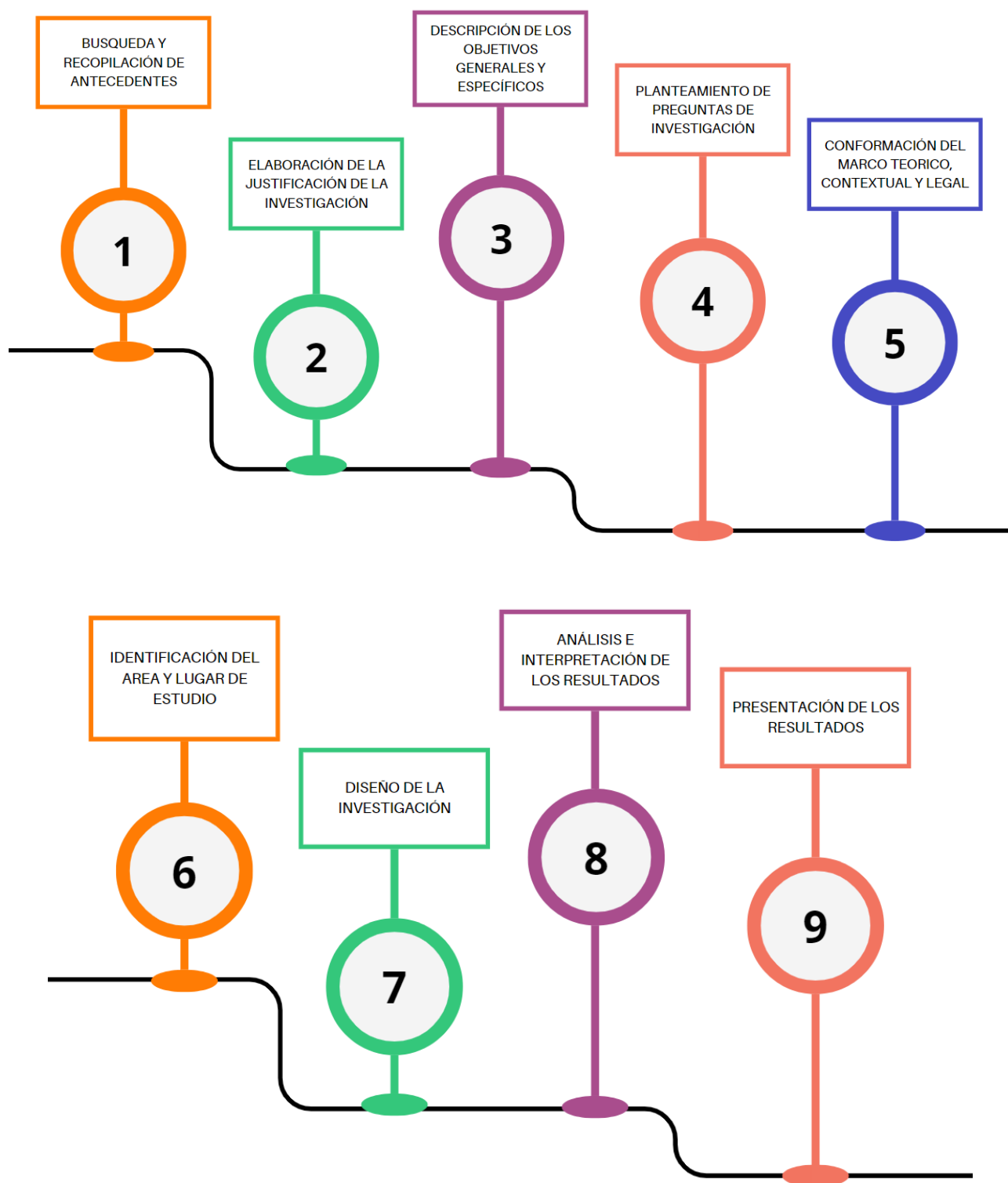


Figura 3.1 Ruta metodológica

Nota. Elaboración propia

3.4.2 Operacionalización de las variables

Las variables con las que se trabajaron en la investigación corresponden al porcentaje de participación de la mujer, el perfil de las mujeres emprendedoras duranguenses, el sector empresarial al que pertenecen, las motivaciones para convertirse en emprendedoras, los obstáculos a los que se han enfrentado y los factores que contribuyen al fortalecimiento de las empresas lideradas por mujeres.

El perfil de las mujeres emprendedoras duranguenses considera tres dimensiones: demográfica, educativa y laboral y el sector empresarial representadas en la tabla 3.1. La primera es fundamental para conocer la edad, el estado civil y número de hijos. Comprender su formación profesional, experiencia laboral previa, las medidas que emplea para conciliar la vida familiar y laboral, los conocimientos empresariales y el número de años que tiene como emprendedora es esencial para obtener una comprensión completa y precisa del panorama de emprendedoras en Durango. Analizar el giro y tamaño de los negocios permitirá clasificarlos dentro del sector empresarial.

Tabla 3.1 *Variable perfil de las mujeres emprendedoras duranguenses*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Perfil de las mujeres emprendedoras duranguenses	Conjunto de rasgos peculiares que caracterizan a alguien o algo.	Cuestionario de 11 ítems aplicado a las socias	Demográfica	Edad Estado civil Número de hijos	Ordinal
			Educativa y laboral	Nivel educativo Experiencia laboral previa La conciliación de la vida familiar y laboral Adquisición de conocimientos empresariales Número de años como emprendedora	
			Sector empresarial	Giro Tamaño de la empresa	

Las razones personales, económicas o sociales de la tabla 3.2, involucran indicadores como la herencia, pasión por un proyecto, flexibilidad laboral, realización personal, independencia financiera, necesidad o deseo de contribuir a la sociedad, son esenciales para comprender las motivaciones que tuvieron las mujeres para convertirse en emprendedoras.

Tabla 3.2 *Variable motivación para convertirse en emprendedoras*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Motivaciones para convertirse en emprendedoras.	Conjunto de factores internos o externos que determinan en parte las acciones de una persona.	Cuestionario de 11 ítems aplicado a las socias	Razones personales	Herencia Pasión por un proyecto o idea Flexibilidad laboral Realización personal	Nominal
			Razones económicas	Independencia Financiera Necesidad	
			Razones sociales	Deseo de contribuir a la sociedad	

Nota. Elaboración propia

La investigación detallada de los obstáculos financieros, culturales y competitivos representados en la tabla 3.3, incluyen los indicadores de falta de acceso al financiamiento, barreras de género, discriminación, falta de apoyo familiar, inseguridad y la competencia en el mercado, es fundamental para identificar las barreras con las que se enfrentan las mujeres en la creación de sus negocios.

Tabla 3.3 *Variable obstáculos de las emprendedoras en la creación de un negocio*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Obstáculos a los que se han enfrentado las mujeres empresarias en la creación de su negocio.	Impedimento, dificultad, inconveniente.	Cuestionario de 12 ítems aplicado a las socias	Financieros Culturales Competitivos	Falta de acceso a financiamiento Limitantes en el acceso a créditos Barreras de género Discriminación Falta de apoyo familiar Inseguridad Competencia y desafíos en el mercado	Nominal

Nota. Elaboración propia

El estudio de las dimensiones relacionadas con los recursos y apoyos, el ambiente empresarial y político y el acceso a mercados y clientes es necesario para conocer los factores que contribuyen al fortalecimiento de las empresas lideradas por mujeres. Los indicadores representados en la tabla 3.4 corresponden a la capacitación empresarial, disponibilidad de recursos, acceso a préstamos y programas educativos, participación en redes empresariales, apoyo gubernamental, conexiones profesionales y colaboraciones con otras empresas en el mercado.

Tabla 3.4 *Variable factores que contribuyen al fortalecimiento de las empresas lideradas por mujeres.*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Factores que contribuyen al fortalecimiento de las empresas lideradas por mujeres.	Actividad que hace fuerte un sitio o una población	Cuestionario de 12 ítems aplicados a las socias Entrevista a comité directivo para conocer las diferentes experiencias	Recursos y apoyos	Capacitación empresarial Disponibilidad de recursos Acceso a prestamos Acceso a programas educativos para fortalecer las habilidades empresariales Reconocimiento y visibilidad	Nominal
			Ambiente empresarial y político	Participación en redes empresariales o asociaciones Políticas de igualdad de genero Programas que respaldan a mujeres emprendedoras Apoyo gubernamental	
			Acceso a mercados y clientes	Conexiones profesionales y empresariales Colaboraciones y alianzas con otras empresas en el mercado	

Nota. Elaboración propia

3.4.3 Tamaño de muestra

Para seleccionar una muestra según Hernández (2014) primero se tiene que definir la unidad de muestreo, es decir, identificar si se trata de organizaciones, eventos, individuos, etc., para después delimitar la población. Para la presente investigación, la unidad de muestreo corresponde a emprendedoras pertenecientes a las asociaciones AMEXME, la cual cuenta con 105 socias y AMMJE con 125 socias, lo cual da como resultado una población de 230 emprendedoras.

Posteriormente, al tratarse de una población finita, se utilizará la siguiente ecuación para determinar la muestra:

$$n = \frac{k^2 N p q}{e^2 (N - 1) + k^2 p q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra poblacional

N = Tamaño de la población

e = Margen de error

p = Proporción esperada

k = Constante de nivel de confianza

El tamaño de la población es de 230 socias, se cuenta con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10%. De acuerdo con la tabla 3.1 se determina que la constante del nivel de confianza es de 1.65 y al ser valores complementarios p y q reciben el valor de 0.5.

Tabla 3.5 *Nivel de confianza*

Valor de k	1.15	1.28	1.44	1.65	1.96	2.24	2.58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	97.5%	99%

Nota. Elaboración propia con datos estadísticos

Se sustituyen los valores para conocer el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{1.65^2(230)(0.5)(0.5)}{0.05^2(230-1)+1.65^2(0.5)(0.5)}$$

De acuerdo con el resultado de la formula, el tamaño de la muestra corresponde a 125 socias, a las cuales se les aplicara el cuestionario.

3.4.4 Técnicas e instrumentos para recolección de información

El instrumento ha sido diseñado con el objetivo de realizar un análisis de los factores que promueven e inhiben la creación y consolidación de empresas duranguenses dirigidas por mujeres en Durango. A través de cinco apartados estructurados, se busca obtener información detallada que abarca desde el perfil de la mujer emprendedoras hasta aspectos fundamentales relacionados con las motivaciones, barreras y factores que contribuyen al fortalecimiento de sus emprendimientos. El instrumento se muestra en el anexo A.

I. Perfil de las mujeres emprendedoras duranguenses

Este apartado busca obtener información relevante sobre la emprendedora, cuenta con nueve preguntas incluyendo edad, formación profesional, situación familiar, número de hijos, experiencia laboral previa, número de años como emprendedora y medidas para conciliar la vida laboral y familiar.

II. Características del negocio

Se recopila información sobre el sector empresarial y el tamaño de la empresa. El apartado cuenta con dos preguntas. Evaluar esta variable es esencial para clasificar los diferentes negocios de las emprendedoras.

III. Motivaciones para convertirse en emprendedoras.

Este apartado se enfoca en identificar las motivaciones que llevan a una mujer a convertirse en emprendedora. Cuenta con once preguntas en escala de Likert referentes a la herencia, pasión por un proyecto, flexibilidad laboral, realización personal, independencia financiera, necesidad o deseo de contribuir a la sociedad.

IV. Obstáculos a los que se han enfrentado las mujeres empresarias en la creación de su negocio.

Se indaga sobre las dificultades que se presentan al momento de emprender. Consta de doce preguntas en escala de Likert, donde se incluyen factores como de falta de acceso al financiamiento, barreras de género, discriminación, falta de apoyo familiar, inseguridad y la competencia en el mercado, es fundamental para identificar las barreras con las que se enfrentan las mujeres en la creación de sus negocios.

V. Factores que contribuyen al fortalecimiento de las empresas lideradas por mujeres.

El último apartado cuenta con doce preguntas que cuestionan la capacitación empresarial, disponibilidad de recursos, acceso a préstamos y programas educativos, participación en redes empresariales, apoyo gubernamental, conexiones profesionales y colaboraciones con otras empresas en el mercado. Tener conocimiento sobre estos factores es clave para identificar soluciones que impulsen la eficiencia en el proceso de emprender.

De igual forma, se realizará una entrevista al comité directivo de AMMJE Y AMEXME ya que “mediante la entrevista, el investigador persigue acceder a la perspectiva del sujeto estudiado y, así, comprender sus interpretaciones, percepciones y sentimientos, así como su manera de categorizar y de explicar sus actos” (Lázaro 2021, p. 65). El instrumento se muestra en el anexo B.

Confiabilidad del instrumento con alfa de Cronbach

Con relación a la confiabilidad, se cuenta con el coeficiente alfa (α) de Cronbach, el cual es una medida que evalúa qué tan consistente y confiable es un conjunto de preguntas diseñadas para medir un constructo. Si el valor de alfa es superior a 0.7, significa que las respuestas a las preguntas están bastante relacionadas entre sí, lo que confirma que el instrumento es confiable para medir el concepto que se está evaluando. En cambio, un valor más bajo podría indicar una menor consistencia interna y, por lo tanto, menor confiabilidad en la medición.

Con la finalidad de medir la fiabilidad del instrumento aplicado para analizar los factores que promueven e inhiben la creación y consolidación de empresas duranguenses dirigidas por mujeres, se aplicó el coeficiente alfa de Cronbach a las variables de necesidad económica e independencia financiera, pues estas tienen relación entre sí.

El resultado fue de .81 como se muestra en la figura 3.2, lo cual indica que el instrumento es confiable y permite evaluar las diferentes variables relacionadas con el perfil de la mujer emprendedora, las motivaciones, obstáculos y factores que intervienen en la consolidación de sus negocios.

Item Analysis of Independencia financiera, Necesidad económica

Cronbach's alpha = 0.8118

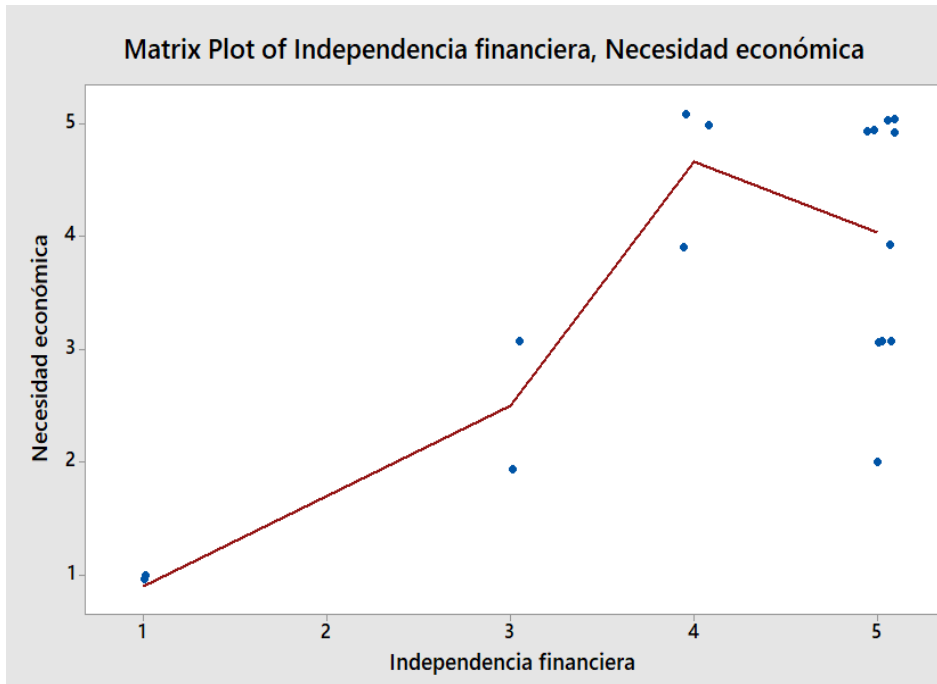


Figura 3.2 *Análisis de Cronbach*

Nota. Elaboración propia con software Minitab versión 19.1.0.1.

3.4.5 Recolección de información

El cuestionario se elaboró a través de Google Forms, una herramienta que ofrece Google para la creación de formularios, el cual da la opción de realizar preguntas de selección múltiple, desplegable, casilla de verificación, entre otras. Para su aplicación se pedirá una base de datos a las asociaciones del correo de las socias para hacer llegar el enlace del formulario y puedan responder.

Para la entrevista, se acordará una fecha para reunir al comité directivo de cada una de las asociaciones y que expresen de manera abierta las experiencias que se han tenido en el proceso de consolidación de los emprendimientos de mujeres duranguenses.

3.4.6 Métodos y técnicas para tratamiento de la información

Para el tratamiento de la información se utilizará el software Startical Product and Service Solutions (SPSS), el cual brinda diversas herramientas para poder realizar un análisis

estadístico. Su uso en la investigación será gran importancia ya que una de sus ventajas es que permite analizar variables para establecer una relación entre sí y además de su capacidad para capturar una gran cantidad de datos.

Por otro lado, para el tratamiento de los datos obtenidos de las entrevistas, se utilizará el software Atlas ti, el cual gracias a las herramientas que brinda, se podrá realizar una comparación de los datos cualitativos y establecer una relación entre ellos.

Capítulo IV: Análisis e interpretación de resultados

4.1 Análisis cualitativo

Se llevaron a cabo tres entrevistas con las destacadas líderes empresariales: Lic. Perla Pacheco Presidenta Nacional de la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresas, M.I.A Diana Ocón Alvarado Presidenta de la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresas Durango 2022-2024 y Lic. Cristina Romero Presidenta de la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias Capitulo Durango.

Las respuestas obtenidas de estas entrevistas se sometieron a un análisis cualitativo utilizando el software ATLAS.ti Se crearon tres grupos distintos de códigos para organizar la información recopilada: "Factores inhibidores" con 32 códigos, "Factores promotores" con 30 códigos y "Factores de fortalecimiento empresarial" con 39 códigos, totalizando así 101 códigos como se muestra en la tabla 4.1.

Tabla 4.1 *Grupo de códigos*

Nombre	Tamaño
Factores de fortalecimiento empresarial	39
Factores inhibidores	32
Factores promotores	30

Nota. Elaboración propia con software ATLAS.ti 24

Además de clasificar la información en códigos se utilizó la herramienta de redes de ATLAS.ti que sirve para visualizar y analizar las relaciones entre conceptos, temas, categorías o cualquier otro elemento relevante dentro de los datos. Esta herramienta permite mapear conexiones, identificar patrones y comprender la estructura de los datos cualitativos. Se crearon tres redes diferentes para cada uno de los grupos de códigos generados. Para la primer red que corresponde a los factores promotores se identifican los siguientes: Espíritu emprendedor y desafiante, empoderar a las mujeres, los roles de liderazgo empresarial, abrir brecha para las mujeres que desean emprender y adquirir experiencias, conocimiento y los recursos necesarios, sueños empresariales, situación personal, futuro más igualitario, crecimiento como mujer y persona, oportunidad de hacer círculos de negocios, no depender

de una pareja o de alguien más, pasión por servir a los demás, inspirar a otras mujeres a través del trabajo, contribuir económicamente a la familia, mejorar la calidad de vida, contar con un sustento propio entre otros factores como se visualiza en la figura 4.1.

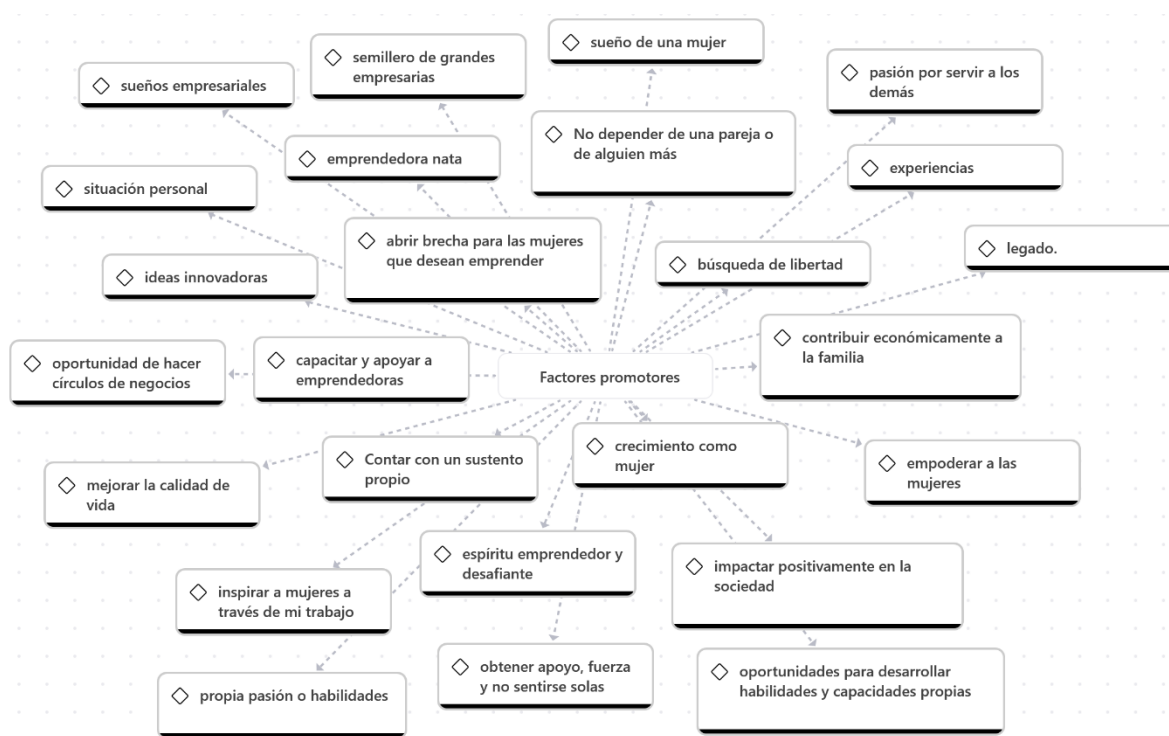


Figura 4.1 Red de factores promotores

Nota. Elaboración propia con software ATLAS.ti 24

Para el segundo grupo de códigos correspondiente a los factores inhibidores se identificaron los siguientes: Prejuicios de género, falta de representación y apoyo para las mujeres, edades y circunstancias, roles, adversidades del mundo empresarial, falta de compromiso por parte de los colaboradores, situaciones de fraude por parte de los clientes, falta de acceso a financiamiento, laberinto de requisitos y trámites, obtención de permisos municipales, aprobación de diversas instancias gubernamentales, proceso largo y costoso, múltiples visitas a diferentes oficinas y la espera de varios dictámenes, falta de planeación, falta de representación y apoyo para las mujeres, entre otros como se observa en la figura 4.2.



Figura 4.2 Red de factores inhibidores

Nota. Elaboración propia con software ATLAS.ti 24

Para el grupo de los factores de fortalecimiento empresarial se identifican los siguientes: Creencia en la capacidad de las mujeres, comunidad empresarial sólida, asociación que agrupa mujeres empresarias, organización que brinde apoyo a la mujer en el terreno empresarial, reconocer tanto los aciertos como los errores que conlleva dirigir una empresa, congresos, oportunidad de hacer círculos de negocios, participación en eventos de networking empresarial, compartir experiencias con otros, mesas de trabajo donde se puedan compartir experiencias, ideas y propuestas, desarrollar un plan de trabajo, prepararse y obtener información detallada sobre todos los aspectos del negocio, entre otros factores como se visualiza en la figura 4.3.

Las principales palabras que resaltan dentro de la nube son las siguientes:

1. Mujeres: Esta palabra es una de las más destacadas en la nube de frecuencias, lo que indica que el tema principal del estudio se centra en las mujeres como empresarias.
2. Emprendedoras: Al igual que "mujeres", esta palabra indica que el enfoque del estudio está en las mujeres que están involucradas en actividades empresariales, destacando su carácter emprendedor.
3. Empresarias: Esta palabra resalta la dimensión empresarial del estudio, enfocándose específicamente en las mujeres que lideran empresas.
4. Asociación: Indica que el estudio también puede considerar el papel de las asociaciones o redes de apoyo para las mujeres empresarias.
5. Empresa: Aunque menos prominente que las anteriores, esta palabra sugiere que el estudio también se centra en las empresas en sí mismas, más allá del género de sus líderes.
6. Éxito: Aparece como una palabra importante pero menos frecuente, lo que propone que el estudio también está interesado en los resultados exitosos de las empresas dirigidas por mujeres.
7. Oportunidades: Esta palabra resalta la importancia de identificar y aprovechar las oportunidades para el éxito empresarial de las mujeres.
8. Proceso: Explica que el estudio considera los diferentes procesos involucrados en la creación y consolidación de empresas dirigidas por mujeres.
9. Desafíos: Indica que se están explorando los obstáculos y desafíos que enfrentan las mujeres empresarias en su camino hacia el éxito.
10. Camino: Esta palabra apunta que el estudio también considera el recorrido o el proceso que las mujeres empresarias deben seguir para alcanzar el éxito.
11. Capacitación: Destaca la importancia del aprendizaje y la capacitación para las mujeres empresarias, lo que podría ser crucial para superar desafíos y aprovechar oportunidades.

Esta nube de frecuencias de palabras revela un enfoque centrado en las mujeres empresarias y las empresas que lideran, considerando tanto los aspectos positivos como los desafíos que enfrentan en su camino hacia la consolidación empresarial.

De acuerdo con las entrevistas realizadas y el análisis llevado a cabo en ATLAS.ti, se puede concluir que las mujeres emprendedoras en Durango se enfrentan a una variedad de desafíos y oportunidades. Desde prejuicios de género hasta la creencia en su capacidad y se identifican diversos factores que influyen en su desarrollo empresarial. Se destaca la importancia del empoderamiento y la solidaridad dentro de la comunidad empresarial como impulsores clave para superar obstáculos y fomentar el crecimiento empresarial femenino. Sin embargo, persisten desafíos estructurales y culturales, como la falta de acceso a recursos y la burocracia, que requieren medidas para promover un entorno empresarial más equitativo y propicio para las mujeres.

4.2 Análisis descriptivo

Se presentan los resultados obtenidos de las 125 encuestas aplicadas a emprendedoras de la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresas y la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias. De acuerdo con la variable correspondiente al perfil, se destaca que el 42.1% de las emprendedoras son solteras como se muestra en la figura 4.5, lo cual podría indicar que prefieren iniciar sus negocios antes de casarse o tener hijos quizás debido a la flexibilidad y autonomía que el emprendimiento les ofrece. El 37.2 % están casadas, lo que insinúa que una parte de las mujeres encuestadas combinan sus responsabilidades familiares con sus negocios. El 18.2% son divorciadas, lo que podría reflejar que el emprendimiento es una vía para alcanzar la independencia económica y personal tras una separación. Finalmente, el 2.5% son viudas, representando un segmento menor pero igualmente significativo que puede recurrir al emprendimiento como medio de subsistencia.

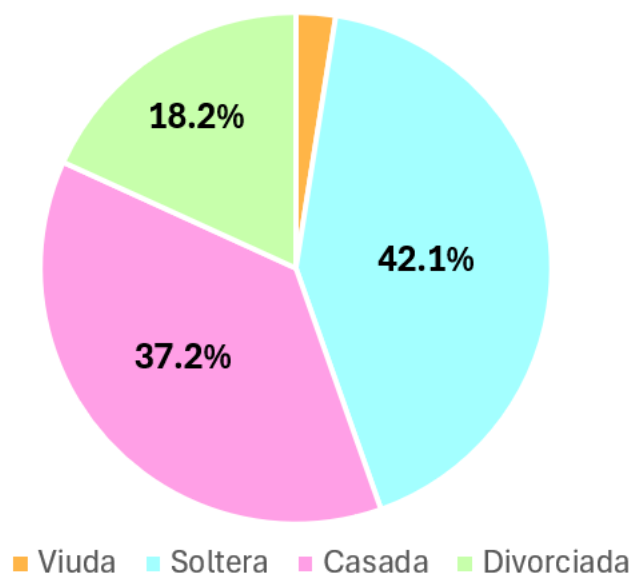


Figura 4.5 *Situación familiar*

Nota. Elaboración propia de acuerdo con las encuestas aplicadas

En cuanto a la formación profesional, las emprendedoras en Durango presentan altos niveles educativos como se muestra en la figura 4.6. El 34.7% posee un posgrado, lo que denota un alto nivel de especialización y conocimientos avanzados que pueden ser aprovechados en la gestión y desarrollo de sus negocios. El 40.5% tiene una licenciatura, indicando una base

sólida de educación superior que puede proporcionar las habilidades necesarias para el emprendimiento. El 10.7% concluyó su bachillerato lo que apunta que, aunque no haya alcanzado la educación superior completa, estas mujeres poseen una formación intermedia suficiente para gestionar un negocio. La menor proporción con .8% corresponde a la educación secundaria, indicando que la mayoría de las emprendedoras valoran y han tenido acceso a una educación formal significativa.

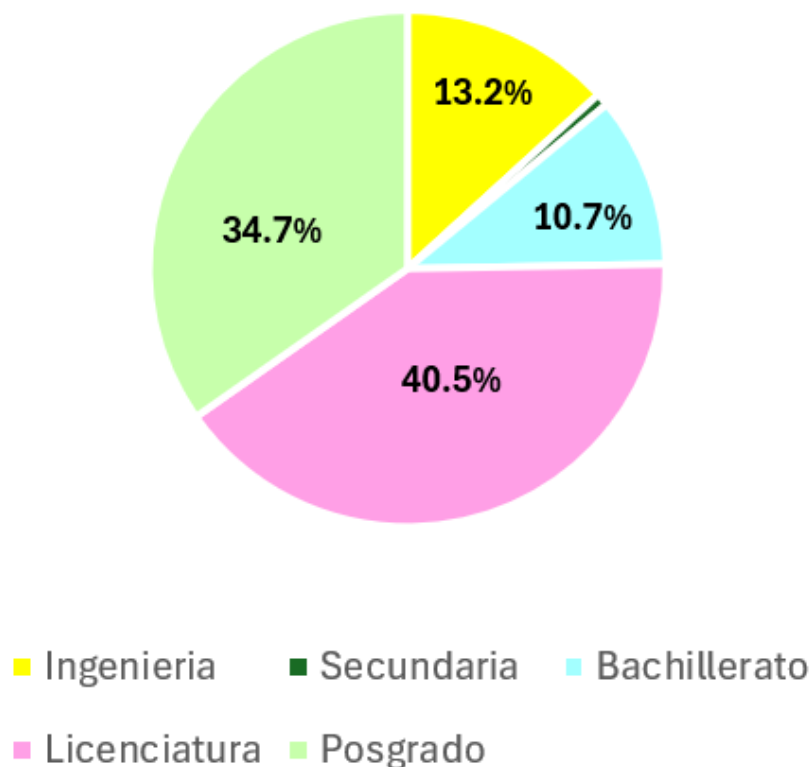


Figura 4.6 *Formación profesional*

Nota. Elaboración propia de acuerdo con las encuestas aplicadas

La vida laboral de las emprendedoras en Durango de acuerdo con los resultados muestra diferentes grados de dedicación a sus negocios como se observa en la figura 4.7. La mayoría, es decir, el 68.6% trabaja tiempo completo en su emprendimiento, lo que indica un alto nivel de compromiso y posiblemente la principal fuente de ingresos para estas mujeres. El 26.4% maneja su negocio mientras mantiene un empleo adicional en el sector público o privado, lo que refleja la necesidad de diversificar sus ingresos o la inseguridad financiera que aun sienten respecto a la estabilidad de sus negocios. Solo el 5% trabaja media jornada en su

emprendimiento, lo que propone que pueden tener otras responsabilidades o la exploración del emprendimiento como una actividad secundaria o complementaria.

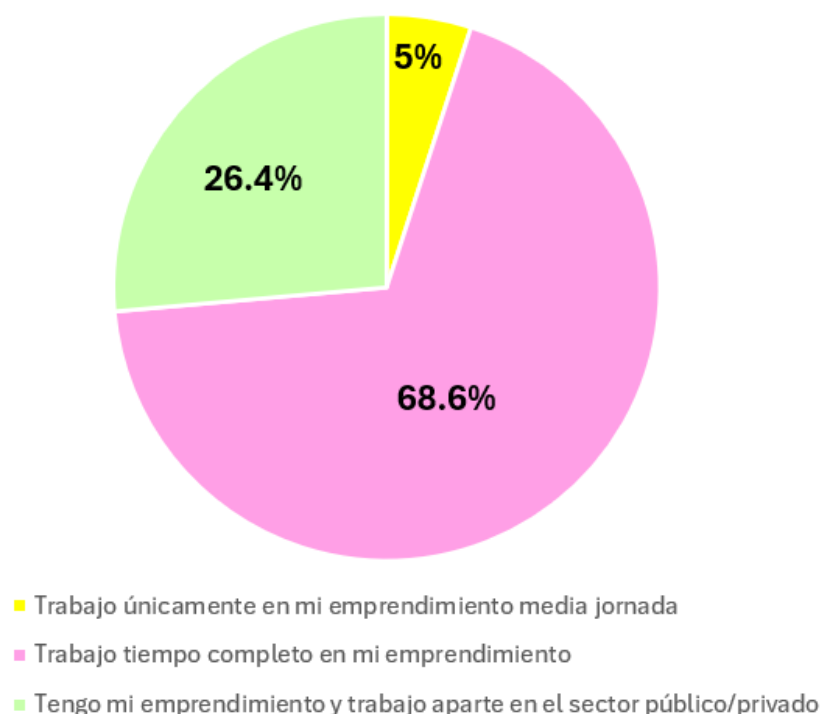


Figura 4.7 *Vida laboral*

Nota. Elaboración propia de acuerdo con las encuestas aplicadas

En términos de tamaño del negocio, como se muestra en la figura 4.8 el 77.7% de las emprendedoras dirige una microempresa y el 13.2% una pequeña empresa, lo que indica que la mayoría de los negocios iniciados por mujeres son de tamaño reducido, posiblemente debido a las limitaciones de recursos o el deseo de mantener una estructura manejable y personal. El 7.4% gestiona una mediana empresa, lo que demuestra que hay emprendedoras que han logrado crecer y expandir sus negocios. El 1.7% está al frente de una gran empresa, esto indica que alcanzan este nivel de operación, que es un reto mayor y menos común entre las emprendedoras de Durango.

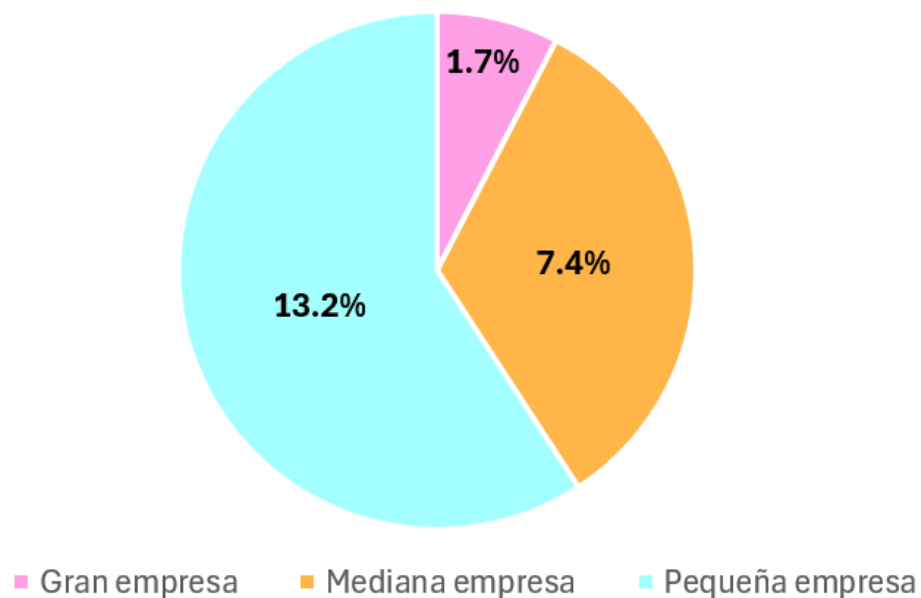


Figura 4.8 *Tamaño del negocio*

Nota. Elaboración propia de acuerdo con las encuestas aplicadas

En cuanto a los sectores en los que operan, como se observa en la figura 4.9 el 49.6% de las emprendedoras está en el sector de servicios, seguido muy de cerca por el sector de comercio con el 47.1%. Esto indica que la mayoría de los negocios dirigidos por mujeres están enfocados en proporcionar servicios y productos directamente a los consumidores, áreas que pueden requerir menos inversión inicial y que permiten una mayor flexibilidad. El 3.3% está en la industria, lo cual puede deberse a las barreras más altas de entrada en términos de capital, conocimiento técnico y acceso a recursos necesarios para iniciar y sostener operaciones industriales.

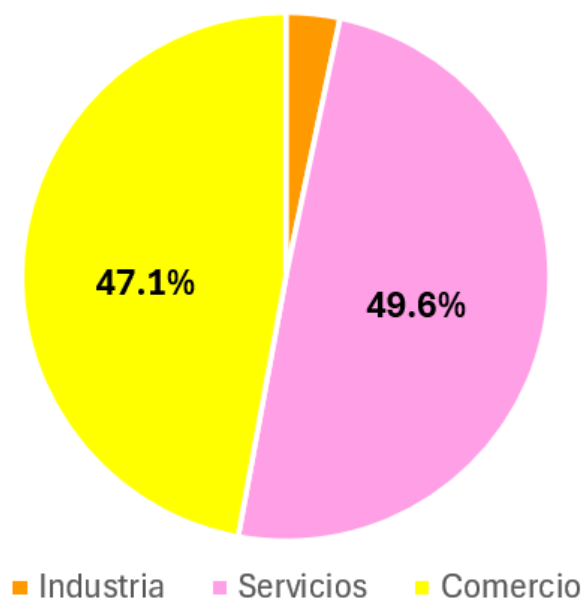


Figura 4.9 *Sector*

Nota. Elaboración propia de acuerdo con las encuestas aplicadas

Para la variable correspondiente a las motivaciones los resultados obtenidos se muestran en la figura 4.10. Con relación a la herencia familiar, el 57% de las encuestadas se mostró en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con que este fuera un motivo para emprender, sugiriendo una tendencia a la creación de negocios propios y la búsqueda de independencia. Por otro lado, la pasión por un proyecto destacó como una motivación fuerte, ya que el 64% estuvo totalmente de acuerdo, reflejando un profundo compromiso hacia sus emprendimientos. La flexibilidad laboral también resultó ser un factor importante, con un 60% las emprendedoras estuvieron de acuerdo o totalmente de acuerdo indicando la necesidad de equilibrar sus responsabilidades laborales y familiares. La realización personal obtuvo un 88% señalando la búsqueda de satisfacción y logro personal.

Otra motivación clave es la independencia financiera, 81% de las encuestadas estuvieron de acuerdo o totalmente de acuerdo, destacando el deseo de autonomía económica. En contraste, la necesidad económica también es significativa obteniendo un 59% de acuerdo o totalmente de acuerdo indicando que la mayoría de las emprendedoras inician sus negocios en respuesta a situaciones económicas complicadas.



Figura 4.10 *Motivaciones para emprender*

Nota. Elaboración propia de acuerdo con las encuestas aplicadas

El deseo de contribuir a la sociedad es importante para el 70% de las encuestadas, demostrando que buscan un impacto positivo en su comunidad. Asimismo, el equilibrio entre la vida personal y laboral es una motivación para el 72% reflejando la importancia de gestionar eficazmente las responsabilidades laborales y personales. La insatisfacción en el empleo anterior no es una motivación predominante, ya que el 48% estuvo en desacuerdo o totalmente de acuerdo, lo que indica que muchas emprendedoras no están impulsadas por experiencias laborales negativas pasadas. Por otro lado, la falta de empleos mostró una percepción dividida, el 30% estuvo totalmente de acuerdo y otro 30% totalmente en desacuerdo, indicando variabilidad en las situaciones laborales de las socias.

Finalmente, la autopercepción de ser innovadora y creativa es una motivación fuerte obteniendo 82% de acuerdo o totalmente de acuerdo, indicando que las emprendedoras se visualizan como agentes de cambio, impulsadas por la creatividad y la innovación.

Otra variable considerada son los obstáculos a los cuales se han enfrentado en el camino del emprendimiento. La falta de ahorros no se percibe como un obstáculo predominante ya que el 27% estuvo en desacuerdo o totalmente en desacuerdo y el 37% de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que indica que para algunas emprendedoras si representa un desafío importante. Un obstáculo moderado es la dificultad para obtener préstamos, el 36% estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo, reflejando que el acceso a obtener un crédito es una preocupación significativa para una porción considerable de las encuestadas. Por otro lado, los obstáculos burocráticos son una barrera notable, el 48% estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo indicando que la burocracia puede ser un impedimento significativo para muchas emprendedoras.

En la figura 4.11 también se puede visualizar que la conciliación entre la vida familiar y laboral es vista como un obstáculo por el 29% de las encuestadas, aunque una mayor proporción correspondiente al 49% no lo considera así, lo cual refleja una variedad de experiencias en la gestión de estas responsabilidades. El acceso a financiamiento es una preocupación moderada, con un 33% de acuerdo o totalmente de acuerdo, indica que obtener recursos financieros es un desafío para algunas emprendedoras.

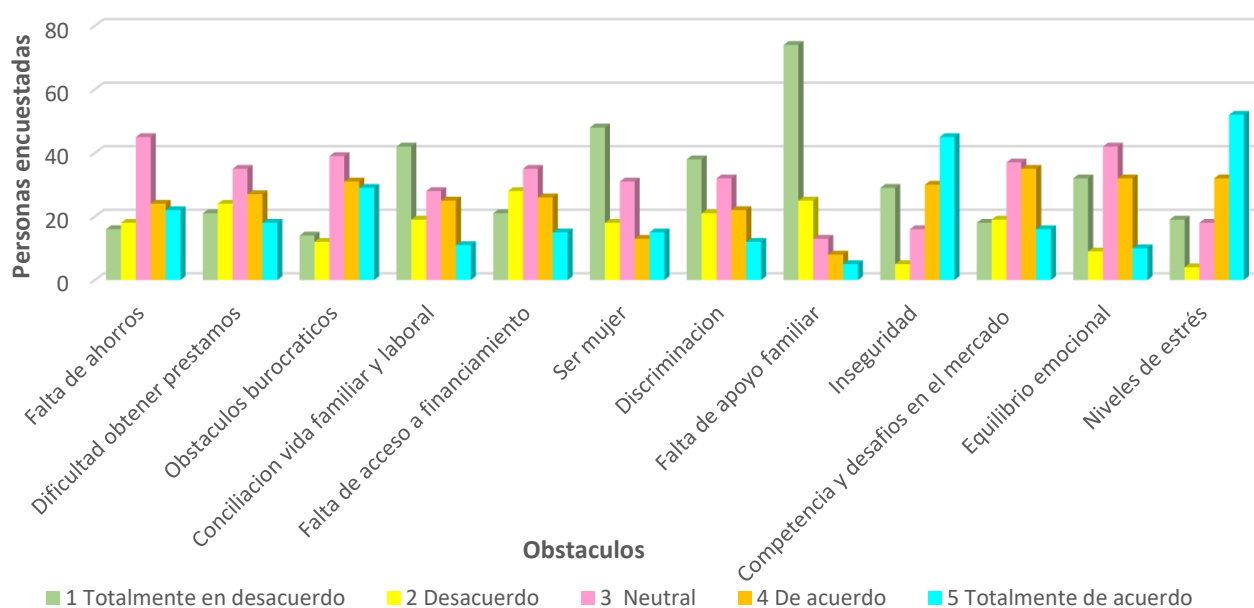


Figura 4.11 *Obstáculos al emprender*

Nota. Elaboración propia de acuerdo con las encuestas aplicadas

La percepción de ser mujer es un obstáculo no predominante ya que el 52% está en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, indica que la mayoría de las emprendedoras no consideran su género como una barrera significativa. Aunado a lo anterior, la discriminación tampoco es visto como un obstáculo mayoritario, el 47% estuvo en desacuerdo o totalmente en desacuerdo y el 28% considera que alguna vez ha sido un problema.

En cuanto la falta de apoyo familiar, se puede decir que las emprendedoras cuentan con el respaldo de sus familias ya que el 79% estuvo en desacuerdo o totalmente en desacuerdo que, éste represente un obstáculo significativo. Sin embargo, la inseguridad si puede ser considerada como un obstáculo ya que el 60% estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo en que es una preocupación importante al momento de emprender.

La competencia y desafíos en el mercado son percibidos como obstáculos por un 41% de las encuestadas, indicando que enfrentar la competencia es una preocupación relevante. El equilibrio emocional para un 34% que estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo, es un reto significativo el mantener su salud emocional.

Finalmente, los niveles de estrés son un obstáculo significativo, ya que el 68% estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo en que emprender puede ser un desafío crítico al afectar el estrés.

A pesar de tener limitaciones y barreras en el proceso de emprendimiento, las emprendedoras han sabido enfrentarlas y tener éxito. Los factores a los cuales se les atribuye este éxito es principalmente el desarrollo y crecimiento personal, el 93% de las encuestadas estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo en que este factor es fundamental. Pertenecer a una asociación también es significativo, el 77% estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo subrayando la importancia de la comunidad y el apoyo mutuo entre emprendedoras.

En cuanto a los programas de apoyo se muestra una percepción dividida, ya que el 56% estuvo en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, lo que propone que a falta de estos programas tienen que recurrir a otras opciones. Aunado a lo anterior, el apoyo de gobierno tampoco es percibido como un factor predominante, el 44% estuvo en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, indicando que las emprendedoras no sienten un respaldo significativo por parte del gobierno.

Las conexiones profesionales y empresariales son un factor de fortalecimiento importante, con un 73% de acuerdo o totalmente de acuerdo, indica la importancia de establecer y

mantener redes de contacto para el éxito empresarial. En cuanto a los programas educativos, se mostró una percepción mixta, con el 29% de acuerdo o totalmente de acuerdo, insinúa que, aunque son importantes, no todas consideran estos programas como clave para su fortalecimiento.

Los préstamos no son percibidos mayoritariamente como un factor de fortalecimiento, el 36% en desacuerdo o totalmente en desacuerdo y el 42% neutral, lo cual indica que existe una percepción general de que los préstamos no son accesibles o efectivos para muchas emprendedoras. Sin embargo, la capacitación empresarial si es un factor importante, el 62% está de acuerdo que es importante la formación continua para el éxito empresarial como se visualiza en la figura 4.12.

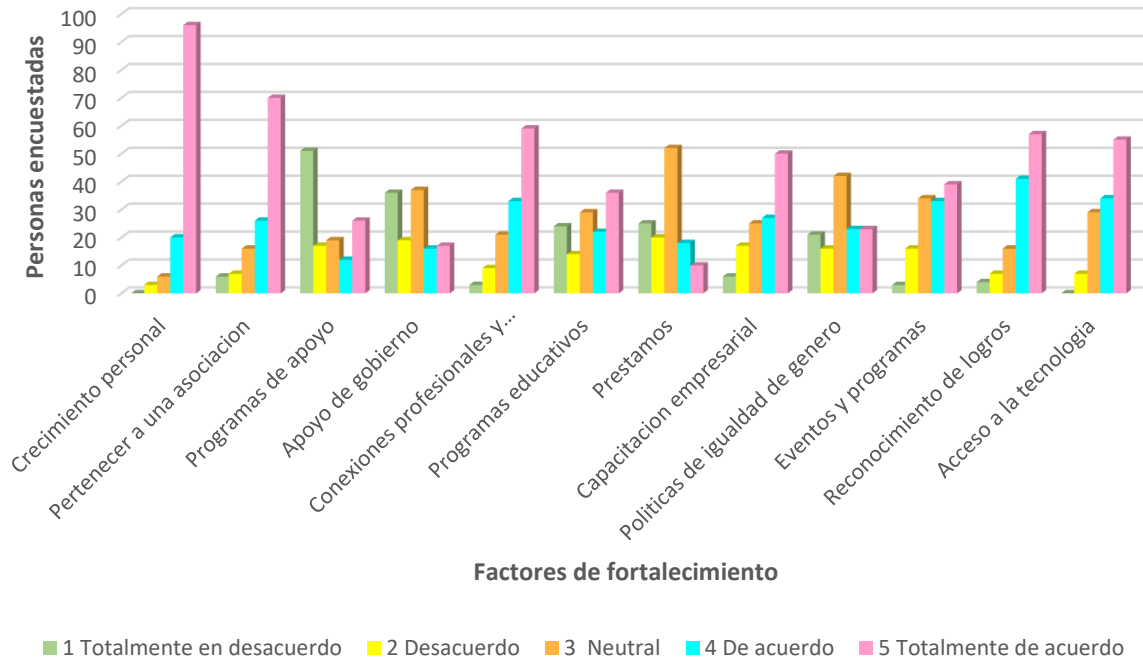


Figura 4.12 *Factores de fortalecimiento*
 Nota. Elaboración propia de acuerdo con las encuestas aplicadas

Las políticas de igualdad de género tienen una percepción mixta, con el 30% de acuerdo o totalmente de acuerdo y el 30% en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, indicando que estas políticas aun no son vistas como suficientemente efectivas o implementadas.

Los eventos y programas son vistos como relevantes, con un 57% de acuerdo o totalmente de acuerdo, indicando que estas actividades contribuyen significativamente al desarrollo y crecimiento empresarial.

Otro factor de fortalecimiento muy importante es el reconocimiento de logros, el 79% de las emprendedoras estuvo totalmente de acuerdo en que es esencial el reconocimiento para la motivación y autoestima de cada una de ellas. Finalmente, el acceso a la tecnología es crucial, el 71% estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo, indicando que la tecnología hoy en día es visto como una herramienta esencial para el éxito y la competitividad empresarial.

Los resultados reflejan una dinámica compleja donde las motivaciones emocionales y personales juegan un papel central en el impulso emprendedor en las duranguenses. Al mismo tiempo, los obstáculos relacionados con el estrés y la seguridad resaltan las dificultades cotidianas que enfrentan las emprendedoras. Sin embargo, los factores de fortalecimiento evidencian que el apoyo comunitario, el reconocimiento y el acceso a recursos son fundamentales para su resiliencia y éxito. Para fomentar un entorno más favorable, es esencial implementar políticas y programas que mitiguen los obstáculos y fortalezcan los factores clave que apoyan el emprendimiento femenino en Durango.

4.3 Análisis cualitativo

Para el análisis cualitativo, se analizaron los datos obtenidos de las 125 encuestas mediante el software estadístico SPSS, utilizando pruebas de correlación para identificar las relaciones significativas entre las distintas variables, mismas que se obtuvieron del instrumento aplicado a las emprendedoras. El análisis de correlación proporciona una visión integral sobre cómo las motivaciones, los desafíos enfrentados para emprender y los factores de fortalecimiento se interrelacionan entre sí, ofreciendo así un panorama más claro de las dinámicas que afectan el éxito empresarial de las mujeres en Durango.

Dicho análisis revela varias relaciones significativas entre las motivaciones para emprender y los obstáculos enfrentados por las mujeres emprendedoras en Durango. En la figura 4.13 se observa una correlación negativa significativa entre la motivación por la pasión por un proyecto o idea y la falta de apoyo familiar como obstáculo. Esto indica que aquellas mujeres que están impulsadas por una fuerte pasión por su proyecto son menos propensas a sentir la falta de apoyo familiar como un obstáculo significativo, lo que podría indicar una mayor resiliencia o determinación en su camino emprendedor.

		La pasión por un proyecto o idea me motivó a emprender	La falta de apoyo familiar ha sido un obstáculo al emprender.
La pasión por un proyecto o idea me motivó a emprender	Correlación de Pearson	1	-,293**
	Sig. (bilateral)		<.001
	N	125	125
La falta de apoyo familiar ha sido un obstáculo al emprender.	Correlación de Pearson	-,293**	1
	Sig. (bilateral)	<.001	
	N	125	125

Figura 4.13 Correlación *Pasión por un proyecto vs falta de apoyo familiar*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

La M.I. Diana Ocón Alvarado, presidenta de AMMJE (2023) reitera lo anterior al destacar que las ideas de las mujeres suelen nacer de su pasión o habilidades, lo que las motiva a emprender en áreas que les entusiasman o en las que se destacan. La labor de la asociación es actuar como mentora, brindando guía y apoyo al mostrar cómo sus miembros enfrentan los retos y adversidades del mundo empresarial. A través de este ejemplo, las emprendedoras se inspiran y fortalecen para tomar sus propias decisiones de manera informada y confiada. Además, la asociación se enfoca en establecer alianzas estratégicas y colaborar con otras organizaciones para maximizar el crecimiento y desarrollo de sus emprendedoras, creando así un entorno de apoyo integral que fomenta su éxito.

En la figura 4.14 se observa una correlación positiva de 0.253 entre las variables "La independencia financiera es un factor motivador para mi emprendimiento" y "He tenido obstáculos burocráticos en el proceso de emprender", con un nivel de significancia de 0.004, lo cual revela una relación significativa entre estas dos variables. Lo anterior alude que, aunque la relación no es extremadamente fuerte, existe una tendencia clara, las emprendedoras que están altamente motivadas por la necesidad de independencia financiera tienden a experimentar y reportar más obstáculos burocráticos durante su proceso de emprendimiento.

		La independencia financiera fue un factor motivador para mi emprendimiento.	He tenido obstáculos burocráticos (demasiados trámites administrativos) en el proceso de emprender.
La independencia financiera fue un factor motivador para mi emprendimiento.	Correlación de Pearson	1	,253**
	Sig. (bilateral)		,004
	N	125	125
He tenido obstáculos burocráticos (demasiados trámites administrativos) en el proceso de emprender.	Correlación de Pearson	,253**	1
	Sig. (bilateral)	,004	
	N	125	125

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Figura 4.14 *Correlación independencia financiera vs obstáculos burocráticos*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

Este hallazgo puede interpretarse de varias maneras. Por un lado, las mujeres que buscan independencia financiera podrían estar más dispuestas a enfrentarse a los desafíos burocráticos como parte del proceso necesario para alcanzar sus objetivos económicos. Por otro lado, es posible que estas emprendedoras, debido a su fuerte enfoque en la estabilidad financiera, sean más conscientes de los obstáculos administrativos que deben superar, haciéndolos más perceptibles o relevantes en su experiencia. El hecho de que esta correlación sea estadísticamente significativa indica que no se trata de una coincidencia, sino de un patrón real entre las emprendedoras duranguenses encuestadas, como lo afirma la Lic. Cristina Romero Contreras Presidenta de AMEXME (2024) , que en el proceso de crear y consolidar un negocio, las emprendedoras suelen encontrarse con múltiples barreras, siendo una de las más destacadas la burocracia, que puede convertirse en un obstáculo abrumador debido a la cantidad de trámites y regulaciones que deben cumplirse. Este resultado subraya la necesidad de políticas o apoyos que simplifiquen los procesos administrativos para emprendedoras, especialmente para aquellas motivadas por la independencia financiera.

La falta de ahorros como obstáculo para emprender también tiene una correlación positiva significativa de .252 entre la motivación por obtener independencia financiera con un nivel de significancia de 0.005 como se observa en la figura 4.15.

		La independencia financiera fue un factor motivador para mi emprendimiento.	La falta de ahorros ha sido un obstáculo en el proceso de emprender
La independencia financiera fue un factor motivador para mi emprendimiento.	Correlación de Pearson	1	,252**
	Sig. (bilateral)		,005
	N	125	125
La falta de ahorros ha sido un obstáculo en el proceso de emprender	Correlación de Pearson	,252**	1
	Sig. (bilateral)	,005	
	N	125	125

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Figura 4.15 *Correlación independencia financiera vs falta de ahorros*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

Las emprendedoras que buscan independencia financiera son más propensas a sentir que la falta de ahorros es un impedimento significativo en el camino hacia el emprendimiento. Esto podría deberse a que ven el emprendimiento como un medio clave para alcanzar su objetivo financiero, pero la ausencia de recursos iniciales se convierte en una barrera considerable. La falta de ahorros es un obstáculo significativo al emprender porque limita la capacidad de las mujeres para cubrir los costos iniciales de establecer un negocio, como la compra de insumos, la renta de un local, el marketing y la gestión administrativa. Sin un colchón financiero, las emprendedoras tienen menos margen de maniobra para enfrentar imprevistos o períodos de baja rentabilidad, lo que aumenta el riesgo de fracaso empresarial. Además, la falta de ahorros dificulta el acceso a financiamiento externo, ya que muchas instituciones financieras requieren que los solicitantes demuestren una inversión inicial propia o capital de reserva como garantía. Esto crea una barrera que puede desalentar o impedir que las mujeres den el primer paso hacia el emprendimiento, frenando el desarrollo de nuevas iniciativas de negocios.

La correlación positiva de 0.312 con un nivel de significancia de 0.001 entre las variables "Al iniciar un emprendimiento en algún momento me ha generado inseguridad" y "La falta de empleos en mi estado me motivó a emprender" indica una relación estadísticamente significativa y fuerte entre estas dos variables, como se muestra en la figura 4.16. Esta relación indica que las mujeres que se sienten motivadas a emprender debido a la falta de oportunidades laborales en el estado también tienden a experimentar inseguridad al iniciar su negocio.

Las mujeres que emprenden como una respuesta a la falta de empleos en Durango lo hacen, en su mayoría, por necesidad más que por vocación o preparación previa. Este contexto de necesidad puede generar una mayor sensación de inseguridad durante el proceso de emprendimiento, ya que se enfrentan a un entorno incierto y competitivo sin el respaldo de una alternativa laboral estable. La inseguridad puede estar vinculada a la falta de experiencia empresarial, al miedo al fracaso, o a la presión de tener que generar ingresos suficientes para subsistir en un entorno donde las oportunidades laborales son limitadas.

		La falta de empleos en mi estado me motivo a emprender.	Al iniciar un emprendimiento en algún momento me ha generado inseguridad.
La falta de empleos en mi estado me motivo a emprender.	Correlación de Pearson	1	,312**
	Sig. (bilateral)		<.001
	N	125	125
Al iniciar un emprendimiento en algún momento me ha generado inseguridad.	Correlación de Pearson	,312**	1
	Sig. (bilateral)	<.001	
	N	125	125

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Figura 4.16 *Correlación falta de empleos vs inseguridad*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

Además, la urgencia por emprender en lugar de hacerlo por elección personal puede amplificar las dudas y la ansiedad respecto a la viabilidad y sostenibilidad del negocio. Lo anterior es confirmado por la presidenta de AMEXME (2024) Capitulo Durango quien enfatizó que el camino del emprendimiento está lleno de desafíos, y muchas mujeres abandonan sus proyectos si no cuentan con la fortaleza emocional necesaria para enfrentar las dificultades, para ella ser emprendedora es ir caminando paso a paso y si no se cuenta con esa fuerza emocional, se desiste muy rápido.

La correlación positiva de 0.203 con un nivel de significancia de 0.023 entre las variables "La insatisfacción en mi empleo anterior me llevó a emprender" y "En el proceso de emprendimiento he tenido dificultades para obtener préstamos" indica una relación significativa entre estas dos variables. Esta relación como se observa en la figura 4.17 propone que las mujeres que deciden emprender debido a la insatisfacción con su empleo anterior son ligeramente más propensas a experimentar dificultades para obtener préstamos durante su proceso de emprendimiento.

		La insatisfacción en mi empleo anterior me llevo a emprender.	En el proceso de emprendimiento he tenido dificultades para obtener préstamos
La insatisfacción en mi empleo anterior me llevo a emprender.	Correlación de Pearson	1	,203*
	Sig. (bilateral)		,023
	N	125	125
En el proceso de emprendimiento he tenido dificultades para obtener préstamos	Correlación de Pearson	,203*	1
	Sig. (bilateral)	,023	
	N	125	125

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Figura 4.17 *Correlación insatisfacción en empleo anterior vs obtención de prestamos*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

La insatisfacción en el empleo anterior puede llevar a algunas mujeres a buscar en el emprendimiento una alternativa para lograr mayor satisfacción profesional y personal. Sin embargo, este cambio de carrera, motivado por la búsqueda de mejores condiciones o autonomía, no necesariamente garantiza que estén preparadas financieramente para enfrentar los desafíos de iniciar un negocio. La correlación observada indica que aquellas mujeres que han dejado sus empleos debido a la insatisfacción y han optado por emprender, pueden encontrarse con dificultades al intentar obtener préstamos, posiblemente debido a la falta de historial crediticio sólido, capital propio o experiencia en la gestión de negocios que los prestamistas suelen considerar. Esto podría indicar que la transición desde un empleo insatisfactorio al emprendimiento no solo implica un cambio de ocupación, sino también un reto financiero significativo, ante esto la presidenta de AMEXME, la Lic. Cristina Romero Contreras (2024) subraya la importancia de tener un plan financiero sólido y la importancia del acceso a recursos de financiamiento adecuados para garantizar el éxito empresarial.

Por otro lado, el análisis también revela varias relaciones significativas entre las motivaciones para emprender y los factores de fortalecimiento que han permitido que las mujeres emprendedoras en Durango alcancen el éxito. En la figura 4.18 se observa la correlación positiva entre las variables "Emprender me ha brindado la oportunidad de desarrollar nuevas habilidades y lograr un crecimiento personal", "Mi emprendimiento me ha proporcionado

una sensación de realización personal,” y "La pasión por un proyecto o idea me motivó a emprender," ambas con un nivel de significancia de 0.001, lo cual propone relaciones estadísticamente significativas entre estas variables.

		Emprender me ha brindado la oportunidad de desarrollar nuevas habilidades y lograr un crecimiento personal.	La pasión por un proyecto o idea me motivó a emprender	Mi emprendimiento me ha proporcionado una sensación de realización personal.
Emprender me ha brindado la oportunidad de desarrollar nuevas habilidades y lograr un crecimiento personal.	Correlación de Pearson	1	,355**	,388**
	Sig. (bilateral)		<.001	<.001
	N	125	125	125
La pasión por un proyecto o idea me motivó a emprender	Correlación de Pearson	,355**	1	,684**
	Sig. (bilateral)	<.001		<.001
	N	125	125	125
Mi emprendimiento me ha proporcionado una sensación de realización personal.	Correlación de Pearson	,388**	,684**	1
	Sig. (bilateral)	<.001	<.001	
	N	125	125	125

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Figura 4.18 *Correlación entre desarrollo de habilidades, pasión por un proyecto y realización personal.*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

Estos resultados indican que las mujeres que ven el emprendimiento como una oportunidad para desarrollar nuevas habilidades y crecer personalmente también tienden a experimentar una fuerte sensación de realización personal a través de sus negocios. Además, las mismas mujeres suelen estar motivadas por la pasión hacia un proyecto o idea específica. La correlación significativa entre el desarrollo de habilidades y la sensación de realización personal refleja que el proceso de aprendizaje y superación inherente al emprendimiento no solo es visto como un medio para adquirir competencias técnicas, sino también como una fuente profunda de satisfacción y realización en la vida de estas emprendedoras. La adquisición de nuevas habilidades y el crecimiento personal se convierten en pilares que alimentan su sentido de logro, reforzando la idea de que su esfuerzo tiene un propósito

significativo. Por otro lado, la correlación entre el desarrollo de habilidades y la pasión por un proyecto o idea destaca cómo la pasión inicial por un emprendimiento, que no solo impulsa a las emprendedoras a iniciar sus negocios, sino que también las motiva a invertir en su desarrollo personal y profesional. Esta pasión actúa como un motor que impulsa el aprendizaje continuo y la adaptación, lo que a su vez contribuye a un mayor crecimiento personal.

La correlación positiva de 0.191 con un nivel de significancia de 0.032 entre las variables "La pasión por un proyecto o idea me motivó a emprender" y "Participar en eventos y programas para fomentar la innovación y la creatividad me han permitido estimular la generación de ideas y soluciones empresariales" indica una relación estadísticamente significativa entre estas dos variables, como se observa en la figura 4.19.

		La pasión por un proyecto o idea me motivó a emprender	Participar en eventos y programas para fomentar la innovación y la creatividad me han permitido estimular la generación de ideas y soluciones empresariales.
La pasión por un proyecto o idea me motivó a emprender	Correlación de Pearson	1	,191*
	Sig. (bilateral)		,032
	N	125	125
Participar en eventos y programas para fomentar la innovación y la creatividad me han permitido estimular la generación de ideas y soluciones empresariales.	Correlación de Pearson	,191*	1
	Sig. (bilateral)	,032	
	N	125	125

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Figura 4.19 *Correlación pasión por un proyecto vs participación eventos y programas.*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

Este resultado indica que las mujeres emprendedoras que están motivadas por una fuerte pasión por un proyecto o idea específica tienden a beneficiarse de la participación en eventos y programas diseñados para fomentar la innovación y la creatividad. La correlación, aunque débil, implica que esta pasión inicial por su emprendimiento puede influir en su disposición a involucrarse en actividades que estimulen la generación de nuevas ideas y soluciones empresariales.

Para lograr lo anterior, la Lic. Cristina Romero Contreras (2024) destaca que cada año, la asociación organiza un congreso nacional y otro mundial, los cuales son oportunidades clave para el crecimiento de sus miembros. En el congreso nacional, las emprendedoras se actualizan en temas relevantes y actuales para el mundo empresarial, lo que les permite adquirir el conocimiento necesario para enfrentar los retos que sus negocios requieren hoy. Además, estos eventos ofrecen la oportunidad de formar círculos de negocios, facilitando la expansión de las empresas dentro de México al conectarlas con presidentas de otros capítulos locales, lo que agiliza el proceso de encontrar nuevos clientes o expandirse a otras regiones del país. Por otro lado, en los congresos mundiales, las emprendedoras dan un salto mayor al relacionarse con empresarias de todo el mundo, desde Francia e Italia hasta países árabes. Estos encuentros abren puertas a grandes oportunidades, especialmente para aquellas empresarias que están listas para exportar y expandir sus negocios a nivel internacional. Participar en estos eventos no solo expande la visión de lo que significa ser una empresaria global, sino que también permite explorar soluciones a problemas económicos y empresariales que otros países han implementado, comparando las formas en que diferentes gobiernos apoyan a las mujeres emprendedoras.

A través de estas experiencias, las asistentes no solo aprenden de otras culturas empresariales, sino que también se fortalece su visión compartida de empoderar a las mujeres. Este fortalecimiento personal y profesional les permite regresar a sus comunidades y capítulos locales con una mayor capacidad de liderazgo, compartiendo sus aprendizajes y experiencias con otras emprendedoras, fomentando así un entorno de apoyo y crecimiento mutuo.

La pasión por una idea no solo actúa como un estimulador para iniciar un negocio, sino que también puede predisponer a las emprendedoras a buscar continuamente nuevas formas de mejorar y hacer crecer su proyecto. La participación en programas de innovación les

proporciona herramientas y perspectivas frescas que pueden ayudar a canalizar esa pasión en ideas concretas y aplicables dentro de su negocio. Sin embargo, la correlación explica que, aunque la pasión es un factor importante, no es el único que impulsa a las emprendedoras a participar en estos programas; otros factores como el acceso a recursos, la red de contactos o el tiempo disponible también pueden jugar un papel importante.

En la figura 4.20 se muestra la correlación positiva de 0.261 con un nivel de significancia de 0.003 entre las variables "Considero que soy innovadora y creativa y eso me motivó a emprender" y "Tengo fácil acceso a tecnología, lo que me ha permitido competir en un entorno empresarial cada vez más digital y globalizado" indica una relación estadísticamente significativa entre estas dos variables.

		Considero que soy innovadora y creativa y eso me motivo a emprender.	Tengo fácil acceso a tecnología, lo que me ha permitido competir en un entorno empresarial cada vez más digital y globalizado.
Considero que soy innovadora y creativa y eso me motivo a emprender.	Correlación de Pearson	1	,261**
	Sig. (bilateral)		,003
	N	125	125
Tengo fácil acceso a tecnología, lo que me ha permitido competir en un entorno empresarial cada vez más digital y globalizado.	Correlación de Pearson	,261**	1
	Sig. (bilateral)	,003	
	N	125	125

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Figura 4.20 *Correlación innovadora y creativa vs acceso a la tecnología*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

Este resultado indica que las mujeres emprendedoras que se perciben a sí mismas como innovadoras y creativas, y que han sido motivadas por estas cualidades para iniciar un negocio, tienden a beneficiarse de un fácil acceso a la tecnología. La correlación indica que la autopercepción de ser innovadora y creativa no solo impulsa el emprendimiento, sino que también está relacionada con la capacidad para aprovechar la tecnología en un entorno

empresarial digital y globalizado. El acceso a la tecnología es un recurso crucial que permite a las emprendedoras materializar sus ideas innovadoras y creativas. Aquellas que se consideran creativas probablemente buscan activamente herramientas tecnológicas que les permitan transformar sus ideas en soluciones prácticas y competitivas en el mercado. La tecnología actúa como un habilitador que potencia su capacidad de innovación, permitiéndoles diseñar productos o servicios diferenciados y adaptarse rápidamente a las demandas del mercado global. La correlación también indica que las emprendedoras que valoran su creatividad son conscientes de la importancia de la tecnología en la actualidad y la ven como un recurso esencial para llevar adelante sus proyectos. Este acceso tecnológico les da una ventaja competitiva, permitiéndoles no solo implementar sus ideas, sino también posicionarse mejor en un mercado que es cada vez más exigente y tecnológicamente avanzado.

Se obtiene otra correlación positiva de 0.235 con un nivel de significancia de 0.008 entre las variables "Considero que el reconocer y promover los logros de las mujeres emprendedoras me ha impulsado a seguir con mi negocio" y "La posibilidad de lograr un equilibrio entre mi vida personal y laboral influyó en mi decisión de emprender" indica una relación estadísticamente significativa entre estas dos variables, como se observa en la figura 4.21.

		La posibilidad de lograr un equilibrio entre mi vida personal y laboral influyó en mi decisión de emprender.	Considero que el reconocer y promover los logros de las mujeres emprendedoras, me ha impulsado a seguir con mi negocio.
La posibilidad de lograr un equilibrio entre mi vida personal y laboral influyó en mi decisión de emprender.	Correlación de Pearson	1	,235**
	Sig. (bilateral)		,008
	N	125	125
Considero que el reconocer y promover los logros de las mujeres emprendedoras, me ha impulsado a seguir con mi negocio.	Correlación de Pearson	,235**	1
	Sig. (bilateral)	,008	
	N	125	125

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Figura 4.21 *Correlación equilibrio vs reconocer logros*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

Lo anterior indica que las mujeres emprendedoras que valoran y se sienten inspiradas por el reconocimiento y la promoción de los logros de otras mujeres emprendedoras tienden también a considerar el equilibrio entre la vida personal y laboral como un factor importante en su decisión de emprender. La correlación indica que estos dos factores están conectados en el proceso de toma de decisiones y motivaciones que impulsan a las mujeres a continuar con sus negocios.

El reconocimiento y la promoción de los logros de las mujeres emprendedoras en Durango actúan como una fuente de motivación y refuerzo positivo, mostrando que es posible alcanzar el éxito en el emprendimiento. Este reconocimiento no solo valida sus esfuerzos, sino que también crea un sentido de comunidad y apoyo entre mujeres emprendedoras, lo que las motiva a perseverar en sus negocios. Cuando las mujeres ven que otras como ellas son celebradas por sus logros, se sienten más confiadas y empoderadas para seguir adelante con sus propios emprendimientos. Por otro lado, la posibilidad de lograr un equilibrio entre la vida personal y laboral es un aspecto fundamental para muchas mujeres al decidir emprender. La flexibilidad que ofrece el emprendimiento les permite gestionar mejor sus

responsabilidades familiares y personales, lo que es un atractivo significativo para aquellas que buscan un equilibrio en su vida diaria.

Otro factor de fortalecimiento es el pertenecer a una asociación, ya que al correlacionar las variables "Considero que pertenecer a una asociación me ha permitido fortalecer mi negocio" y "Mi emprendimiento me ha proporcionado una sensación de realización personal" indica una correlación positiva de 0.268 con un nivel de significancia de 0.002 entre las variables, como se observa en la figura 4.22.

		Considero que pertenecer a una asociación me ha permitido fortalecer mi negocio.	Mi emprendimiento me ha proporcionado una sensación de realización personal.
Considero que pertenecer a una asociación me ha permitido fortalecer mi negocio.	Correlación de Pearson	1	,268**
	Sig. (bilateral)		,002
	N	125	125
Mi emprendimiento me ha proporcionado una sensación de realización personal.	Correlación de Pearson	,268**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	125	125

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Figura 4.22 *Correlación pertenecer a una asociación vs realización personal*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

Este resultado propone que las mujeres emprendedoras que perciben que pertenecer a una asociación ha fortalecido su negocio también tienden a experimentar una fuerte sensación de realización personal derivada de su emprendimiento. Lo anterior apunta que el pertenecer a una asociación no solo contribuye al fortalecimiento del negocio desde una perspectiva técnica o de recursos, sino que también tiene un impacto positivo en el bienestar personal y emocional de las emprendedoras.

Pertenecer a una asociación puede ofrecer varios beneficios prácticos y emocionales, desde el acceso a recursos compartidos, como formación, asesoramiento y oportunidades de networking, hasta el apoyo de una comunidad que enfrenta desafíos similares, las asociaciones pueden proporcionar una base sólida para el crecimiento y desarrollo de un negocio. De acuerdo con la presidenta Lic. Cristina Romero Contreras (2024), las mujeres que forman parte de AMEXME pueden sentirse más capacitadas, respaldadas y menos solas en su camino empresarial al escuchar las necesidades de otras empresarias, surgen ideas innovadoras que no solo benefician a las demás, sino que también ayudan a mejorar las propias empresas. Resaltó que la asociación cuenta con una estructura organizativa sólida, que incluye un consejo nacional y direcciones especializadas en áreas clave como turismo, capacitación y administración. Esta estructura permite abordar temas fundamentales para el crecimiento empresarial. Además, mencionó que la conexión a nivel nacional se facilita a través de planes de trabajo coordinados y actividades como los círculos de negocios virtuales, los cuales permiten a las emprendedoras hacer conexiones valiosas y expandir sus oportunidades comerciales a lo largo del país, fortaleciendo sus negocios mediante una red colaborativa.

Por otro lado, la sensación de realización personal en el emprendimiento está profundamente conectada con el sentido de logro, la autoeficacia y el propósito. Cuando una emprendedora siente que su negocio está en crecimiento y fortalecido, especialmente con el apoyo de una comunidad o asociación, es probable que también experimente una mayor satisfacción personal. El éxito en los negocios no solo se mide en términos financieros, sino también en la forma en que contribuye a la autoestima y el sentido de propósito de la emprendedora.

Finalmente, el análisis también revela varias relaciones significativas entre los obstáculos al emprender y los factores de fortalecimiento que han permitido que las mujeres emprendedoras en Durango. En la figura 4.23 se observa una correlación positiva de 0.249 con un nivel de significancia de 0.005 entre las variables "Emprender me ha brindado la oportunidad de desarrollar nuevas habilidades y lograr un crecimiento personal" y "Mis niveles de estrés han ido en aumento debido a los retos que representa emprender".

		Mis niveles de estres han ido en aumento debido a los retos que representa emprender	Emprender me ha brindado la oportunidad de desarrollar nuevas habilidades y lograr un crecimiento personal.
Mis niveles de estres han ido en aumento debido a los retos que representa emprender	Correlación de Pearson	1	,249**
	Sig. (bilateral)		,005
	N	125	125
Emprender me ha brindado la oportunidad de desarrollar nuevas habilidades y lograr un crecimiento personal.	Correlación de Pearson	,249**	1
	Sig. (bilateral)	,005	
	N	125	125

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Figura 4.23 *Correlación niveles de estrés vs desarrollo habilidades*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

Este resultado indica que las mujeres emprendedoras en Durango que perciben el emprendimiento como una oportunidad para desarrollar nuevas habilidades y lograr un crecimiento personal también tienden a experimentar un aumento en sus niveles de estrés debido a los retos que enfrentan al emprender. La correlación indica que, aunque el proceso de emprender es enriquecedor desde una perspectiva de desarrollo personal, también está acompañado de una carga emocional considerable, evidenciada en el aumento del estrés.

El emprendimiento ofrece a las mujeres la oportunidad de adquirir nuevas competencias y crecer tanto en el ámbito profesional como en el personal. Sin embargo, este crecimiento no está exento de desafíos, y esos mismos retos que impulsan el desarrollo pueden generar estrés. Las emprendedoras suelen enfrentarse a un entorno de incertidumbre, decisiones críticas y presiones financieras o de mercado, lo que puede aumentar los niveles de tensión y ansiedad.

La correlación significativa propone que, aunque las emprendedoras en Durango valoran el crecimiento que experimentan a través del emprendimiento, este crecimiento está asociado con altos niveles de esfuerzo y sacrificio, lo que incrementa el estrés. Esto puede deberse a que, a medida que aprenden y adquieren nuevas habilidades, también asumen más

responsabilidades y enfrentan nuevos desafíos. Este hallazgo afirma que, a medida que las emprendedoras crecen, deben también implementar estrategias para gestionar el estrés y cuidar de su bienestar mental y emocional. Sin un manejo adecuado del estrés, el crecimiento personal puede verse afectado a largo plazo, lo que subraya la importancia de encontrar un equilibrio entre el crecimiento profesional y el bienestar personal.

La correlación positiva de 0.196 con un nivel de significancia de 0.028 entre las variables "Considero que establecer conexiones profesionales y empresariales han impulsado mi negocio" y "He tenido obstáculos burocráticos (demasiados trámites administrativos) en el proceso de emprender" indica una relación débil pero estadísticamente significativa entre estas dos variables como se observa en la figura 4.24.

		Considero que establecer conexiones profesionales y empresariales han impulsado mi negocio.	He tenido obstáculos burocráticos (demasiados trámites administrativos) en el proceso de emprender.
Considero que establecer conexiones profesionales y empresariales han impulsado mi negocio.	Correlación de Pearson	1	,196*
	Sig. (bilateral)		,028
	N	125	125
He tenido obstáculos burocráticos (demasiados trámites administrativos) en el proceso de emprender.	Correlación de Pearson	,196*	1
	Sig. (bilateral)	,028	
	N	125	125

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Figura 4.24 *Correlación conexiones profesionales vs obstáculos burocráticos.*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

Establecer conexiones empresariales es un elemento clave en el éxito de un emprendimiento. Las redes de contactos pueden proporcionar acceso a recursos, oportunidades, y apoyo, que facilitan el crecimiento y la consolidación del negocio. Sin embargo, la existencia de estas conexiones no inmuniza a las emprendedoras frente a los desafíos administrativos y burocráticos inherentes al entorno empresarial. La presidenta de AMMJE (2023) M.I. Diana

Ocón Alvarado, aconseja a las emprendedoras que se acerquen a asociaciones como AMMJE, las cuales actúan como semilleros de grandes empresarias y señala que al unirse a este tipo de organizaciones, las emprendedoras pueden beneficiarse al observar casos reales que les brindarán una nueva perspectiva sobre cómo operan sus negocios. Estas asociaciones no solo proporcionan dirección, sino que también ofrecen valiosas lecciones a través de simples conversaciones o charlas con otras empresarias, mostrando cómo abordar situaciones que a menudo resultan complicadas. Además, resalta que unirse a estas redes les permitirá descubrir que no están solas, y que compartir experiencias con otras mujeres les facilitará encontrar soluciones a los desafíos que enfrentan en su camino emprendedor.

Estos desafíos incluyen trámites administrativos y los procedimientos burocráticos, especialmente en contextos donde el marco regulatorio es complejo. La correlación indica que, aunque las emprendedoras pueden superar muchos desafíos a través de sus conexiones profesionales y empresariales, los obstáculos burocráticos siguen presentes y pueden ralentizar el proceso de emprendimiento. Esto podría reflejar que, incluso con conexiones sólidas, las emprendedoras no están completamente exentas de enfrentar complicaciones administrativas. De hecho, es posible que las mujeres que han tenido éxito en establecer conexiones empresariales tengan una mayor visibilidad y, por tanto, enfrenten más regulaciones o trámites debido al crecimiento y expansión de sus negocios.

La correlación positiva como se muestra en la figura 4.25 de 0.244 con un nivel de significancia de 0.006 entre las variables "Considero que el reconocer y promover los logros de las mujeres emprendedoras me ha impulsado a seguir con mi negocio" y "Mis niveles de estrés han ido en aumento debido a los retos que representa emprender" indica una relación moderada y estadísticamente significativa entre estas dos variables.

		Considero que el reconocer y promover los logros de las mujeres emprendedoras, me ha impulsado a seguir con mi negocio.	Mis niveles de estres han ido en aumento debido a los retos que representa emprender
Considero que el reconocer y promover los logros de las mujeres emprendedoras, me ha impulsado a seguir con mi negocio.	Correlación de Pearson	1	,244**
	Sig. (bilateral)		,006
	N	125	125
Mis niveles de estres han ido en aumento debido a los retos que representa emprender	Correlación de Pearson	,244**	1
	Sig. (bilateral)	,006	
	N	125	125

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Figura 4.25 *Correlación logros de las mujeres vs niveles de estrés.*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

La correlación entre el reconocimiento de los logros y el aumento del estrés indica que, aunque las emprendedoras encuentran valor y motivación en la promoción de sus logros, también sienten una mayor presión para cumplir con las expectativas que este reconocimiento genera. El éxito y la visibilidad, si bien son motivadores, también pueden elevar las expectativas, lo que lleva a un aumento de los niveles de estrés. Es por eso, que Diana Ocón Alvarado presidenta de AMMJE (2024) propone que se elabore una investigación de mercado, el no hacerlo es un error crítico para las emprendedoras, ya que afecta directamente la dirección que toma su producto, la ubicación de su negocio, las estrategias de comercialización y la relación con la comunidad en la que operan. Cada uno de estos aspectos está interconectado y tiene un impacto significativo en el éxito del emprendimiento. Es esencial comprender este vínculo y actuar con rapidez, ya que quienes no realizan este tipo de investigación suelen quedarse rezagadas y no logran avanzar. No reconocer la importancia de entender el mercado y sus dinámicas puede llevar a decisiones equivocadas que afectan el crecimiento y la sostenibilidad del negocio además de incrementar los niveles de estrés.

La correlación positiva de 0.225 con un nivel de significancia de 0.011 entre las variables "Tengo fácil acceso a tecnología, lo que me ha permitido competir en un entorno empresarial cada vez más digital y globalizado" y "El emprender ha afectado mi equilibrio emocional" indica una relación débil pero estadísticamente significativa entre estas dos variables, como se observa en la figura 4.26.

		Tengo fácil acceso a tecnología, lo que me ha permitido competir en un entorno empresarial cada vez más digital y globalizado.	El emprender ha afectado mi equilibrio emocional
Tengo fácil acceso a tecnología, lo que me ha permitido competir en un entorno empresarial cada vez más digital y globalizado.	Correlación de Pearson	1	,225*
	Sig. (bilateral)		,011
	N	125	125
El emprender ha afectado mi equilibrio emocional	Correlación de Pearson	,225*	1
	Sig. (bilateral)	,011	
	N	125	125

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Figura 4.26 *Correlación acceso a la tecnología vs equilibrio emocional*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

El acceso a la tecnología es un recurso clave para las emprendedoras que desean mantenerse competitivas en un mercado globalizado. La tecnología les permite innovar, mejorar la eficiencia de sus procesos, acceder a nuevos mercados y conectarse con clientes y colaboradores de manera rápida y efectiva. En un mundo empresarial cada vez más digital, contar con estas herramientas puede ser una ventaja competitiva significativa para las emprendedoras. Sin embargo, emprender en un entorno digital y globalizado también puede aumentar la presión ya que, la velocidad a la que cambia la tecnología, la competencia internacional y las demandas de mantenerse actualizada en las últimas tendencias tecnológicas pueden generar un impacto en el equilibrio emocional. Las emprendedoras que dependen de la tecnología para el éxito de su negocio pueden experimentar estrés y

agotamiento emocional, ya que enfrentan las demandas de un entorno que requiere constante adaptación y aprendizaje.

La correlación negativa como se muestra en la figura 4.27 de -0.190 con un nivel de significancia de 0.034 entre las variables "Mi negocio ha sido beneficiado con programas de apoyo a mujeres emprendedoras" y "La falta de acceso a financiamiento ha sido un obstáculo al emprender" indica una relación débil pero estadísticamente significativa entre estas dos variables.

		Mi negocio ha sido beneficiado con programas de apoyo a mujeres emprendedoras.	La falta de acceso a financiamiento ha sido un obstáculo al emprender.
Mi negocio ha sido beneficiado con programas de apoyo a mujeres emprendedoras.	Correlación de Pearson	1	-,190 [*]
	Sig. (bilateral)		,034
	N	125	125
La falta de acceso a financiamiento ha sido un obstáculo al emprender.	Correlación de Pearson	-,190 [*]	1
	Sig. (bilateral)	,034	
	N	125	125

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Figura 4.27 *Correlación programas de apoyo vs acceso a financiamiento*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

Los programas de apoyo a mujeres emprendedoras, que pueden incluir asesoramiento, capacitaciones, créditos, tienen como objetivo facilitar el desarrollo y crecimiento de negocios liderados por mujeres. Estos programas no solo ofrecen recursos tangibles, sino también oportunidades de formación y acceso a redes empresariales que ayudan a las emprendedoras a superar barreras comunes, como la falta de acceso a financiamiento.

Uno de los principales desafíos para muchas mujeres emprendedoras es la falta de acceso a financiamiento adecuado. Este obstáculo puede limitar las oportunidades de expansión y consolidación del negocio, especialmente en las primeras etapas del emprendimiento. Sin un capital adecuado, las emprendedoras enfrentan mayores dificultades para invertir en

infraestructura, tecnología, o incluso en recursos humanos, lo que ralentiza el crecimiento de sus negocios. La correlación negativa indica que los programas de apoyo a mujeres emprendedoras pueden ayudar a reducir la percepción de que la falta de financiamiento es un obstáculo importante. Esto podría deberse a que las emprendedoras que reciben este tipo de apoyos tienen acceso a recursos que facilitan la obtención de financiamiento, ya sea a través de subsidios directos, líneas de crédito o mejores conexiones con instituciones financieras. Sin embargo, la relación apunta que estos programas no siempre eliminan completamente las dificultades financieras, y puede que aún existan barreras considerables en el acceso a capital. A pesar del impacto positivo de los programas de apoyo, este hallazgo subraya la necesidad de seguir mejorando las opciones de financiamiento disponibles para las mujeres emprendedoras. Además, los programas de apoyo deberían enfocarse en brindar más oportunidades de acceso a capital y continuar educando a las emprendedoras sobre cómo acceder a fuentes de financiamiento alternativas o mejorar sus habilidades financieras.

La correlación negativa de -0.215 con un nivel de significancia de 0.016 entre las variables "Considero que el gobierno brinda apoyo a las mujeres emprendedoras" y "La competencia y desafíos en el mercado han representado un obstáculo en mi emprendimiento" como se observa en la figura 4.28 indica una relación estadísticamente significativa entre estas dos variables.

		Considero que el gobierno brinda apoyo a las mujeres emprendedoras.	La competencia y desafíos en el mercado han representado un obstáculo en mi emprendimiento.
Considero que el gobierno brinda apoyo a las mujeres emprendedoras.	Correlación de Pearson	1	-,215 [*]
	Sig. (bilateral)		,016
	N	125	125
La competencia y desafíos en el mercado han representado un obstáculo en mi emprendimiento.	Correlación de Pearson	-,215 [*]	1
	Sig. (bilateral)	,016	
	N	125	125

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Figura 4.28 *Correlación apoyo gobierno vs competencia en el mercado*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

De acuerdo con el resultado se puede decir que, las emprendedoras que sienten que el gobierno apoya sus esfuerzos tienden a tener una percepción más positiva sobre su capacidad para competir en el mercado. Esto puede deberse a que el respaldo gubernamental les proporciona recursos que les permiten mejorar su competitividad, ya sea a través de capacitación, financiamiento o conexiones estratégicas. Al sentirse más apoyadas, estas emprendedoras pueden enfrentar los desafíos del mercado con mayor confianza y resiliencia, lo que reduce la percepción de la competencia como un obstáculo. la correlación negativa entre el apoyo gubernamental y la percepción de la competencia como un obstáculo indica que el respaldo del gobierno puede aliviar parte de las dificultades que las emprendedoras enfrentan en un mercado competitivo. Esto destaca la importancia de fortalecer estos apoyos para ayudar a las mujeres emprendedoras a superar con éxito los retos del entorno empresarial.

Otra correlación negativa de -0.259 con un nivel de significancia de 0.004 entre las variables "Considero que en mi estado se establecen políticas que promueven la igualdad de género en el entorno empresarial" y "En mi recorrido profesional como mujer emprendedora, he sentido la discriminación en alguna ocasión" se observa en la figura 4.29.

		Considero que en mi estado se establecen políticas que promueven la igualdad de género en el entorno empresarial.	En mi recorrido profesional como mujer emprendedora, he sentido la discriminación en alguna ocasión.
Considero que en mi estado se establecen políticas que promueven la igualdad de género en el entorno empresarial.	Correlación de Pearson	1	-,259**
	Sig. (bilateral)		,004
	N	125	125
En mi recorrido profesional como mujer emprendedora, he sentido la discriminación en alguna ocasión.	Correlación de Pearson	-,259**	1
	Sig. (bilateral)	,004	
	N	125	125

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Figura 4.29 *Correlación prestamos vs discriminación*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

La correlación negativa muestra que, a mayor percepción de políticas de igualdad, menor es la frecuencia con la que las emprendedoras sienten haber sido discriminadas. Las políticas públicas que fomentan la igualdad de género en el entorno empresarial juegan un papel fundamental en la reducción de la discriminación hacia las mujeres emprendedoras. Estas políticas pueden incluir programas que promuevan la participación equitativa de las mujeres en el ámbito empresarial. Cuando las emprendedoras perciben que tales políticas están en vigor y son efectivas, es probable que se sientan más respaldadas y protegidas contra la discriminación. La licenciada Perla Pacheco presidenta nacional de AMMJE (2024) enfatiza que es fundamental garantizar que las mujeres tengan igualdad de oportunidades en todos los sectores, tanto en el ámbito privado como en el público. No se debe permitir que los prejuicios de género frenen el potencial y el éxito de las mujeres emprendedoras y empresarias. La capacidad y el talento no están determinados por el género, y es responsabilidad compartida de la sociedad trabajar en conjunto para eliminar las barreras que impiden el progreso de las mujeres en el mundo empresarial. Crear un entorno donde ellas puedan desarrollarse plenamente contribuirá al crecimiento económico y a una sociedad más equitativa.

Aunque no predomina esta situación en Durango, muchas mujeres emprendedoras enfrentan discriminación en algún momento de su proceso, ya sea por prejuicios de género o por la falta de oportunidades igualitarias en el acceso a financiamiento, redes de contactos o recursos. Estas experiencias pueden afectar la confianza y el crecimiento profesional de las mujeres en sus emprendimientos. Sin embargo, en entornos donde se promueven políticas de igualdad, las emprendedoras pueden sentirse más seguras y menos expuestas a estas formas de discriminación.

En la figura 4.30 se puede observar otra correlación negativa de -0.314 con un nivel de significancia de 0.001 entre las variables "Considero accesibles los préstamos para financiar mi negocio y poder crecer" y "En el proceso de emprendimiento he tenido dificultades para obtener préstamos".

		Considero accesibles los préstamos para financiar mi negocio y poder crecer.	En el proceso de emprendimiento he tenido dificultades para obtener préstamos
Considero accesibles los préstamos para financiar mi negocio y poder crecer.	Correlación de Pearson	1	-,314**
	Sig. (bilateral)		<.001
	N	125	125
En el proceso de emprendimiento he tenido dificultades para obtener préstamos	Correlación de Pearson	-,314**	1
	Sig. (bilateral)	<.001	
	N	125	125

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Figura 4.30 *Correlación prestamos accesibles vs obtención de prestamos*

Nota. Elaboración propia con software IBM SPSS Statistics

Este resultado indica que, a medida que las emprendedoras consideran más accesibles los préstamos para financiar su negocio, es menos probable que reporten haber tenido dificultades para obtener préstamos en su proceso de emprendimiento. Las emprendedoras que sienten que los préstamos son accesibles probablemente han tenido una experiencia más favorable en cuanto a la obtención de financiamiento, lo que les permite hacer crecer sus

negocios de manera más efectiva. Por el contrario, aquellas que han tenido dificultades para obtener préstamos tienden a percibir que estos no son fácilmente accesibles, lo que puede convertirse en un obstáculo significativo para su crecimiento empresarial.

El acceso al financiamiento es crucial para el desarrollo y expansión de un negocio. Las emprendedoras que no enfrentan obstáculos financieros tienen más oportunidades de invertir en infraestructura, tecnología, marketing o recursos humanos, lo que les da una ventaja competitiva. En cambio, aquellas que enfrentan barreras para acceder a préstamos experimentan un crecimiento más lento o dificultades para mantener la sostenibilidad de sus negocios.

Conclusiones

A partir de los resultados obtenidos en la aplicación de encuestas a mujeres emprendedoras pertenecientes a dos asociaciones en Durango, las cuales son AMMJE y AMEXME se puede concluir que el perfil típico de las participantes se caracteriza principalmente por ser mujeres solteras, con formación profesional a nivel licenciatura, que dedican su tiempo completo a la gestión y operación de sus negocios. Este compromiso laboral refleja su nivel de dedicación y esfuerzo, ya que muchas de ellas optan por concentrarse exclusivamente en sus emprendimientos, dejando de lado otras actividades laborales.

En cuanto al sector empresarial en el que se desempeñan, los negocios de estas mujeres se concentran mayoritariamente en los sectores de servicios y comercio, lo que refleja la importancia de estas áreas en la economía local y la oportunidad que ven las emprendedoras en estos nichos de mercado. Estos sectores requieren una alta interacción con el cliente, lo que implica que las emprendedoras deben poseer habilidades de comunicación, organización y gestión eficientes.

El hecho de que muchas emprendedoras cuenten con formación universitaria indica que la preparación académica juega un papel importante en el desarrollo de sus negocios, dotándolas de las herramientas necesarias para la toma de decisiones y la resolución de problemas dentro de sus emprendimientos. Sin embargo, el hecho de que la mayoría sean solteras puede estar vinculado con la necesidad de tener mayor flexibilidad y control sobre su tiempo, lo que les permite enfocarse plenamente en su vida empresarial.

A través de los resultados del análisis cuantitativo y cualitativo obtenidos en esta investigación, se lograron identificar los principales factores que influyen en la creación y consolidación de empresas lideradas por mujeres en Durango. En primer lugar, es evidente que las mujeres emprendedoras se enfrentan a una serie de obstáculos significativos, siendo los más destacados aquellos relacionados con la falta de acceso a financiamiento y el peso de las barreras burocráticas. La tramitología compleja y los trámites administrativos extensos actúan como un freno para el desarrollo de nuevos negocios, limitando el crecimiento de muchas emprendedoras. Además, la falta de ahorros iniciales y las dificultades para obtener préstamos adecuados se señalan como los principales obstáculos económicos.

Otro factor importante es el equilibrio emocional, donde un número significativo de mujeres reporta altos niveles de estrés relacionados con el emprendimiento, lo cual afecta su bienestar general. La inseguridad personal, entendida como las dudas internas sobre si un negocio funcionará o no, también es un obstáculo común entre las emprendedoras. Este tipo de inseguridad surge principalmente por el miedo al fracaso, ya que iniciar un negocio implica riesgos, y muchas emprendedoras temen no tener éxito. La falta de experiencia también contribuye, pues muchas sienten que no poseen las habilidades necesarias para administrar un negocio, lo que genera dudas sobre su capacidad para enfrentar los retos del emprendimiento. Además, la incertidumbre sobre la aceptación del mercado a sus productos o servicios también alimenta la inseguridad, así como las expectativas sociales y familiares, que muchas veces presionan a las emprendedoras a cumplir con ciertos roles o alcanzar determinados logros. A esto se suma el perfeccionismo, que provoca que algunas emprendedoras sientan que todo debe estar perfectamente planificado antes de iniciar, lo que puede retrasar decisiones importantes. La ausencia de una red de apoyo, como mentores o personas cercanas, intensifica estas dudas, dejando a muchas emprendedoras sintiéndose solas en el proceso. La presión económica, especialmente cuando no se cuenta con un respaldo financiero, hace que la inseguridad crezca ante la posibilidad de no generar ingresos suficientes.

Por otro lado, las motivaciones más recurrentes que llevan a las mujeres de Durango a emprender son la búsqueda de independencia financiera y la pasión por un proyecto. Estas mujeres ven el emprendimiento como una vía para lograr autonomía económica, mejorar su calidad de vida y escapar de un entorno laboral insatisfactorio o precario, también reflejan el deseo de crecimiento y desarrollo individual a través del emprendimiento. Además, muchas mujeres emprendedoras consideran que su capacidad de ser innovadoras y creativas es un factor determinante, lo que refuerza la autopercepción de habilidades empresariales. Otras motivaciones, como la flexibilidad laboral y el equilibrio entre la vida personal y laboral, indican que estos son beneficios adicionales que acompañan el proceso de emprender, más que motivos primarios.

En cuanto a los factores que las mujeres atribuyen al éxito de sus negocios, destacan la capacidad de desarrollar nuevas habilidades y alcanzar un crecimiento personal a través del

emprendimiento. Las emprendedoras que logran canalizar su pasión y habilidades en sus negocios reportan altos niveles de satisfacción personal y profesional, lo que a su vez contribuye a la estabilidad y el éxito de sus empresas. Además, pertenecer a asociaciones empresariales y establecer conexiones profesionales ha sido clave para fortalecer sus negocios, lo que indica que el apoyo mutuo y la colaboración entre emprendedoras es crucial para enfrentar los desafíos del mercado.

En conclusión, la consolidación de empresas dirigidas por mujeres en Durango depende de una combinación de factores motivacionales, obstáculos estructurales y recursos de apoyo. Las mujeres emprendedoras, impulsadas por la necesidad de independencia y la pasión por sus proyectos, logran superar numerosos desafíos cuando cuentan con las herramientas adecuadas, como el acceso a financiamiento, tecnología y redes de apoyo. Para promover la consolidación de más negocios liderados por mujeres, es imprescindible que las políticas públicas y las asociaciones empresariales continúen brindando apoyo estratégico en estas áreas, reduciendo las barreras y promoviendo un entorno que favorezca el emprendimiento femenino en Durango.

Recomendaciones

A partir de los resultados obtenidos sobre las motivaciones, obstáculos y factores de fortalecimiento para las mujeres emprendedoras en Durango, se pueden realizar varias recomendaciones. En primer lugar, es fundamental que las asociaciones, instituciones y gobierno fomenten programas de mentoría y capacitación que ayuden a las emprendedoras a alinearse con sus pasiones, talentos y proyectos, brindándoles las herramientas necesarias para materializar estas motivaciones en negocios viables y sostenibles. Estos programas también deben enfocarse en inspirar confianza, ya que muchas mujeres emprenden para lograr un equilibrio entre la vida personal y laboral, lo que puede potenciarse con recursos específicos como talleres sobre gestión del tiempo y manejo de responsabilidades.

Sin embargo, para abordar los principales obstáculos identificados, se recomienda implementar medidas de apoyo más estructuradas y accesibles. Los resultados de las encuestas revelan que la falta de acceso a financiamiento, los obstáculos burocráticos y la falta de apoyo familiar son barreras críticas que inhiben el éxito de los negocios dirigidos por mujeres. Para mitigar estos problemas, es esencial que las instituciones financieras y gubernamentales promuevan programas de financiamiento específicos para mujeres emprendedoras, facilitando préstamos con tasas accesibles y procesos simplificados. Además, es necesario agilizar los trámites burocráticos a través de plataformas digitales y ventanillas únicas que reduzcan la carga administrativa y el tiempo invertido en obtener permisos y licencias.

Otro obstáculo importante identificado es la inseguridad personal de las emprendedoras, es decir, las dudas internas sobre la viabilidad de sus proyectos. Es crucial que se fortalezcan los programas de mentoría que incluyan acompañamiento emocional y formación en habilidades de liderazgo, para que las emprendedoras ganen confianza en su capacidad empresarial. Además, de fomentar el acceso a redes de mujeres emprendedoras, donde puedan compartir experiencias, aprender de sus pares y generar una comunidad de apoyo que contrarreste los sentimientos de aislamiento e inseguridad.

Por otro lado, los factores de fortalecimiento, como el crecimiento personal, el acceso a asociaciones empresariales y el reconocimiento de logros, deben ser promovidos con mayor

énfasis. Las asociaciones y cámaras empresariales pueden desempeñar un papel clave al ofrecer más eventos de networking, espacios de formación y programas de desarrollo profesional que fortalezcan las capacidades empresariales de las mujeres y les permitan expandir sus negocios. También es recomendable que se continúe promoviendo la igualdad de género en el ámbito empresarial, mediante la implementación de políticas que eliminen barreras estructurales y la creación de ambientes más inclusivos para las mujeres. Asimismo, el acceso a la tecnología debe ser potenciado, asegurando que las emprendedoras cuenten con las herramientas digitales necesarias para innovar y competir en un mercado globalizado.

Asimismo, los resultados obtenidos de esta investigación proporcionan una base valiosa para futuras investigaciones sobre el emprendimiento femenino, especialmente en el contexto regional de Durango. Al identificar las principales motivaciones, obstáculos y factores de fortalecimiento que enfrentan las mujeres emprendedoras, se genera un panorama más claro sobre las dinámicas que influyen en el éxito o el fracaso de los emprendimientos liderados por mujeres. Esto permite que investigaciones futuras profundicen en áreas específicas con mayor precisión y eficiencia.

Finalmente, los resultados también sirven como un punto de partida para investigaciones comparativas entre diferentes regiones, países o contextos culturales. Al proporcionar un conjunto de datos sobre la realidad de las emprendedoras en Durango, las futuras investigaciones podrían comparar estos resultados con otros estudios similares realizados en distintas ubicaciones, lo que permitiría identificar las particularidades y similitudes en el emprendimiento femenino a nivel global.

Bibliografía

- Abanades M. (2016). El emprendimiento femenino y la gestión estratégica de la innovación como instrumento clave para un proceso de cambio empresarial. Consultado <https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/54767/5/mabanadesTFG0616memoria.pdf>
- Armenta M. y Calderón S. (2016). Diagnóstico de los procesos de empresas integrantes de la asociación mexicana de mujeres Empresarias, capítulo ciudad obregón. Consultado en http://biblioteca.itson.mx/dac_new/tesis/1159_calderon_daniel.pdf.
- Avolio, B. y Di Laura, G. (2017). Progreso y evolución de la inserción de la mujer en actividades productivas y empresariales en América del Sur. Revista de la CEPAL, 2017(122), 35–62. Consultado en <https://doi.org/10.18356/e8a70e3a-es>
- Banco Mundial. (2010). Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina y el Caribe. Consultado en <https://www.bivica.org/files/mujeres-empresarias.pdf>
- Bid Lab (2020). El ascenso de las mujeres STEMpreneurs: Un estudio sobre emprendedoras en áreas STEM de América Latina y el Caribe. Consultado en <https://publications.iadb.org/es/wx-insights-2020-el-ascenso-de-las-mujeres-stempreneurs-un-estudio-sobre-emprendedoras-en-areas>
- Bizkaia (2016). Emprendimiento con perspectiva de género. Consultado en https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO8/Temas/Informes%20y%20Publicaciones/Manual_buenas_practica_es.pdf?hash=8689f38930e9fd6f492a7e4cff042bf1&idioma=CA
- Blasco P., Brusca I., Esteban L., Labrador M.(2016). La satisfacción de las mujeres empresarias: factores determinantes. Consultado en <https://www.redalyc.org/pdf/2816/281648512005.pdf>
- Camarena M. y Hernández L. (2018). El emprendimiento como factor de empoderamiento femenino. Consultado en https://emprendedores.unam.mx/articulo.php?id_articulo=543#:~:text=El%20emprendimiento%20femenino%20en%20M%C3%A9xico,tres%20est%C3%A1n%20lideradas%20por%20mujeres.

- Cardozo A. (2010). La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos. Consultado en <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:CiencEcoEmp-Apcardozo/Documento.pdf>
- Casassi, R. (2012). Emprendimientos y derechos económicos de las mujeres. Conferencia regional sobre derechos económicos de las mujeres: emprendimientos, políticas públicas y acceso a activos. Guatemala. Consultado en https://www.sica.int/busqueda/busqueda_archivo.aspx?Archivo=pres_70316_1_03072012.pdf
- Chabusa J., Espinoza E, Legarda C. y Segarra H. (2020). Consultado en <http://asesoresvirtualesalala.revistaespacios.com/a20v41n19/a20v41n19p25.pdf>
- Cirilo O. y Toralva B. (2017). Internacionalización de las empresas peruanas lideradas por mujeres. Consultado en <https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/1108>
- Departamento de Desarrollo Económico y Territorial (2016). Emprendimiento con perspectiva de género buenas prácticas. Consultado en https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO8/Temas/Informes%20y%20Publicaciones/Manual_buenas_practica_es.pdf?hash=b1840327e714e1d27b295eb022fc3f1b&idioma=CA
- El sol de Durango (2022). Alba Cristina Romero Contreras, nueva presidenta de AMEXME capítulo Durango. Consultado en <https://www.elsoldedurango.com.mx/circuitos/alba-cristina-romero-contreras-nueva-presidenta-de-amexme-CAPÍTULO-durango-9053205.html>
- El sol de Durango (2023). Buscarán que más mujeres accedan a créditos para emprender negocios en Durango. Consultado en <https://www.elsoldedurango.com.mx/local/buscaran-que-mas-mujeres-accedan-a-creditos-para-emprender-negocios-en-durango-9681356.html>
- Escamilla Z., Carrillo S. y Caldera D. (2011). Mujeres emprendedoras: Análisis de los factores que promueven e inhiben su consolidación. Consultado en <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2011/1.29.pdf>
- Esperanza, D., Vences, G., Verónica, M., Adriana, A., & García, P. (2018). Obstáculos que enfrentan las mujeres al emprender una microempresa. Un estudio de caso. Consultado en <http://ru.iiec.unam.mx/4423/1/1-117-Garc%C3%ADa-Miranda-Plata.pdf>

- Fernández A. (2020). Mujeres en el mundo laboral. Consultado en <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20180129/44376132844/mujeres-mundo-laboral.html>
- Fernández Z. (2013). La mujer: pilar de la humanidad. Consultado en <https://portal.clubrunner.ca/7988/stories/la-mujer-pilar-de-la-humanidad>
- Forbes, I. (2021). El impacto de la mujer en la economía mexicana: la inclusión y el despegue financiero. Forbes México. Consultado en <https://www.forbes.com.mx/red-forbes-el-impacto-de-la-mujer-en-la-economia-mexicana-la-inclusion-y-el-despegue-financiero/>
- Fundación INCYDE (2008). Las mujeres empresarias en la economía española. Consultado en <https://www.camara.es/las-mujeres-empresarias-en-la-economia-espanola>
- García D., Rosales V. y Plata A. (2017). Obstáculos que enfrentan las mujeres al emprender una microempresa. Un estudio de caso. Consultado en <https://ru.iiiec.unam.mx/4423/1/1-117-Garc%C3%ADa-Miranda-Plata.pdf>
- García D., Londoño C. y Ortiz. (2016). Factores internos y externos que inciden en la motivación laboral. Consultado en <https://revistas.udea.edu.co/index.php/Psyconex/article/view/326981/20784207>
- García E., Ordóñez L. y Avilés E. (2016). Motivaciones y obstáculos para el emprendedurismo: una perspectiva de género desde los jóvenes universitarios. Revista Retos, 11(1), pp. 41- 50 Consultado en <https://www.redalyc.org/journal/5045/504551173003/504551173003.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2014). Women's Entrepreneurship report. Consultado en <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20162017-womens-entrepreneurship-report>
- González B. (1999) Los estereotipos como factor de socialización en el género. Comunicar, núm. 12, marzo, Grupo Comunicar Huelva, España. Redalyc.org. Consultado en <https://www.redalyc.org/pdf/158/15801212.pdf>

Grupo BID y WeXchange. (2020). El Ascenso de las Mujeres STEMpreneurs: Un estudio sobre emprendedoras en áreas STEM de América Latina y el Caribe. Consultado en <https://publications.iadb.org/es/wx-insights-2020-el-ascenso-de-las-mujeres-stempreneurs-un-estudio-sobre-emprendedoras-en-areas>.

Guzman J. y Rodriguez M. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global. Consultado en https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/16461/file_1.pdf?sequence=1

Hidalgo L. (2015). La cultura del emprendimiento y su formación. Consultado en <https://www.redalyc.org/pdf/5523/552357189003.pdf>

Instituto Mexicano de la Competitividad (2022). Datos con lupa de género. Consultado en <https://imco.org.mx/datos-conlupadegenero/>

Instituto Nacional de las Mujeres. INMUJERES. (2019). Consultado en <http://estadistica.inmujeres.gob.mx/formas/tarjetas/Empleadoras.pdf>

INEGI. (2019). Tabulados interactivo (SAIC) Censos Económicos 2019. Consultado en <https://www.inegi.org.mx/app/saic/>

La red (2017). Juntas podemos más que solas. Consultado en <https://www.redmujeres.org/que-es-la-red/>

Lechuga J., Ramírez G., Guerrero M. (2016). Educación y género. El largo trayecto de la mujer hacia la modernidad en México. Consultado en <https://www.scielo.org.mx/pdf/eunam/v15n43/1665-952X-eunam-15-43-110.pdf>

Leyva Y. (2010). Competencias administrativas en mujeres empresarias en la gestión de sus empresas en el sector de servicios en Aguascalientes. Consultado en <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/1196>.

ONU Mujeres (2022). Documentos rectores. Consultado en <https://www.unwomen.org/es/conozcanos/documentos-rectores>

- Ortiz P. y Capitán A. (2018). Factores competenciales en el emprendimiento de la mujer. Consultado en <https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/view/27-3>.
- Paz Y. y Espinoza M. (2019). Emprendimiento femenino en México: Factores relevantes para su creación y permanencia. Consultado en <https://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/article/view/4972>
- Revista Divergencia (2014). El rol de la mujer en la historia universal y en Colombia. Consultado en <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/diver/article/view/4028/4359>
- Revista Duranyork (2015). Nadia Ontiveros mujer visionaria. Consultado en <http://www.duranyork.mx/portada/983/Nadia+Ontiveros+mujer+visionaria>
- Rincón S. (2019). Transformaciones generadas por las marcas en el empoderamiento femenino y roles de la mujer. Consultado en <http://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/1252/Memorias%20Encuentros%20de%20investigaci%C3%B3n.pdf?sequence=5&isAllowed=y#page=10>
- Saveedra M. y Camarena M. (2020). Las PYMEs lideradas por mujeres y la capacitación: un estudio exploratorio. Consultado en <https://repositorio.upct.es/handle/10317/8623>
- Tejero J. (2021). Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario. Consultado en <https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/28529/04%20TECNICAS-INVESTIGACION-WEB-4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Tellaeche S. (2019). Liderazgo femenino y su impacto en los resultados empresariales. Consultado en <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/27321/tellaeche%20garcia%20silvia%20belen.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Viadana C., Zubeldía M., Tomarelli J. y Morales O. (2016). Mujeres emprendedoras: una aproximación empírica. Consultado en https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/7685/Viadana%2c%20Zubeldia%20y%20otros_Mujeres%20emprendedoras.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Weihrich, H., Cannice, M., Farraguerri L., Nagore G., y Herrero M. (2017). Administración una perspectiva global, empresarial y de innovación. McGraw Hill

Women Matter Mexico (2022). Paridad dispareja. Consultado en <https://womenmattermx.com/>

Anexo A: Instrumento

Cuestionario para mujeres emprendedoras en Durango

La presente encuesta se realiza con el objetivo comprender y analizar las experiencias, desafíos y oportunidades que enfrentan las mujeres que han decidido emprender sus propios negocios.

La encuesta está diseñada específicamente para recopilar datos valiosos que permitirán una visión más completa de la participación de las mujeres en el mundo empresarial, así como la identificación de factores críticos que influyen en el éxito empresarial de las mujeres emprendedoras.

Perfil de las mujeres emprendedoras duranguenses

Edad: _____

Situación familiar:

- ☐ Soltera
- ☐ Casada
- ☐ Divorciada
- ☐ Viuda

Número de hijos: ____

Formación profesional:

- ☐ Secundaria
- ☐ Bachillerato
- ☐ Licenciatura _____
- ☐ Ingeniería _____
- ☐ Posgrado _____

Experiencia laboral previa:

- ☐ Trabajaba en la administración pública
- ☐ Trabajaba en una empresa privada
- ☐ Ninguna

Medidas adoptadas para conciliar la vida familiar y laboral:

- ☐ Cuento con una persona contratada para el cuidado de mis hijos y/o las labores domésticas.
- ☐ Las labores domésticas son realizadas de forma conjunta con la pareja.
- ☐ Cuento con la ayuda de familiares cercanos.

- ☐ Otras. _____

Vida laboral:

- ☐ Trabajo únicamente en mi emprendimiento media jornada.
☐ Trabajo tiempo completo en mi emprendimiento.
☐ Tengo mi emprendimiento y trabajo aparte en el sector público/privado

Número de años que tengo como emprendedora: _____

Características del negocio

Sector al que pertenece:

- ☐ Industria
☐ Comercio
☐ Servicios
☐ Civil

De acuerdo al sector y número de empleados ¿Cuál es el tamaño de su negocio?

Tamaño de la empresa

Tamaño	Sector		
	Clasificación por número de empleados		
	Industria	Comercio	Servicios
Microempresa	0-30	0-5	0-20
Pequeña empresa	31-100	6-20	21-50
Mediana empresa	101-500	21-100	51-100
Gran empresa	501 en adelante	101 en adelante	101 en adelante

- ☐ Microempresa
☐ Pequeña empresa
☐ Mediana empresa
☐ Gran empresa

En las siguientes preguntas, debe responder según una escala de 1 a 5, en la que 1 representa “Totalmente en desacuerdo”, 2 representa “Desacuerdo”, 3 representa “Neutral”, 4 representa “De acuerdo” y 5 representa “Totalmente de acuerdo”.

Motivaciones para convertirse en emprendedoras.

	1	2	3	4	5
La herencia familiar del negocio influyó en mi decisión de emprender o continuar con el negocio.					
La pasión por un proyecto o idea me motivó a emprender					
La flexibilidad laboral me motivo a emprender.					
Mi emprendimiento me ha proporcionado una sensación de realización personal.					
La independencia financiera fue un factor motivador para mi emprendimiento.					
La necesidad económica influyó en mi decisión de emprender.					
El deseo de contribuir a la sociedad a través de mi emprendimiento sirvió como motivación.					
La posibilidad de lograr un equilibrio entre mi vida personal y laboral influyó en mi decisión de emprender.					
La insatisfacción en mi empleo anterior me llevo a emprender.					
La falta de empleos en mi estado me motivo a emprender.					
Considero que soy innovadora y creativa y eso me motivo a emprender.					

Obstáculos a los que se han enfrentado las mujeres empresarias en la creación de su negocio

	1	2	3	4	5
La falta de ahorros ha sido un obstáculo en el proceso de emprender					
En el proceso de emprendimiento he tenido dificultades para obtener préstamos					
He tenido obstáculos burocráticos (demasiados trámites administrativos) en el proceso de emprender.					
La conciliación entre la vida laboral y familiar ha sido un obstáculo en mi emprendimiento.					
La falta de acceso a financiamiento ha sido un obstáculo al emprender.					
A la hora de buscar financiación para mi emprendimiento he tenido más dificultades por el hecho de ser mujer.					
En mi recorrido profesional como mujer emprendedora, he sentido la discriminación en alguna ocasión.					
La falta de apoyo familiar ha sido un obstáculo al emprender.					
El iniciar un negocio me ha generado en algún momento inseguridad.					
La competencia y desafíos en el mercado han representado un obstáculo en mi emprendimiento.					
El emprender ha afectado mi equilibrio emocional					
Mis niveles de estrés han ido en aumento debido a los retos que representa emprender					

Factores que contribuyen al fortalecimiento de las empresas lideradas por mujeres.

	1	2	3	4	5
Emprender me ha brindado la oportunidad de desarrollar nuevas habilidades y lograr un crecimiento personal.					
Considero que pertenecer a una asociación me ha permitido fortalecer mi negocio					
Mi negocio ha sido beneficiado con programas de apoyo a mujeres emprendedoras					
Considero que el gobierno brinda apoyo a las mujeres emprendedoras					
Considero que establecer conexiones profesionales y empresariales han impulsado mi negocio					
Tengo acceso a programas educativos diseñados para fortalecer mis habilidades empresariales.					
Considero accesibles los préstamos para financiar mi negocio y poder crecer.					
He tomado capacitación empresarial para mejorar mis conocimientos empresariales.					
Considero que en mi estado se establecen políticas que promuevan la igualdad de género en el entorno empresarial, lo que incluye garantizar igualdad salarial, oportunidades de liderazgo y un ambiente libre de discriminación.					
Participar en eventos y programas para fomentar la innovación y la creatividad me han permitido estimular la generación de ideas y soluciones empresariales.					
Considero que el reconocer y promover los logros de las mujeres emprendedoras, me impulsa a seguir con mi negocio.					

Tengo fácil acceso a tecnología lo que me ha permitido competir en un entorno empresarial cada vez más digital y globalizado.					
---	--	--	--	--	--

Anexo B: Entrevista

Entrevista a Alba Cristina Romero Contreras Presidenta de la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias: Capitulo Durango 2022-2025

1. ¿Cómo inicia la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias: Capitulo Durango?
2. ¿Cuál es el propósito y la misión de la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias: Capitulo Durango?
3. ¿Cómo y por qué decidió formar parte de la asociación?
4. ¿Qué la motivo a perseguir el cargo de presidenta?
5. ¿Qué programas o iniciativas ofrece la asociación para apoyar a las mujeres emprendedoras en Durango? ¿En qué estrategias se basan para lograr el éxito?
6. ¿Cuáles son los desafíos más comunes que enfrentan las mujeres emprendedoras y que estrategias aplica la asociación para superar estos desafíos?
7. En su experiencia, ¿Cuáles son las principales motivaciones que llevan a las mujeres duranguenses a emprender? ¿Qué la motivo a usted a emprender?
8. ¿Qué papel desempeña la red de contactos y la colaboración entre miembros empresariales en el éxito de las emprendedoras que forman parte de la asociación?

9. ¿Puede mencionar algunos ejemplos de mujeres emprendedoras que han tenido éxito gracias al apoyo de la asociación?
10. ¿Hay casos de mujeres que por alguna situación se quedaron a mitad de camino en su emprendimiento? ¿Al identificar estos casos que estrategias han aplicado para evitar estos casos?
11. ¿La asociación apoya o impulsa a las mujeres que tienen alguna discapacidad física a emprender?
12. ¿Cuáles son los planes futuros y las metas a largo plazo de la asociación en términos de apoyo a mujeres emprendedoras?
13. ¿La asociación está dejando huella en Durango? ¿Cuáles son los puntos fuertes para lograr esto? ¿En qué indicadores se basan para determinar estos puntos?
14. ¿Qué consejos y recomendaciones tiene para mujeres que están considerando emprender un negocio y buscan conectarse con la asociación?

Entrevista a Diana Ocón Alvarado presidenta de la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresas Durango 2022-2025

- 1.- ¿Cómo inicia la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresas Durango?
- 2.- ¿Cuál es el propósito y la misión de la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresas?
- 3.- ¿Cómo y por qué decidió formar parte de la asociación?
- 4.- ¿Qué la motivo a perseguir el cargo de presidenta?
- 5.- ¿Qué programas o iniciativas ofrece la asociación para apoyar a las mujeres emprendedoras en Durango? ¿En qué estrategias se basan para lograr el éxito?
- 6.- ¿Cuáles son los desafíos más comunes que enfrentan las mujeres emprendedoras y que estrategias aplica la asociación para superar estos desafíos?
- 7.- En su experiencia, ¿Cuáles son las principales motivaciones que llevan a las mujeres duranguenses a emprender? ¿Qué la motivo a usted a emprender?
- 8.- ¿Qué papel desempeña la red de contactos y la colaboración entre miembros empresariales en el éxito de las emprendedoras que forman parte de la asociación?

9.- ¿Puede mencionar algunos ejemplos de mujeres emprendedoras que han tenido éxito gracias al apoyo de la asociación?

10.- ¿Hay casos de mujeres que por alguna situación se quedaron a mitad de camino en su emprendimiento? ¿Al identificar estos casos que estrategias han aplicado para que no pase?

11.- ¿La asociación apoya o impulsa a las mujeres que tienen alguna discapacidad física a emprender?

12.- ¿Cuáles son los planes futuros y las metas a largo plazo de la asociación en términos de apoyo a mujeres emprendedoras?

13.- ¿La asociación está dejando huella en Durango?, ¿Cuáles son los puntos fuertes para lograr esto? ¿En qué indicadores se basan para determinar estos puntos?

14.- ¿Qué consejos y recomendaciones tiene para mujeres que están considerando emprender un negocio y buscan conectarse con la asociación?