



Revista Espiga
ISSN: 1409-4002
ISSN: 2215-454X
revistaespiga@uned.ac.cr
Universidad Estatal a Distancia
Costa Rica

Una aproximación al tema de emprendimiento de mujeres jóvenes en México

Paz-Calderón, Yannet

Una aproximación al tema de emprendimiento de mujeres jóvenes en México

Revista Espiga, vol. 22, núm. 45, 2023

Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica

Disponibile en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=467874084005>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Una aproximación al tema de emprendimiento de mujeres jóvenes en México

An approach to the issue of entrepreneurship of young women in Mexico

Une approche au sujet de l'entrepreneuriat des jeunes femmes au Mexique

Yannet Paz-Calderón

Universidad Tecnológica de la Mixteca, México

ypaz@mixteco.utm.mx

 <https://orcid.org/0000-0001-5787-9763>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=467874084005>

id=467874084005

Recepción: 06 Febrero 2022

Aprobación: 19 Agosto 2022

RESUMEN:

El objetivo de esta investigación es poner énfasis en la importancia que tiene realizar investigaciones relacionadas con el emprendimiento de mujeres jóvenes, ya que hasta el momento este tipo de estudios es escaso y los que hay hacen referencia a las mujeres jóvenes emprendedoras universitarias. A través de una investigación bibliográfica, descriptiva y exploratoria, se muestran los antecedentes teóricos que hay sobre el emprendimiento femenino. Después se realiza una revisión de los trabajos relacionados con el emprendimiento de jóvenes universitarias, por último, se presenta dos experiencias de emprendimiento de mujeres jóvenes con el propósito de ejemplificar las diversas aristas que tiene este tema. El hilo conductor, tanto en la revisión documental como en el análisis de las experiencias, fue identificar las motivaciones y los obstáculos que ellas tienen para emprender. Dentro de los principales resultados destaca la pertinencia de indagar sobre el tema de emprendimiento femenino juvenil, debido a que al ser una línea poco investigada no se puede ver con claridad las particularidades que motivan y obstaculizan la intención emprendedora de las mujeres en esta etapa de la vida. Se concluye que el impulso al emprendimiento debe hacerse con un enfoque de género y desde la juventud.

PALABRAS CLAVE: emprendimiento femenino, emprendedoras universitarias, jóvenes emprendedoras.

ABSTRACT:

The objective of this research is to emphasize the importance of carrying out research related to the entrepreneurship of young women, since up to now this type of study is scarce and those that exist refer to young university women entrepreneurs. Through a bibliographic, descriptive and exploratory research, the theoretical background on female entrepreneurship is shown. Afterwards, a review of the works related to the entrepreneurship of young university students is carried out, finally, two experiences of entrepreneurship of young women are presented with the purpose of exemplifying the various edges that this topic has. The guiding thread, both in the documentary review and in the analysis of the experiences, was to identify the motivations and obstacles that they have to undertake. Among the main results, the relevance of inquiring into the topic of youth female entrepreneurship stands out, due to the fact that, being a line little investigated, it is not possible to clearly see the particularities that motivate and hinder the entrepreneurial intention of women at this stage of life. It is concluded that the promotion of entrepreneurship must be done with a gender approach and from the youth.

KEYWORDS: female entrepreneurship, university entrepreneurs, young entrepreneurs.

RÉSUMÉ:

Cette recherche vise à mettre l'accent sur l'importance des recherches relatives à l'entrepreneuriat des jeunes femmes car les études sur ce sujet sont rares jusqu'à présent et celles qui existent font référence aux jeunes femmes entrepreneures universitaires. À travers d'une recherche bibliographique, descriptive et exploratoire, on présente le contexte théorique existant sur l'entrepreneuriat féminin. Ensuite, on fait une révision des travaux relatifs à l'entrepreneuriat des jeunes femmes universitaires et finalement, on expose deux expériences de jeunes femmes afin de mettre en évidence les diverses perspectives qui existent sur ce thème. En outre, le fil conducteur de la révision bibliographique et de l'analyse des expériences a été l'identification des motivations et les obstacles qu'ont eu ces femmes pour entreprendre. Parmi les principaux résultats, on peut remarquer la pertinence de cette recherche parce qu'étant donné que ce thème est peu recherché, les facteurs qui motivent et empêchent l'intention des entrepreneures dans cette étape de la vie ne sont pas assez clairs. On a conclu que l'élan pour l'entrepreneuriat doit être à partir d'une approche de genre et de la jeunesse.

MOTS CLÉS: entrepreneuriat féminin, entrepreneures universitaires, jeunes entrepreneures.

INTRODUCCIÓN

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) define a las personas jóvenes como aquellas que se encuentran entre los 15 y 24 años, aunque este intervalo es flexible; en México, por ejemplo, son quienes están entre los 15 a 29 años¹. A raíz de la pandemia de COVID-19, la incorporación de esta población al mercado laboral se hizo más compleja, las condiciones laborales se han apartado, por mucho, del llamado trabajo decente, que la Organización Internacional del Trabajo (OIT) define como el empleo que le permite a las personas obtener un ingreso justo, seguridad social y tener libertad de expresar sus opiniones sin miedo a ser sancionadas². De acuerdo con la OIT, las personas jóvenes han sido las más afectadas por el desempleo, en particular las mujeres. En América Latina y el Caribe, para el 2020 la tasa de desempleo de las mujeres jóvenes se ubicó en 22 %, muy por encima del 15,2 % que corresponde a los hombres. Además, 15,3 millones de ellas no estudian ni trabajan ni están en capacitación y la mayoría no se encuentra en alguna de estas actividades debido a que se dedica a ocupaciones no remuneradas en el hogar³.

Una alternativa que se ha manejado desde hace mucho tiempo para hacer frente al problema del desempleo juvenil es promover la actividad emprendedora entre esta población; en estos momentos de emergencia económica, es imperativo retomar este tema como una opción para propiciar la reactivación económica. Sin embargo, dado el contexto económico de crisis, es necesario que esto se realice con una perspectiva distinta que vaya más allá de solo apoyar la creación de micro empresas informales con poca esperanza de vida y que, además, se haga una diferenciación entre el emprendimiento masculino y femenino.

En el caso específico de las mujeres, resulta imperativo reconocer que su interés por iniciar un negocio es atravesado por diversos factores y circunstancias que las afectan de manera particular; por lo cual es importante que las acciones diseñadas para promover el emprendimiento femenino, por parte del gobierno, del sector educativo y de las instituciones privadas, tomen en cuenta que la incorporación de las mujeres –jóvenes y adultas– al mercado de trabajo es afectada por el género, categoría construida social y culturalmente, aprendida, pero que puede cambiarse, y que le impone la responsabilidad de las labores domésticas, a la cual le suman las relacionadas con el trabajo fuera del hogar y otras obligaciones, que al final constituye una sobrecarga de actividades⁴.

Un ejemplo de ello es la situación provocada por la pandemia de COVID-19 en el desempeño laboral de las mujeres dueñas de empresas, quienes se vieron en la necesidad de conciliar su trabajo remunerado con las tareas del hogar, lo cual les exigía mayor tiempo de cuidado de su familia, principalmente si había niñas, niños y personas mayores, debido a la suspensión de muchos servicios y a la implementación de la educación a distancia. De manera particular, esto significó un gran reto para ellas, ya que debieron buscar un equilibrio entre sus compromisos laborales y familiares⁵.

Los datos existentes hasta el momento, indican que, en nivel médico, el impacto mayor lo han padecido los hombres, pero en el ámbito económico la afectación ha sido mayor en las mujeres⁶, especialmente en las emprendedoras, porque tuvieron que repartir su tiempo entre la administración de su empresa y el trabajo de cuidados en su hogar. Además, Soldevilla indica que las mujeres son más propensas a iniciar negocios en el sector servicios y comercio, el cual fue de los más afectados por la pandemia⁷.

Es así que, ante el grave panorama de falta de fuentes de empleo que enfrenta la población joven y especial las mujeres, se abre la necesidad de conocer las motivaciones y los obstáculos que tienen ellas para emprender en esta etapa de su vida; esto arroja información importante, orientada, entre otros temas, a identificar la manera de impulsar la creación de nuevos negocios perdurables en este segmento de la población.

METODOLOGÍA

A través de una investigación documental, descriptiva y exploratoria se busca enfatizar en la importancia de realizar investigaciones relacionadas con el emprendimiento de mujeres jóvenes, ya que hasta el momento se carece de este tipo de estudios y los que hay se centran en el emprendimiento de personas jóvenes universitarias, los cuales, en algunos casos hacen la diferencia entre hombres y mujeres, pero en otros (que son pocos) se concentran en el emprendimiento de las universitarias.

Para cumplir con tal propósito, la metodología de trabajo se divide en las siguientes tres partes:

1. Se presenta una revisión documental sobre el emprendimiento femenino para identificar y describir las motivaciones que han tenido para emprender y los obstáculos enfrentados.
2. Se analizan trabajos sobre emprendimiento femenino juvenil universitario con la intención de encontrar elementos que den luz a la línea de investigación propuesta en el presente documento; también se identifican las motivaciones y los obstáculos.
3. Únicamente, de manera exploratoria, se presentan dos casos de mujeres jóvenes emprendedoras.

Limitaciones del trabajo

Las referencias bibliográficas encontradas sobre emprendimiento juvenil femenino universitario permitieron identificar algunos elementos que influyen de manera particular en las jóvenes que cursan este nivel educativo y dan luz para desarrollar futuras investigaciones. Los casos de estudio presentados son solo ejemplo de experiencias de emprendimiento, con los cuales, de igual manera, se busca hacer hincapié en la relevancia del tema, ya que se muestran algunas de las aristas a través de las cuales se puede abordar este tópico, de ninguna forma se pueden hacer generalizaciones a partir de ellos.

DESARROLLO

Emprendimiento femenino, características, motivaciones y obstáculos

El término emprendimiento ha tomado un nuevo impulso por la gran necesidad que hay en la creación de empleo y más por las consecuencias tan graves que ha provocado la pandemia por COVID-19. «La ‘acción emprendedora’ está orientada al logro de objetivos mediante la puesta en marcha de un sistema organizado de relaciones interpersonales y combinación de recursos»⁸ y, por esa razón, el desarrollo económico y el emprendimiento pueden tener una relación positiva muy estrecha, siempre y cuando contribuya al bienestar de la comunidad, en el tanto se genera un efecto multiplicador y de sinergias entre los diferentes participantes de la iniciativa emprendedora. El «fomento del espíritu empresarial tienen su origen en las escuelas, pasando por los institutos y la universidad (...) las ‘cátedras de jóvenes emprendedores’ son el semillero y el germen de donde tienen que salir»⁹.

No obstante, son varias las circunstancias que obstaculizan el nacimiento de emprendimientos, además los que surgen, lamentablemente, tienen pocas posibilidades de sobrevivencia y, en el caso particular de las mujeres, se ha encontrado que ellas son menos propensas a iniciar un negocio que los hombres porque, entre otras cosas, las sigue limitando el estar ligadas al trabajo doméstico no remunerado. Entonces, se puede decir que la baja intención emprendedora en las mujeres no es resultado de una condición innata, sino de su proceso de socialización enmarcado en los estereotipos de género¹⁰. Precisamente por esto se deben hacer más esfuerzos de impulsar la actividad emprendedora de la mujer, porque la independencia económica que logra le permite obtener ingresos y también empoderarse, lo que significa que puede «lograr autonomía,

estimular la resistencia, la organización colectiva y la protesta mediante la movilización»¹¹, y eso es un camino a la «superación de las desigualdades de género»¹², con lo cual puede llegar a tener control en sus decisiones y en su vida, lo que representa el transitar hacia una condición de libertad y de mayor autoestima¹³. El emprendimiento conduce al empoderamiento de la mujer al provocar que busque alcanzar sus metas empresariales con lo que gana experiencia, confianza y se convierte en agente de cambio y progreso¹⁴.

Los emprendimientos de las mujeres contribuyen al desarrollo económico porque tienen un impacto positivo en la reducción del desempleo, en el mejoramiento de la competitividad y en el avance por el reconocimiento social del trabajo remunerado de las mujeres, lo que se traduce en un empoderamiento¹⁵.

Arias propone dos tipos de mujeres emprendedoras¹⁶: 1) mujeres en los negocios, quienes por una situación extraordinaria, ajena a su decisión, se vieron en la necesidad de hacerse cargo de una empresa o crear una, y 2) mujeres de negocios, son las que decidieron ser empresarias y así lo planearon. En ambas clasificaciones la política pública de impulso al emprendimiento tiene un papel importante, al igual que el sistema educativo formal influye de manera significativa al proporcionarles una formación encaminada a desarrollar su capacidad emprendedora, lo cual debería ser desde edades tempranas.

Una de las motivaciones para iniciar un negocio es el diferencial de ingresos existente entre el trabajo asalariado y el que es por cuenta propia, lo cual estaría relacionado con la discriminación laboral. Por ser mujer, se les paga menos y cuando los recursos de su hogar no son suficientes, se ve en la necesidad de buscar otras opciones para obtener ingresos¹⁷. Algunas mujeres, a pesar de tener estudios de posgrado y experiencia, manifiestan necesitar asesoría contable y financiera, además se visualizan con menos frecuencia como empresarias, debido a un menor grado de autoconfianza¹⁸.

Camarena y Saavedra indican que las empresas lideradas por mujeres cuentan con poco acceso al crédito para su crecimiento, esto en parte es porque existe un estereotipo hacia la mujer empresaria, en el cual no se le ve como exitosa y por eso las instituciones formales de crédito les solicitan una gran cantidad de requisitos y trámites, trayendo como consecuencia que las emprendedoras prefieran usar recursos propios o de familiares; el cual, si bien les permite conseguir financiamiento, siempre es limitado y obstaculiza el crecimiento de sus negocios¹⁹.

La mujer emprendedora cuenta con ventajas que influyen de manera positiva en sus emprendimientos, tales como la experiencia laboral, menos miedo al fracaso y apoyo de familiares y amistades; sin embargo, los negocios –en la mayoría de los casos– los inicia por la necesidad de solventar o completar los gastos del hogar, lo cual limita el crecimiento y desarrollo de las empresas que, sumado al rol de género que debe cumplir o asumir, hace más difícil la gestión de las empresas²⁰, ya que la persistencia de los estereotipos y los elementos culturales que le asignan a la mujer el trabajo del hogar, causan que al emprender trate de equilibrar sus responsabilidades domésticas con las de administrar un negocio, lo cual le resta tiempo y concentración para atender las actividades empresariales. A esto se le ha llamado el techo de cemento, «que es la selección de ciertas decisiones que toma la propia mujer, y que trae como consecuencia el rechazo a subir de nivel o puesto. En el caso de las empresarias, el rechazo al crecimiento de la empresa obedece a la necesidad de no perder el control»²¹.

Emprendimiento femenino juvenil

Los documentos aquí citados son trabajos tanto cualitativos como cuantitativos, realizados en diferentes universidades de distintos países, se centran en explorar principalmente las motivaciones y los obstáculos que tienen las personas estudiantes para emprender.

Las investigaciones sobre el emprendimiento juvenil universitario destacan que las personas estudiantes, hombres y mujeres, que los obstáculos para emprender son: falta de capital, carencia de capacidades

empresariales, aversión al riesgo y poco apoyo de instituciones públicas. También destacan que las jóvenes tienen mayor temor al ridículo y al fracaso y dudan más que los varones, de su capacidad empresarial²².

En el caso particular de las mujeres jóvenes universitarias, diversos autores han encontrado que sus principales motivaciones para iniciar un negocio se relacionan con la independencia económica para tener mayores ingresos y conseguir un patrimonio propio, perciben el entorno familiar como una limitante para conseguir sus metas emprendedoras²³. Sin embargo, la presión social que tienen las estudiantes para que sean ellas las encargadas del cuidado y dirección del hogar, las hace ser responsables y disciplinadas, lo que se refleja en su buen desempeño académico y, a futuro, eso les ayudará si quieren iniciar una empresa. Se ha encontrado que las universitarias se ven más motivadas a iniciar negocios con un enfoque más colectivo de impacto social²⁴. Por otra parte, Navarrete y Samperio identificaron que las principales habilidades que tienen las estudiantes que desean emprender son: liderazgo, creatividad y responsabilidad social; sin embargo, son adversas al riesgo y tienen dificultades para la administración de su tiempo²⁵.

Entre hombres y mujeres jóvenes existe una diferencia significativa en las motivaciones que tienen para emprender, por lo que los programas públicos y los académicos que pretendan promover el emprendimiento deben tomar en cuenta que las personas jóvenes, hombres y mujeres, reaccionan de manera diferente a los estímulos y obstáculos que se les presentan cuando deciden iniciar un negocio [26].

Se ha encontrado que las mujeres jóvenes universitarias tienen bajos niveles de autoconfianza para emprender, además cuentan con poco capital para iniciar un negocio y su acceso al financiamiento es bajo, esto inhibe su interés por tener un negocio o bien, las obliga a emprender empresas pequeñas donde la inversión inicial es menor [27]. En este mismo orden de ideas, Garavito, Calderón y Ramírez ponen especial énfasis en la necesidad de investigar el tema de emprendimiento de mujeres universitarias para identificar vacíos en esta área del conocimiento, ya que

fortalecer las habilidades y competencias de las mujeres universitarias en temas de emprendimiento resulta crucial para que ellas se empoderen en el ámbito laboral y económico al materializar sus ideas de negocio, logrando el crecimiento esperado y la supervivencia empresarial de sus proyectos a lo largo del tiempo.²⁸

Es importante que se considere que «cualquier programa de apoyo a la actividad emprendedora femenina debería también de diferenciar las diversas etapas de su vida laboral y personal (edad juvenil-reproductiva-postreproductiva, estabilidad familiar, etc.)»²⁹.

Experiencias de dos jóvenes emprendedoras

En este apartado se presentan dos casos de mujeres jóvenes emprendedoras, de quienes, por medio de entrevistas, se pudo conocer sus experiencias de emprendimiento, con el énfasis en las motivaciones y los obstáculos que han tenido al iniciar sus negocios. La selección de las jóvenes entrevistadas fue por conveniencia, poniendo como prioridad la disponibilidad y acceso que se tenía a ellas³⁰, debido a que en el momento de iniciar (abril de 2021) con la ubicación de los posibles casos de estudio, en México aún prevalecía las restricciones por la pandemia de COVID-19 e imperaba un ambiente de incertidumbre por lo que, todavía, alta posibilidad de contagiarse, por esto resultaba difícil encontrar personas que quisieran colaborar; a esto se sumó las dificultades económicas provocadas a aquellas personas que podían continuar con sus actividades laborales.

Se pudo tener un primer acercamiento con dos emprendedoras, de manera particular a cada una se le explicó que la finalidad de la entrevista era académica, por cuestiones de ética y para establecer un ambiente de confianza se pactó con ellas respetar la confidencialidad³¹ y se les pidió que eligieran un seudónimo para ser nombradas en la investigación, únicamente se les solicitó su autorización para mencionar algunos datos

reales sobre sus negocios, ya que, de ser necesario, permitirían dar veracidad a este trabajo, ellas dieron su consentimiento a esta petición.

Ambas accedieron a participar y en mayo del 2021 se realizaron las entrevistas a profundidad y abiertas, las cuales le dan al investigador flexibilidad para conducir las charlas hacia los temas que son objeto de indagación³².

Atenea: ser empleada o emprendedora

Atenea es una joven de 27 años, soltera, estudió ingeniería industrial. Radica en la ciudad de Puebla, en el centro de México. Desde el 2019 es propietaria de una tienda (lugar donde se comercializan principalmente productos comestibles al por menor), su negocio se encuentra ubicado en la avenida 14 sur, al sur de la mencionada ciudad y tiene por nombre Miscelánea Torres. Desde antes de graduarse de la universidad, comenzó a trabajar, estuvo en dos empresas del sector automotriz y en una de cárnicos, esos empleos le permitieron ganar experiencia en el manejo de proveedores y en el área de calidad, pero las jornadas laborales eran extenuantes y con un nivel de estrés elevado, lo que no se correspondía con el sueldo que percibía.

Por esa razón, decide renunciar a su último empleo y comienza a pensar en tener un negocio propio, es entonces cuando, a través de una amiga, conoce a una mujer que estaba vendiendo una miscelánea o tienda. Hizo una evaluación financiera del negocio que, gracias a su preparación profesional y a la experiencia laboral que había adquirido, pudo hacer adecuadamente, así decide adquirirla.

Atenea admite que tuvo dudas y temores, que la decisión de invertir en ese negocio no fue fácil, a pesar de que la valoración realizada le indicaba que tenía posibilidades de éxito, acepta que su principal miedo era al fracaso. Para comprar la tienda, utilizó sus ahorros y un préstamo familiar, no recurrió a crédito o financiamiento bancario, debido a que sabe que cobran altas tasas de interés y los requisitos son difíciles de cumplir.

Atenea se dedica de tiempo completo a su negocio (el horario de atención que tiene es de 8:30 a.m. a 9:30 p.m., los siete días de la semana); sin embargo, cuenta con el apoyo de sus progenitores y de uno de sus hermanos, ellos le ayudan a atender la tienda en algunos momentos del día para que ella pueda realizar pendientes relacionados con el negocio. Cabe mencionar que sus familiares no reciben ningún sueldo por esa colaboración, pero parte de las ganancias las destina al gasto familiar, ya que vive con ella. Indica que quiere apoyar a su familia con los gastos del hogar y en el futuro planea adquirir una casa propia en donde vivir con su mamá, su papá y su hermano, ya que actualmente alquilan la vivienda en la que habitan. Ella tiene o siente una responsabilidad con su familia.

Menciona que su mamá, además de colaborar en la tienda, es quien se encarga de las labores domésticas de su hogar, Atenea realiza algunas de esas tareas, únicamente cuando tiene tiempo libre, reconoce que sin ese apoyo sería complicado dedicarse a su negocio como lo hace ahora.

Los principales retos que Atenea tiene por delante es la falta de recursos para invertir en mejorar el aspecto de su tienda y en seguir diversificando los productos que vende. Una de las primeras cosas que hizo al llegar fue cambiar un poco la apariencia de esta: remodeló, reorganizó la distribución física de las mercancías, comenzó a vender otros productos y buscó nuevos proveedores.

El confinamiento y el paro de actividades debido al COVID-19 provocaron una disminución en un 40 % de sus ventas, estas no llegaron a nivel de cero porque comercializa productos de consumo cotidiano y, al estar la gente más tiempo en su casa y por el miedo a acudir a lugares más lejanos y concurridos, optó por comprar en lugares cercanos como las llamadas *tiendas de la esquina*, cuyas ventas se han visto, hasta cierto punto, favorecidas con la pandemia.

El coronavirus ha cambiado los hábitos de compra de los mexicanos y muchos de ellos ya prefieren ir a las tienditas de la esquina, antes que, al supermercado, para reponer alguno de los productos de su alacena, sobre todo pan, frituras, lácteos o embutidos. Empresas como Bimbo, Lala y Sigma encontraron en este canal un aliado para mantener sus ventas.³³

Durante la contingencia, Atenea comenzó a vender cubrebocas, gel antibacterial, recargas telefónicas y algunos productos de papelería porque se dio cuenta que niñas, niños y jóvenes, al estudiar en casa, buscaban este tipo de mercancías.

Menciona que le hubiera gustado que, en los diferentes niveles educativos cursados, le hubieran incluido algunas actividades o materias relacionadas con el emprendimiento, piensa que eso le hubiera ayudado a considerarlo como una opción de empleo desde más joven. No obstante, reconoce que su formación profesional le ha permitido llevar orden en la administración del negocio, lo cual es una gran ventaja para la toma de decisiones. Señala que ser dueña de su negocio le ha ayudado a madurar y a ser más segura de sí misma.

Alexa: emprender en tiempos de COVID-19

Alexa es una joven mujer de 29 años, tiene educación media superior, está casada y tiene dos hijos; radica en la ciudad de Puebla, en el centro de México. Desde hace cuatro años trabaja como profesora de natación, cuatro días a la semana, tres horas por día, el sueldo que percibe en este empleo es bajo, pero tiene seguridad social para ella y su familia, algo que en estos momentos de pandemia valora mucho; además, durante los meses en que las actividades educativas se realizaron a distancia, la enviaron a confinamiento con goce de sueldo por poco más de un año, lo cual agradece a su jefe. Otro aspecto que Alexa resalta de este trabajo es que le permite atender las labores domésticas y cuidar de sus hijos, lo que para ella es muy importante.

También vende zapatos, cosméticos y productos diversos por catálogo, lleva cinco años con esta actividad. En conjunto con su esposo, en 2018 inició un negocio informal de luz y sonido llamado DJ Cavan y otro de renta de juegos inflables que tiene por nombre Changuitos a bordo. Les iba bastante bien, pero la pandemia les afectó mucho, dado que las fiestas se suspendieron por completo. En estas pequeñas empresas no contaban con trabajadores, ella se encargaba de la gestión y administración y su esposo de la parte operativa. Iniciaron este emprendimiento con ahorros propios y parte de su equipo lo compraron a crédito, pero eso significó pagar tasas de interés altas, lo que fue un obstáculo para el crecimiento de su negocio.

Debido a los efectos negativos que el confinamiento provocó, tuvo que buscar alternativas para contribuir con los gastos de su hogar, además de sus ventas por catálogo comenzó a comercializar botanas y comida los fines de semana, aprovechó la oportunidad de que familiares, amistades y personas conocidas, al estar confinados, demandaban cosas para comer. Entre viernes y jueves se comunica con sus clientes por teléfono o por la aplicación WhatsApp para levantar los pedidos y ponerse de acuerdo en el horario y en el día de la entrega de los productos en los domicilios. Las ventas por catálogo y la de comida le han ayudado a obtener ingresos, además le queda tiempo para el cuidado de su familia.

Menciona que siempre ha tenido en mente tener un negocio familiar que le permita contribuir al ingreso familiar pero que también le dé flexibilidad para sus actividades domésticas y de cuidado. Uno de los principales problemas que ha enfrentado ha sido la falta de financiamiento y el poco margen que tiene para reinvertir sus ganancias, debido a que destina parte de ellas a solventar los gastos del hogar.

Indica que le gustaría capacitarse en temas de administración y ventas porque hasta el momento todo lo ha hecho de manera empírica y, si bien ha aprendido con la experiencia, es consciente de que la capacitación le ayudaría. Señala que se le dificulta tomar decisiones y duda mucho sobre ellas, el temor principal es equivocarse y perder dinero.

En el caso de Atenea, ella es una emprendedora de negocios porque, cuando se le presentó la oportunidad, realizó una evaluación de la viabilidad de este, eso lo pudo hacer gracias a sus conocimientos profesionales. Por el contrario, el interés por emprender de Alexa proviene de la necesidad económica que vive su familia, es decir,

surge como algo emergente que va o no evolucionando de acuerdo con las situaciones que se le presentan porque no hay planes concretos presentes o futuros sobre el negocio³⁴. Esa diferencia en las motivaciones para emprender marca el camino que siguen los negocios, que los puede conducir a la sobrevivencia o la muerte, por ello la capacitación y los apoyos son fundamentales.

REFLEXIONES FINALES EN TORNO AL EMPRENDIMIENTO JUVENIL

La crisis económica que se vive actualmente ha provocado altos niveles de desempleo, bajos salarios, cierre de empresas y aumento en las horas destinadas a los cuidados del hogar, esto ha hecho que algunas mujeres vean en el emprendimiento una opción para conseguir recursos, sin embargo, la mayoría de estos negocios tendrán pocas posibilidades de sobrevivencia porque nacen en una situación de alta vulnerabilidad, es decir, surgen motivados por la necesidad más que por el propio interés de crear una empresa.

Por ello, es pertinente e importante indagar sobre el tema de emprendimiento femenino juvenil, debido a que al ser una línea poco investigada, no se puede ver con claridad las particularidades que motivan y obstaculizan la intención emprendedora de las mujeres en esta etapa de la vida; conocer esto, es necesario para que desde diferentes frentes se impulse el emprendimiento desde la juventud y con un enfoque o perspectiva de género, que como herramienta teórica ayuda al cuestionamiento de estereotipos para promover cambios que permitan una mayor equidad entre hombres y mujeres cuando se hable de emprendimiento, además de que, como se dijo en el documento, una mujer emprendedora se empodera y mejora su autoconfianza. El enfoque de género lleva a tener presente que las mujeres han enfrentado diversas desigualdades en lo referente al acceso a la educación, al trabajo, a la justicia y a la salud.

Si bien este trabajo no permite hacer generalizaciones, se puede ver que la construcción social que marca los estereotipos de lo que debe ser un hombre y una mujer influye en los procesos de socialización de ambos sexos, eso mismo impacta en el interés que las personas tengan para iniciar un negocio; por ello, es imperativo voltear a ver el emprendimiento femenino, pero desde la mirada de las jóvenes, porque de esa manera se podrá impulsar anticipadamente y propiciar que esas nuevas empresas lideradas por ellas crezcan y se desarrollen.

Ahora, más que nunca, el emprendimientos de las mujeres, adultas y jóvenes, debe ser promovido desde el gobierno, la academia y el sector privado, pero con estrategias claras que apoyen el surgimiento de una nueva generación de empresarias que, al emprender, cuente con más habilidades, conocimientos y principalmente autoconfianza que les ayude a empoderarse a través de sus negocios, que se percaten de que pueden repartir la carga del trabajo doméstico entre quienes integran un hogar, que no sientan esta como solo responsabilidad de ellas. Por lo tanto, es imperativo poner atención al tema del emprendimiento femenino desde la niñez y juventud.

Se espera que este trabajo contribuya con despertar el interés en el tema planteado para que comiencen a desarrollarse futuras investigaciones para indagar sobre los diferentes aspectos relacionados con la intención emprendedora de las jóvenes. La pandemia de COVID-19 provocó severos problemas en el empleo de la población en general y, en particular, en jóvenes, por lo que es de vital importancia promover emprendimientos de largo plazo que generen empleos y tengan un efecto multiplicador en el bienestar de su entorno; y, en el caso del emprendimiento femenino, aunque se ha avanzado en su análisis, hace falta abordarlo desde la juventud para ampliar el espectro de acción de las instituciones educativas, públicas y privadas.

REFERENCIAS

Acosta González, Beicy Viviana, Sandra Milena Zambrano Vargas y Marlén Suárez Pineda. «Emprendimiento femenino y ruralidad en Boyacá, Colombia». *Criterio Libre* 15, n.º 26 (2017): 215-236. Doi: 10.18041/1900-0642/criteriolibre.2017v15n26.1048

- Arias, Patricia. «Mujeres en los negocios y mujeres de negocios». En *Empresarias y Ejecutivas: Mujeres Con Poder*, editado por Dalia Barrera Bassols, 139-178. México: El Colegio de México, 2001.
- Barros Elizalde, Andrea Lilibeth, Leonela Yamileth Bravo Bravo y John Alexander Campuzano Vásquez. «Barreras al emprendimiento femenino universitario en estudiantes de la Universidad Técnica de Machala». *Revista Sociedad & Tecnología* 5, n.º 2 (2022): 212-225. Doi: <https://doi.org/10.51247/st.v5i2.208>
- Briseño Aguirre, Nadia de la Luz, Angélica Riveros Rosas y Karen Gisel Velázquez Rojas. «Mentoring para mujeres emprendedoras». Conferencia, Universidad Nacional Autónoma de México, 3 de octubre de 2018: 7.
- Camarena Adame, María Elena y María Luisa Saavedra García. «Un estudio de las PYME lideradas por mujeres en Latinoamérica». *Revista Universitaria Ruta* 18 (2016): 1-27. <https://revistas.userena.cl/index.php/ruta/articulo/view/789>
- Camarena Adame, María Elena María Luisa Saavedra García y Lidia Huguette Hernández Gómez, «La competitividad de las empresas dirigidas por hombres y mujeres». Conferencia, Universidad Nacional Autónoma de México, 7 de octubre de 2015.
- Camberos Sánchez, María Teresa. «Empoderamiento femenino y políticas públicas, una perspectiva desde las representaciones sociales de género», *Entramado* 7, n.º 2 (2011): 40-53. <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v7n2/v7n2a03.pdf>
- Contreras, Paola, Elva E. Vargas, Graciela Cruz y Rocío Serrano. «Emprendimientos femeninos: de lo económico a lo sustentable». *Revista Espacios* 41, n.º 31 (2020): 225-237. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n31/a20v41n31p18.pdf>
- Echeverría, Mara. «Las tiendas de barrio viven un auge inesperado debido a la pandemia». *Expansión*, 30 de marzo de 2021: 1. Acceso: 10 de septiembre de 2021. <https://expansion.mx/empresas/2021/03/30/las-tiendas-de-barrio-viven-un-auge-inesperado-debido-a-la-pandemia>
- Fatoki, Olawale y Lynety Chindoga. «An Investigation Into The Obstacles To Youth Entrepreneurship In South Africa». *International Business Research* 4, n.º 2 (2011): 161-169. <https://pdfs.semanticscholar.org/d3f2/38c5e55fd3d9aa43ab1483d2263456a25312.pdf>
- Fuentes García, Fernando y Sandra María Sánchez Cañizares. «Análisis del perfil emprendedor: Una perspectiva de género». *Estudios de Economía Aplicada* 28-3, (2010): 1-28. <http://www.revista-eea.net/documentos/28306.pdf>
- Garavito Hernández, Youseline, Johana Andrea Calderón Campos y William Eduardo Ramírez Torres. «Emprendimiento en mujeres y jóvenes: una revisión de la literatura». *Lúmina* 22, n.º 2 (2021):1-25. <https://doi.org/10.30554/lumina.v22.n2.3869.2021>
- García García, Víctor Daniel. «Emprendimiento empresarial juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad». *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud* 13, n.º 2 (2015): 1221 -1236. Doi:10.11600/1692715x.13246200315
- García Uribe, Emmanuel Francisco, Larisa Ordóñez Molinar y Edgar Avilés Guillén. «Motivaciones y obstáculos para el emprendedurismo: una perspectiva de género desde los jóvenes universitarios». *Revista Retos* 6, n.º 11 (2016): 41-50. Doi: <https://doi.org/10.17163/ret.n11.2016.03>
- Heller, Lidia. *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: Realidades, obstáculos y desafíos*. Santiago de Chile: CEPAL, 2010. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5818/1/S0900676_es.pdf
- Hendel, Liliana. *Comunicación, infancia y adolescencia: Guía para periodistas*. Argentina: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, 2017. https://www.unicef.org/argentina/sites/unicef.org/argentina/files/2018-04/COM-1_PerspectivaGenero_WEB.pdf
- Hernández Sampieri, Roberto, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio. *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill, 2016.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Estadísticas a propósito del día internacional de la juventud* (datos nacionales). CDMX, México, 12 de agosto de 2022. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/EAP_Juventud21.docx

- Instituto Nacional de las Mujeres. *El impacto de los estereotipos y los roles de género en México*. D.F., México, 2007. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100893.pdf
- Montiel Méndez, Oscar; Anel Flores Novelo, Ernesto Ávila Paz y Susana Sierra Martínez. «Tengo que sobrevivir: relato de vida de tres jóvenes micro emprendedores bajo COVID-19». *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios* 13, n.º 1 (2021): 67-84. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7720271>
- Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico, *Mujeres del Pacífico. Primer informe de programas de apoyo al emprendimiento femenino en la Alianza del Pacífico*. Santiago de Chile: 2018. https://home.mujeresdelpacifico.org/uploads/library/5b96f4d0a1270_1er-Informe-MdP-ASELA-OAP.pdf
- Navarrete Báez Francisco Ernesto y Julia Patricia Samperio Casco. «Características de las habilidades de emprendimiento de mujeres estudiantes de licenciatura evaluadas bajo un ambiente de aprendizaje híbrido en el inicio de la contingencia presentada por el COVID-19». *Recherches en Sciences de Gestion* 6, n.º 141 (2020): 91-118. <https://doi.org/10.3917/resg.141.0091>
- Ordoñez Abril, Daniel Yiwady; Ana María Castillo López e Ivonne Maritza Rodríguez Bravo. «Empoderamiento de la mujer en el emprendimiento y la innovación». *Población y Desarrollo* 27, n.º 52 (2021): 69-91. doi: <https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2021.027.52.069>
- Organización de las Naciones Unidas. «Juventud ¿Quiénes son los jóvenes?». Acceso: 15 de enero de 2022. <https://www.un.org/es/globalissues/youth#:~:text=No%20existe%20una%20definici%C3%B3n%20internacional,entre%2015%20y%2024%20a%C3%B1os>
- Organización Internacional del Trabajo. «Impulsar la justicia social, promover el trabajo decente». Acceso: 8 de noviembre de 2021. <http://www.oit.org/global/topics/decent-work/lang-es/index.htm>
- Organización Internacional del Trabajo. «Informe Mundial sobre el Empleo Juvenil 2020. Desempleo, informalidad e inactividad asedian a los jóvenes en América Latina y el Caribe». Acceso: 16 de junio de 2021. https://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_738631/lang-es/index.htm
- Özkazanc Pan, Banu. «Secular and Islamic feminist entrepreneurship in Turkey». *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 7 (2015): 45-65. Doi: 10.1108/IJGE-03-2014-0006
- Palacios Duarte, Pablo Daniel; María Luisa Saavedra García y María del Rosario Cortés Castillo. «Estudio comparativo de rendimientos empresariales de hombres y mujeres en México: una aproximación empírica». *Revista Finanzas y Política Económica* 12, n.º 2 (2020): 431-459. doi:10.14718/revfinanzpolitecon.v12.n2.2020.3375
- Paredes Hernández, Silvia Patricia; Maricela Castillo Leal y María Luisa Saavedra García. «Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México». *Suma de Negocios* 10, n.º 23 (2019): 158-167. Doi:10.14349/sumneg/2019.V10.N23.A8
- Pesántez Criollo, Marcia Marlene, Sonja Melanie Stadelhofer de Martínez, Gabriela Alava Atiencie y Juan Carlos Aguirre Quezada. «La Intención en el emprendimiento social en jóvenes universitarios con énfasis en género». Conferencia presentada en la Universidad Nacional de La Plata, 7 al 9 de noviembre de 2018.
- Salinas Ramos, Francisco y Lourdes Osorio Bayter. «Emprendimiento economía social, Oportunidades y efectos en una sociedad en transformación». *CIRIEC-España, Revista de economía pública, social y cooperativa*, n.º 75 (2012):132. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17425798008>
- Soldevila, Lluís. *Informe OBS: Los emprendedores después de la COVID-19*. Barcelona: Business School, 2021. <https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/Informe%20OBS%20Emprendedores%20despu%C3%A9s%20de%20covid19.pdf>
- Velázquez Rojas, Karen Gisel, María Luisa Saavedra García y Blanca Tapia Sánchez. «Techo de cemento en la empresaria mexicana». Conferencia, Universidad Nacional Autónoma de México, 27 de septiembre de 2017.

NOTAS

- 1 «Juventud ¿Quiénes son los jóvenes?», Organización de las Naciones Unidas, acceso: 15 de enero de 2022, <https://www.un.org/es/globalissues/youth#:~:text=No%20existe%20una%20definici%C3%B3n%20internacional,entre%2015%20y%2024%20a%C3%B1os>

- %20internacional,entre%2015%20y%2024%20a%C3%B1os. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Estadísticas a propósito del día internacional de la juventud (datos nacionales) (CDMX, 12 de agosto de 2022), https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/EAP_Juventud21.docx
- 2 «Impulsar la justicia social, promover el trabajo decente», Organización Internacional del Trabajo, acceso: 8 de noviembre de 2021, <http://www.oit.org/global/topics/decent-work/lang-es/index.htm>
 - 3 «Informe Mundial sobre el Empleo Juvenil 2020. Desempleo, informalidad e inactividad asedian a los jóvenes en América Latina y el Caribe», Organización Internacional del Trabajo, acceso: 16 de junio de 2021, https://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_738631/lang-es/index.htm
 - 4 Liliana Hendel, *Comunicación, infancia y adolescencia: Guía para periodistas* (Argentina: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, 2017), https://www.unicef.org/argentina/sites/unicef.org/argentina/files/2018-04/COM-1_PerspectivaGenero_WEB.pdf. Instituto Nacional de las Mujeres, *El impacto de los estereotipos y los roles de género en México* (D.F., México, 2007), http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100893.pdf
 - 5 Lluís Soldevila, Informe OBS: Los emprendedores después de la COVID-19 (Barcelona: Business School, 2021), [https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/Informe%20OBS%20Emprendedores%20d espues %20covid19.pdf](https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/Informe%20OBS%20Emprendedores%20d%20espues%20covid19.pdf)
 - 6 *Ibíd.*
 - 7 *Ibíd.*
 - 8 Francisco Salinas Ramos y Lourdes Osorio Bayter, «Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación», *CIRIEC-España, Revista de economía pública, social y cooperativa*, n.º 75 (2012): 132, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17425798008>
 - 9 *Ibíd.*, 149.
 - 10 Marcia Marlene Pesántez Criollo, Sonja Melanie Stadelhofer de Martínez, Gabriela Alava Atiencie y Juan Carlos Aguirre Quezada, «La intención en el emprendimiento social en jóvenes universitarios con énfasis en género» (conferencia, Universidad Nacional de La Plata, 7 al 9 de noviembre de 2018).
 - 11 María Teresa Camberos Sánchez, «Empoderamiento femenino y políticas públicas, una perspectiva desde las representaciones sociales de género: a perspective based on social representations of gender», *Entramado* 7, n.º 2 (2011): 45, <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v7n2/v7n2a03.pdf>
 - 12 Daniel Yiwady Ordoñez Abril, Ana María Castillo López e Ivonne Maritza Rodríguez Bravo, «Empoderamiento de la mujer en el emprendimiento y la innovación», *Población y Desarrollo* 27, n.º 52 (2021): 75, doi: <https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2021.027.52.069>
 - 13 Lidia Heller, *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: Realidades, obstáculos y desafíos* (Santiago de Chile: CEPAL, 2010), https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5818/1/S0900676_es.pdf
 - 14 Beicy Viviana Acosta González, Sandra Milena Zambrano Vargas y Marlén Suárez Pineda, «Emprendimiento femenino y ruralidad en Boyacá, Colombia», *Criterio Libre* 15, n.º 26 (2017), doi: 10.18041/1900-0642/criteriolibre.2017v15n26.1048. Paola Contreras, Elva E. Vargas, Graciela Cruz y Rocío Serrano, «Emprendimientos femeninos: de lo económico a lo sustentable», *Revistas Espacios* 41 (2020), <https://www.revistaespacios.com/a20v41n31/a20v41n31p18.pdf>
 - 15 Ordoñez Abril et al...
 - 16 Patricia Arias, «Mujeres en los negocios y mujeres de negocios», *Empresarias y Ejecutivas: Mujeres con poder*, ed. por Dalia Barrera Bassols (México: El Colegio de México, 2001), 139-178.
 - 17 Paola Contreras, Elva E. Vargas, Graciela Cruz y Rocío Serrano, «Emprendimientos femeninos: de lo económico a lo sustentable», *Revista Espacios* 41, n.º 31 (2020): 225-237. Pablo Daniel Palacios Duarte, María Luisa Saavedra García y María del Rosario Cortés Castillo, «Estudio comparativo de rendimientos empresariales de hombres y mujeres en México: una aproximación empírica», *Revista Finanzas y Política Económica* 12, n.º 2 (2020), doi:10.14718/revfinanzpolitecon.v12.n2.2020.3375
 - 18 María Elena Camarena Adame, María Luisa Saavedra García y Lidia Huguette Hernández Gómez, «La competitividad de las empresas dirigidas por hombres y mujeres» (conferencia, Universidad Nacional Autónoma de México, 7 de octubre de 2015).
 - 19 María Elena Camarena Adame y María Luisa Saavedra García, «Un estudio de las...
 - 20 Pablo Daniel Palacios Duarte, María Luisa Saavedra García y María del Rosario Cortés Castillo, «Estudio comparativo de...». Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico, *Mujeres del Pacífico. Primer informe de programas de apoyo al emprendimiento femenino en la Alianza del Pacífico* (Santiago de Chile: 2018), https://home.mujeresdelpacifico.org/uploads/library/5b96f4d0a1270_1er-Informe-MdP-ASELA-OAP.pdf. Silvia Patricia Paredes Hernández Maricela Castillo Leal y María Luisa Saavedra García, «Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México», *Suma de Negocios* 10, n.º 23 (2019): 158-167, doi:10.14349/sumneg/2019.V10.N23.A8. Karen Gisel Velázquez Rojas, María Luisa Saavedra García y Blanca Tapia Sánchez. «Techo de cemento en la empresaria mexicana» (conferencia, Universidad Nacional Autónoma de México, 27 de septiembre de 2017).

- 21 Palacios, Saavedra y Cortés, «Estudio comparativo de...», 439.
- 22 Víctor Daniel García García, «Emprendimiento empresarial juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad», *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud* 13, n.º 2 (2015), doi:10.11600/1692715x.13246200315. Olawale Fatoki y Lynety Chindoga, «An Investigation Into The Obstacles To Youth Entrepreneurship In South Africa», *International Business Research* 4, n.º 2 (2011), <https://pdfs.semanticscholar.org/d3f2/38c5e55fd3d9aa43ab1483d2263456a25312.pdf>. Fernando Fuentes García y Sandra María Sánchez Cañizares, «Análisis del perfil emprendedor: Una perspectiva de género», *Estudios de Economía Aplicada* 28-3, (2010), <http://www.revista-eea.net/documentos/28306.pdf>
- 23 García García, «Emprendimiento Empresarial...». Fatoki y Chindoga, «An Investigation...». Emmanuel Francisco García Uribe, Larisa Ordóñez Molinar y Edgar Avilés Guillén, «Motivaciones y obstáculos para el emprendedurismo: una perspectiva de género desde los jóvenes universitarios», *Revista Retos* 6, n.º 11 (2016), doi: <https://doi.org/10.17163/ret.n11.2016.03>. Fuentes García y Sánchez Cañizares, «Análisis Del Perfil...».
- 24 Marcia Marlene Pesántez Criollo, Sonja Melanie Stadelhofer de Martinez, Gabriela Alava Atiencie y Juan Carlos Aguirre Quezada, «La intención en el emprendimiento...». Andrea Lilibeth Barros Elizalde, Leonela Yamileth Bravo Bravo y John Alexander Campuzano Vásquez, «Barreras al emprendimiento femenino universitario en estudiantes de la Universidad Técnica de Machala», *Revista Sociedad & Tecnología* 5, n.º (2) (2022), 212-225, doi: <https://doi.org/10.51247/st.v5i2.208>
- 25 Francisco Ernesto Navarrete Báez y Julia Patricia Samperio Casco, «Características de las habilidades de emprendimiento de mujeres estudiantes de licenciatura evaluadas bajo un ambiente de aprendizaje híbrido en el inicio de la contingencia presentada por el COVID-19», *Recherches en Sciences de Gestion* 6, n.º 141 (2020), <https://doi.org/10.3917/resg.141.0091>
- 26 García Uribe, Ordóñez Molinar y Avilés Guillén, «Motivaciones y obstáculos...». Fuentes García y Sánchez Cañizares, «Análisis del perfil...».
- 27 Pesántez Criollo, «Barreras al emprendimiento...».
- 28 Youseline Garavito Hernández, Johana Andrea Calderón Campos y William Eduardo Ramírez Torres, «Emprendimiento en mujeres y jóvenes: una revisión de la literatura», *Lúmina* 22, n.º 2 (2021):18, <https://doi.org/10.30554/lumina.v22.n2.3869.2021>
- 29 Fuentes García y Sánchez Cañizares, «Análisis del perfil...», 22.
- 30 Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio, *Metodología de la investigación* (México: Mc Graw Hill, 2016).
- 31 *Ibíd.*
- 32 *Ibíd.*
- 33 Mara Echeverría, «Las tiendas de barrio viven un auge inesperado debido a la pandemia», *Expansión*, 30 de marzo de 2021:1, acceso: 10 de septiembre de 2021, <https://expansion.mx/empresas/2021/03/30/las-tiendas-de-barrio-viven-un-auge-inesperado-debido-a-la-pandemia>
- 34 Patricia Arias, «Mujeres en los negocios...». Óscar Montiel Méndez, Anel Flores Novelo, Ernesto Ávila Paz y Susana Sierra Martínez, «Tengo que sobrevivir: relato de vida de tres jóvenes micro emprendedores bajo COVID-19», *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios* 13, n.º 1 (2021), <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7720271>

INFORMACIÓN ADICIONAL

Formato de citación según APA: Paz-Calderón, Y. (2022). Una aproximación al tema de emprendimiento de mujeres jóvenes en México. *Revista Espiga*, 22(45), 78-95.

Formato de citación según Chicago-Deusto: Paz-Calderón, Yannet. «Una aproximación al tema de emprendimiento de mujeres jóvenes en México». *Revista Espiga* 22, n.º 45 (enero-junio, 2022): 78-95.

ENLACE ALTERNATIVO

<https://revistas.uned.ac.cr/index.php/espiga/article/view/4645> (html)