

FACTORES DETERMINANTES DEL EMPRENDIMIENTO EN MUJERES PROPIETARIAS DE NEGOCIOS EN CIUDAD Y ESTADO DE MÉXICO

Claudia Alejandra Hernández Herrera*

 <https://orcid.org/0000-0002-4060-2941>

Diana González Beltrán**

 <https://orcid.org/0000-0002-5196-2424>

Mary Carmen Hernández Herrera***

 <https://orcid.org/0000-0002-2170-2322>

RECIBIDO: 30/07/2025 / ACEPTADO: 01/09/2025 / PUBLICADO: 15/01/2026

Cómo citar: Hernández Herrera, C., González Beltrán, D., Hernández Herrera, M. (2026). Factores determinantes del emprendimiento en mujeres propietarias de negocios en Ciudad y Estado de México. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 28(1), 7-21. www.doi.org/10.36390/telos281.01

RESUMEN

El presente estudio analiza los factores que influyen en el emprendimiento de las mujeres dueñas de negocios, considerando variables como apoyo gubernamental, barreras de género y culturales, financiamiento, formación, autoeficacia, liderazgo y apoyo familiar. Se trata de una investigación cuantitativa y transversal, basada en un cuestionario con 42 ítems en escala Likert, aplicado a 419 mujeres empresarias de la Ciudad de México y Estado de México mediante muestreo por conveniencia. A través de un análisis factorial exploratorio, se identificaron seis factores principales. Los resultados revelan que las participantes perciben desinterés por parte de las autoridades y de las políticas públicas, así como desigualdad de género en el acceso a apoyos gubernamentales. Asimismo, reportaron trato desigual por parte de clientes o proveedores en negociaciones comerciales, dificultades para acceder a financiamiento y deficiencias en la formación empresarial. A pesar de ello, la mayoría confía en sus capacidades de liderazgo, aunque reconoce la necesidad de mayor capacitación. El apoyo familiar es frecuente, pero el trabajo doméstico sigue recayendo principalmente en ellas. Se concluye que es necesario mejorar el ecosistema empresarial para las mujeres mediante políticas que faciliten el acceso al financiamiento, formación en liderazgo y gestión, y redes de colaboración, además de fomentar la corresponsabilidad en el hogar para reducir la carga doméstica y fortalecer su participación económica.

Palabras clave: emprendimiento femenino, barreras de género, apoyo institucional, corresponsabilidad familiar, autoeficacia y liderazgo.

Determinant factors of entrepreneurship among women business owners in Mexico City and the State of Mexico

ABSTRACT

This study analyzes the factors that influence women's entrepreneurship among business owners, considering variables such as government support, gender and cultural barriers, financing, training, self-efficacy, leadership, and family support. It is a quantitative, cross-sectional investigation, based on a 42-item Likert-scale questionnaire applied to 419 women entrepreneurs from Mexico City and the State of Mexico through convenience sampling. An exploratory factor analysis identified six main factors. The results reveal that participants perceive a lack of interest from authorities and public policies, as well as gender inequality in access to government support. They also reported unequal treatment from clients or suppliers in business negotiations, difficulties in accessing financing, and deficiencies in entrepreneurial training. Despite these challenges, most women expressed confidence in their leadership abilities, although they acknowledged the need for further training. Family support is common, but domestic work continues to fall primarily on them. The study concludes that it is necessary to improve the entrepreneurial ecosystem for women through policies that facilitate access to financing, leadership and management training, and collaboration networks, in addition to promoting shared responsibility in the household to reduce the domestic burden and strengthen women's economic participation.

Keywords: female entrepreneurship, gender barriers, institutional support, shared family responsibility, self-efficacy, and leadership.

Introducción

La literatura reciente señala que la actividad empresarial es un motor clave para el crecimiento económico sostenido y el aumento continuo del nivel de vida de los ciudadanos, ya que fomenta la innovación y mejora la competitividad. Asimismo, contribuye a reducir la desigualdad de ingresos y a promover la equidad y la justicia social (Stoica *et al.*, 2020). Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2023) veinticinco de cada cien mujeres en América Latina no tienen ingresos propios. En México, la participación económica de las mujeres es del 46%, lo que implica que 46 de cada 100 mujeres están involucradas en actividades económicas (INEGI, 2025).

* Instituto Politécnico Nacional, México. cahernandezh@ipn.mx

** Autor de correspondencia. Instituto Politécnico Nacional, México. dgonzalezb2300@alumno.ipn.mx

*** Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico de Gustavo A. Madero, México. mary.hh@gamadero.tecnm.mx

Es importante señalar lo expuesto por Arena et al. (2023), quienes afirman que las mujeres son las más afectadas por las crisis económicas, la pérdida de empleos, las pandemias y las desigualdades sociales. En este sentido, resulta imprescindible que las naciones impulsen la igualdad de género en diversas esferas y reconsideren el papel de las mujeres en la economía. Las familias continúan viéndose afectadas por la pérdida de puestos de trabajo y la disminución de la seguridad laboral. Además, el hombre sigue siendo percibido como el principal proveedor de la familia, lo que lleva a priorizarlo en el ámbito laboral. Esta situación provoca que muchas mujeres se encuentren desempleadas, por lo que el autoempleo surge como una de las opciones más viables para ellas (Šestić & Ibrahimagić, 2017).

Se reconoce que, en tiempos de crisis, las mujeres tienden a ser un elemento clave en el progreso y desarrollo económico de los países. Esto se debe a su capacidad de resiliencia; además, suelen centrarse en el aprendizaje y son más flexibles al tomar decisiones, aunado a que establecen y mantienen vínculos sociales y hacen uso de su creatividad. Sin embargo, queda claro que las mujeres se enfrentan a una diversidad de obstáculos en la creación y funcionamiento de micronegocios. Se reconoce la existencia de una amplia brecha entre mujeres y hombres en el emprendimiento (Arena et al., 2023).

Por su parte, Miran y Gültekin (2024) sostienen que las mujeres que sufren mayores niveles de discriminación y presión social tienden a enfrentar más obstáculos para emprender. Las mujeres reportan un mayor número de dificultades empresariales que los hombres. Por otra parte, Caldana et al. (2023) afirman que las mujeres empresarias dedican más tiempo a las tareas domésticas y al cuidado de sus hijos que los hombres, lo que resulta en una disminución del tiempo disponible para atender sus negocios. Finalmente, muchas mujeres expresan que el principal obstáculo que enfrentan al emprender un negocio es el conflicto entre sus aspiraciones profesionales y su compromiso con la familia.

Al respecto Ennis (2019) sostiene que las microempresas dirigidas por mujeres representan oportunidades valiosas para aquellas que se encuentran en posiciones vulnerables. En sociedades patriarcales, las mujeres que se han separado de sus esposos enfrentan dificultades para volver a casarse; en este contexto, el microemprendimiento se convierte en una vía crucial para el desarrollo de su autonomía económica, al permitirles generar sus propios ingresos.

De acuerdo con Sehrawat y Sharma (2024), el número de mujeres propietarias de negocios ha incrementado a nivel mundial. Sin embargo, persisten diversos obstáculos durante el proceso de creación y crecimiento de sus emprendimientos, tales como la falta de financiamiento, las altas expectativas sociales hacia las mujeres, el escaso tiempo disponible y las deficiencias en habilidades de gestión organizacional. Estos factores contribuyen a una creciente brecha de género en el ámbito empresarial, limitando el potencial económico que representan las mujeres emprendedoras.

Al respecto, Wu, Li y Zhang (2019) encontraron en datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que una severa disminución de habilidades empresariales y las elevadas demandas de financiación inicial obstaculizan a las mujeres fundadoras de empresas. No obstante, los gobiernos han intensificado sus esfuerzos para reducir estas desigualdades y apoyar las iniciativas de negocio lideradas por mujeres, buscando equiparar sus oportunidades con las de los hombres. Este respaldo refleja el reconocimiento del valor que aportan las mujeres emprendedoras al crecimiento de la economía global.

Así mismo, investigaciones realizadas por Hincapié Mesa et al. (2023) hallaron que las mujeres deciden emprender por cuatro razones principales: socioeconómicas, empresariales, políticas y psicológicas. Por su parte, Hernández et al. (2019) identificaron factores como la experiencia laboral, el menor miedo al fracaso, el gusto por las actividades, los deseos de apoyar al gasto familiar y la mejora de la calidad de vida como motivaciones para el emprendimiento femenino.

En general, la mayoría de los emprendedores a nivel mundial son hombres que no poseen un nivel educativo alto, se sienten capaces, no temen al posible fracaso y conocen a otros emprendedores (Martínez & Bañón, 2022). En un estudio que analizó datos de más de 47,000 empresarios de 68 países, Darnihamedani y Terjesen (2022) hallaron que los empresarios masculinos tienen mayores ambiciones de crecimiento que las mujeres. Asimismo, las investigaciones realizadas por Shabsough et al. (2020) exponen que los estereotipos y sesgos de género negativos generan un "piso pegajoso", lo que disminuye las intenciones emprendedoras de las mujeres.

Bajo este contexto, el objetivo es analizar los factores de mayor incidencia en las mujeres dueñas de negocios en relación con variables como el apoyo gubernamental, las barreras de género y culturales, la financiación y formación, la autoeficacia y el liderazgo, así como las limitaciones, desafíos y el apoyo familiar. Esto permitirá identificar los elementos que requieren más acciones encaminadas a promover la intención emprendedora y fortalecer el ecosistema empresarial para las mujeres, fomentando la equidad y reduciendo las brechas estructurales que obstaculizan su participación en el emprendimiento.

Las mujeres y los factores que inciden en sus emprendimientos y negocios

De acuerdo con Saeed et al. (2013) y Yousafzai et al. (2015), el desarrollo del emprendimiento de las mujeres se compone de tres elementos institucionales clave: el regulatorio, el normativo y el cognitivo. Las iniciativas regulatorias se centran en la legislación del mercado laboral, las políticas familiares y sociales, la infraestructura de cuidado infantil accesible y asequible, y la promoción de la igualdad de género. Estos aspectos permiten que las mujeres generen y progresen en actividades empresariales, además de facilitar el ejercicio del liderazgo empresarial. El pilar normativo está relacionado con las expectativas y valores de la sociedad. Cuanto más se acepten y reconozcan las actividades empresariales de las mujeres, mayor será su legitimidad y el apoyo que recibirán para poner en marcha sus ideas de negocio. Por último, las cogniciones empresariales se refieren a las percepciones de las personas sobre sus capacidades para identificar oportunidades y la confianza en sus habilidades para iniciar y gestionar un negocio.

Arena et al., (2023) destacan que el emprendimiento es una combinación de diversos elementos, incluidos los rasgos de personalidad, habilidades, antecedentes familiares, valores, actitudes, voluntad, propensión a tomar riesgos, capacidad de innovar, imaginación, inteligencia emocional, sociabilidad y la habilidad para establecer redes. Por su parte, Tan et al. (2020) sostiene que factores como la personalidad permiten a los individuos controlar situaciones externas que, en diversas circunstancias, pueden influir en su entorno. Este concepto se conoce como locus de control. En el caso de las mujeres empresarias, su personalidad tiene un impacto significativo tanto en su intención emprendedora como en los objetivos que establecen para sus negocios.

Es relevante señalar que las mujeres consideran su negocio como un sistema compuesto por elementos interconectados, lleno de relaciones entre la familia, la comunidad y el ámbito empresarial. Sin embargo, la forma en que las mujeres socializan no implica que sean menos efectivas en los negocios que los hombres; por el contrario, son capaces de adoptar enfoques diversos que los diferencian de ellos (Arena et al., 2023). De acuerdo con Wu et al. (2019), las mujeres emprendedoras enfrentan cuatro barreras principales: la maternidad, las cogniciones empresariales, las normas y las finanzas empresariales. Además, algunos de los desafíos a los que se enfrentan incluyen los procedimientos administrativos, la competitividad en el mercado, la inestabilidad económica y la discriminación (Talukdar, 2024).

De acuerdo con Gomes y Leite (2023), el emprendimiento en las mujeres representa una experiencia que les permite sentir y alcanzar la libertad que genera el hecho de crear sus propios negocios. A su vez, las mujeres suelen experimentar sentimientos de satisfacción al ser capaces de enfrentar los obstáculos derivados de las demandas laborales y empresariales. Esto les permite alcanzar independencia económica y autonomía personal.

La participación de las mujeres en el emprendimiento acarrea múltiples beneficios: son capaces de generar ingresos, crear oportunidades de empleo, y servir como modelos a seguir para sus hijos, influyendo así en su educación y desarrollo. Además, el emprendimiento les permite impulsar la innovación e incluso convertirse en una fuente de empleo para otras personas. Asimismo, las mujeres empresarias contribuyen a visibilizar las disparidades de género y promueven la igualdad de género (Kurman et al., 2021; Haugh & Talwar, 2016).

Uno de los problemas más complejos que enfrentan las mujeres dueñas de pequeños negocios es su limitado conocimiento empresarial, lo que les genera complicaciones en la oferta de productos y servicios. Además, dependen de intermediarios para comercializar sus productos, lo que las coloca en desventaja en el mercado. También enfrentan dificultades para realizar publicidad independiente de sus productos y servicios, así como un desconocimiento de la tecnología y el análisis de proveedores (Šestić & Ibrahimagić, 2017).

Para las mujeres que habitan en ambientes marginados, el emprendimiento representa una oportunidad para adquirir nuevas habilidades, conocimientos y experiencias, lo que contribuye a su desarrollo profesional y personal (Hassan et al., 2023). Por su parte, Ghatak et al. (2023) sostiene que las mujeres que llevan a cabo actividades empresariales experimentan empoderamiento y autonomía, lo que fortalece su autoestima y bienestar. Sin embargo, en el caso de las mujeres que nacen y crecen en ambientes de pobreza, el emprendimiento continúa siendo un desafío tanto político como ético.

Las empresas dirigidas por mujeres suelen ser más productivas, tienden a crecer con mayor rapidez y, en muchas ocasiones, son innovadoras. Sin embargo, de manera desafortunada, están subrepresentadas en los niveles institucionales, políticos y económicos. Además, persiste una amplia brecha de género en materia de empleo, liderazgo y emprendimiento (Arena et al., 2023). Es crucial que los gobiernos otorguen incentivos específicos para apoyar a las emprendedoras, asegurando que conozcan los recursos disponibles para iniciar y consolidar sus negocios con éxito. Asimismo, es necesario fomentar campañas que promuevan la generación de redes de apoyo y visibilicen las historias de mujeres talentosas que han logrado abrirse camino en el ámbito empresarial (Laguía et al., 2022).

Asimismo, el respaldo del gobierno resulta vital para fomentar las empresas lideradas por mujeres, reconocidas como cada vez más cruciales para la expansión económica y la paridad de género. Los líderes deberían asignar más recursos a programas que apoyen a las mujeres que inician sus propios negocios y asegurarse de que sean visibilizadas en los medios para derribar las ideas obsoletas que limitan su potencial como propietarias de negocios (Martínez-Rodríguez et al., 2022).

Por su parte, Nevi et al. (2025) afirman que las mujeres dueñas de negocios deben prestar atención a sus ideas, a los recursos financieros, al desarrollo y maduración de redes, y al fortalecimiento de conocimientos. En materia de políticas, se sugiere diseñar estrategias que orienten los apoyos de forma más personalizada hacia las emprendedoras. Esto incluye implementar iniciativas de capacitación con temas específicos y acciones dirigidas a reducir las barreras socioculturales que enfrentan.

Con relación a la implementación de políticas, Martínez-Rodríguez et al. (2022) proponen una serie de medidas para promover el emprendimiento femenino. Estas incluyen la optimización del gasto público a través de cursos de formación y tutoría, contratación pública, fortalecimiento de redes y apoyo para conciliar la vida empresarial y familiar. Asimismo, sugieren incentivos gubernamentales para subsidiar las altas tasas de interés, facilitando el acceso de las mujeres a la financiación. Finalmente, se destaca la importancia de mejorar la educación empresarial como una estrategia para aumentar la confianza de las mujeres en sus propias capacidades empresariales.

Metodología

Este estudio es de tipo cuantitativo, descriptivo y transversal. La herramienta empleada para la obtención de datos fue un cuestionario estructurado en dos partes. La primera parte aborda variables sociodemográficas de las dueñas de negocio, como edad, número de hijos, escolaridad, tiempo de creación del negocio, ingresos y número de empleados. La segunda parte contiene 42 enunciados elaborados a partir de un análisis de la literatura, utilizando una escala tipo Likert donde 1 = "totalmente en desacuerdo" y 5 = "totalmente de acuerdo". El muestreo se realizó por conveniencia.

Los enunciados alcanzaron un alfa de Cronbach de 0.894, lo que indica una "buena" consistencia interna en el cuestionario, asegurando que los ítems son confiables y efectivamente miden el constructo planteado durante su diseño.

El levantamiento de los cuestionarios se llevó a cabo en la Ciudad de México y en diversos municipios del Estado de México, utilizando la herramienta Google Forms para digitalizar el instrumento. En total, participaron 419 mujeres propietarias de negocios. La aplicación se realizó entre septiembre y octubre de 2024, a cargo de 20 jóvenes previamente capacitados. Estos acudieron presencialmente a establecimientos comerciales para invitar a las empresarias a participar y, adicionalmente, compartieron el enlace del cuestionario a través de medios digitales como redes sociales y mensajes de WhatsApp. Asimismo, se solicitó a las participantes que difundieran el cuestionario entre otras microempresarias de su red de contactos. Para el análisis de los datos, se utilizó el software SPSS, versión 19.

Resultados

Se encontró que la edad promedio de las mujeres participantes es de 31.39 años, con una desviación estándar de 12.10 años. En cuanto a la escolaridad, el 1 % de las mujeres reportó tener primaria completa, el 3 % secundaria incompleta y el 11 % secundaria completa. Además, el 11 % indicó tener preparatoria incompleta, mientras que el 35 % señaló haber completado la preparatoria. Por otro lado, el 31 % de las mujeres afirmó haber obtenido una licenciatura, el 4 % una maestría y el 2 % un doctorado. Con relación al tiempo de creación de sus negocios, el promedio fue de 5.62 años. Sin embargo, en el análisis de frecuencias se observó que el 57 % de los negocios tenían 3 años de creación.

Se utilizó un análisis factorial exploratorio, el cual permite reducir los datos a componentes para facilitar su interpretación. Inicialmente, se aplicó la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y la prueba de esfericidad de Bartlett. Se obtuvo un KMO= 0.865 (> 0.50) y un $p= 0.00$ (< 0.05), lo que indica que las variables tienen la capacidad de agruparse en factores. La extracción se realizó por componentes principales con rotación varimax. Los seis factores encontrados y las cargas de los ítems agrupados en cada uno se presentan en la tabla 1.

Tabla 1

Análisis factorial exploratorio

| Factor 1. Apoyo gubernamental | Cargas factoriales | Media | Desviación estándar |
|--|---------------------------|--------------|----------------------------|
| 24. Las autoridades locales son accesibles y receptivas a las necesidades de las emprendedoras. | 0.753 | 2.50 | 1.095 |
| 20. Las políticas gubernamentales favorecen a los emprendedores/as en mi sector de negocio. | 0.732 | 2.57 | 1.041 |
| 26. Las iniciativas gubernamentales apoyan de manera equitativa a hombres y mujeres en el emprendimiento. | 0.714 | 2.72 | 1.053 |
| 25. Los trámites para obtener permisos y licencias son rápidos y sencillos. | 0.693 | 2.37 | 1.113 |
| 19. La información sobre programas de apoyo gubernamental es fácilmente accesible. | 0.685 | 2.58 | 1.059 |
| 28. Las políticas gubernamentales para mi sector de negocio ayudan a reducir los desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras. | 0.647 | 2.77 | 0.996 |
| 22. He encontrado apoyo institucional para mi emprendimiento. | 0.552 | 2.43 | 1.090 |
| 23. He participado en programas de capacitación ofrecidos por el gobierno. | 0.552 | 2.29 | 1.163 |
| 21. La burocracia no ha sido un impedimento para mi negocio. | 0.447 | 2.87 | 1.059 |
| Factor 2. Barreras de género y culturales en el emprendimiento femenino | Carga factorial | Media | Desviación estándar |
| 31. He recibido trato desigual en negociaciones comerciales por ser mujer. | 0.785 | 2.63 | 1.151 |
| 34. Las creencias comunes sobre lo que deben hacer los hombres y las mujeres han afectado la aceptación de mi negocio | 0.779 | 2.48 | 1.158 |
| 35. He experimentado rechazo de clientes debido a mi condición de ser mujer | 0.760 | 2.32* | 1.138 |
| 29. He enfrentado discriminación de proveedores por ser mujer. | 0.747 | 2.71 | 1.188 |
| 40. Me siento limitada por los estereotipos de género. | 0.691 | 2.60 | 1.131 |
| 33. Las personas en mi comunidad me juzgan por tener un negocio propio | 0.637 | 2.35* | 1.160 |
| 32. Las diferencias culturales han sido un obstáculo para el crecimiento de mi negocio. | 0.614 | 2.32* | 1.061 |
| 39. He enfrentado resistencia al liderazgo femenino en mi entorno | 0.560 | 3.17 | 1.176 |
| 27. Las mujeres emprendedoras enfrentan más obstáculos burocráticos que los hombres | 0.448 | 3.45 | 1.049 |
| 30. No puedo comunicarme bien con mis clientes. | 0.431 | 1.97 | 1.061 |
| Factor 3. Financiamiento y formación para el emprendimiento | Carga factorial | Media | Desviación estándar |
| 9. He tenido acceso a financiamiento externo para mi negocio (créditos, préstamos bancarios, arrendamientos). | 0.707 | 2.53 | 1.281 |
| 15. He recibido financiamiento de instituciones financieras (bancos, cooperativas de crédito, cajas de ahorro, fondo de pensiones). | 0.672 | 2.21 | 1.185 |
| 3. He asistido a cursos o talleres sobre cómo iniciar un negocio. | 0.653 | 2.90 | 1.300 |
| 18. He recibido asesoramiento financiero para gestionar mejor mi negocio (consejos sobre cómo manejar y usar el dinero de su negocio de manera efectiva) | 0.584 | 2.72 | 1.218 |

| | | | |
|--|------------------------|--------------|----------------------------|
| 2. He tenido acceso a programas de formación en emprendimiento. | 0.567 | 2.84 | 1.243 |
| 14. He encontrado inversionistas que han apoyado mi negocio. | 0.565 | 2.33 | 1.201 |
| 11. Considero que el acceso al crédito es fácil para mí. | 0.545 | 2.86 | 1.115 |
| 17. Estoy satisfecha con las opciones de financiamiento disponibles. | 0.485 | 2.91 | 1.089 |
| 12. Tengo suficiente dinero para invertir en mi negocio. | 0.480 | 3.03 | 1.066 |
| Factor 4. Autoconfianza y liderazgo | Carga factorial | Media | Desviación estándar |
| 38. Creo en mis habilidades como líder empresarial. | 0.806 | 4.16 | 0.877 |
| 42. Estoy satisfecha con mi nivel de autoconfianza en el ámbito empresarial | 0.799 | 4.04 | 0.939 |
| 36. Me siento segura en mi capacidad para liderar un negocio. | 0.765 | 4.11 | 0.974 |
| 41. La autoconfianza es crucial para mi éxito como emprendedora. | 0.667 | 4.19 | 0.972 |
| 37. Los empleados hombres aceptan mi liderazgo. | 0.533 | 3.57 | 0.989 |
| 1. Considero que tengo los conocimientos necesarios para iniciar y gestionar un negocio. | 0.500 | 3.76 | 1.003 |
| Factor 5. Limitaciones y desafíos en el desarrollo de negocios | Carga factorial | Media | Desviación estándar |
| 16. La falta de financiamiento ha sido un obstáculo para mi emprendimiento. | 0.687 | 3.04 | 1.177 |
| 5. La sobrecarga de trabajo doméstico afecta mi capacidad para emprender. | 0.583 | 3.03 | 1.161 |
| 8. La falta de redes de apoyo ha sido un obstáculo para mi negocio. | 0.551 | 2.95 | 1.124 |
| 4. Creo que necesito más formación para mejorar mis habilidades empresariales. | 0.484 | 4.07 | 0.974 |
| 10. Cuento con los ahorros necesarios para abrir y mantener mi negocio. | -0.401 | 3.22 | 1.096 |
| Factor 6. Apoyo familiar | Carga factorial | Media | Desviación estándar |
| 7. He encontrado apoyo en mi familia para emprender. | 0.823 | 3.91 | 1.020 |
| 6. Recibo suficiente ayuda en casa para dedicar tiempo a mi negocio. | 0.681 | 3.37 | 1.144 |
| 13. He encontrado apoyo financiero para emprender por parte de familiares y amigos | 0.541 | 3.24 | 1.189 |

Interpretación descriptiva de los factores

Apoyo gubernamental

A las dueñas de negocios se les preguntó si las autoridades locales son accesibles y receptivas a las necesidades de las emprendedoras. Como se muestra en la gráfica 1, se halló que el 50 % de las participantes expresó su desacuerdo, el 33 % se mostró neutral y únicamente el 17 % estuvo de acuerdo. Estos resultados reflejan una aparente falta de interés por parte de las autoridades hacia las inquietudes de las mujeres, lo cual limita el desarrollo y el potencial de sus negocios. Asimismo, se les preguntó si las políticas gubernamentales favorecen a los emprendedores en su sector de negocio. El 47 % señaló estar en desacuerdo, el 37 % no mostró tendencia y solo el 16 % dijo estar de acuerdo. De igual forma, se identificó un descontento latente respecto a las políticas que apoyan a los emprendedores, lo que sugiere una percepción general de falta de respaldo gubernamental en el sector.

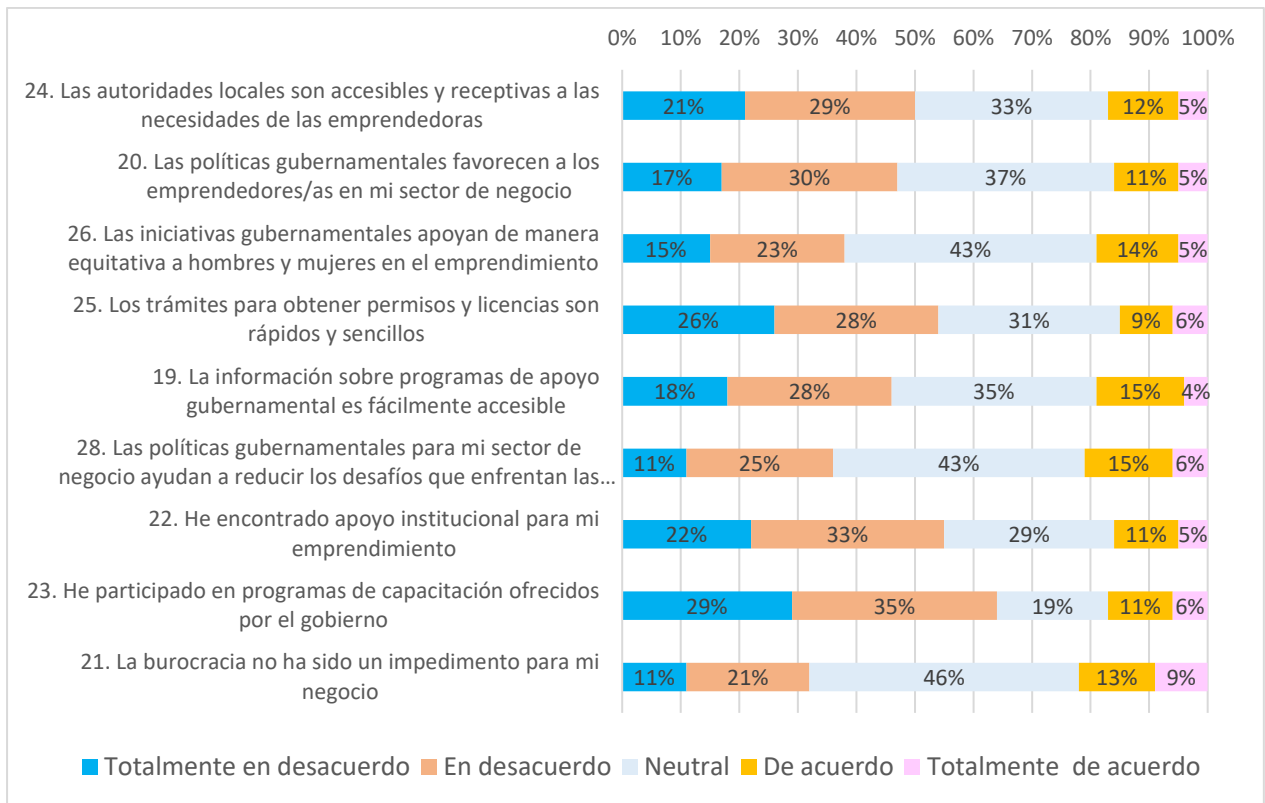
Por otra parte, se halló que el 38 % de las empresarias estuvo en desacuerdo con que las iniciativas gubernamentales apoyan de manera equitativa a hombres y mujeres en el emprendimiento, mientras que el 43 % se mostró neutral y el 19 % afirmó estar de acuerdo. Estos resultados reflejan la persistente desigualdad en el acceso a las iniciativas de apoyo orientadas a las mujeres, perpetuando la desigualdad y obstaculizando el avance y la competitividad de los negocios liderados por mujeres.

Además, se preguntó si los trámites para obtener permisos y licencias son rápidos y sencillos. Al respecto, el 54 % indicó estar en desacuerdo, el 31 % se mostró neutral y solo el 15 % dijo estar de acuerdo. Esto refleja que las emprendedoras perciben una falta de agilidad en los trámites, lo que constituye una barrera y exacerba la complejidad del fenómeno del emprendimiento femenino. Por otro lado, a las participantes se les preguntó si la información de los programas de apoyo es fácilmente accesible. El 46 % de las mujeres no estuvo de acuerdo, el 35 % no reflejó tendencia y únicamente el 19 % estuvo de acuerdo. Esto sugiere que la falta de información y la ausencia de medios de difusión adecuados dificultan que las mujeres conozcan y accedan a dichos programas.

Asimismo, se cuestionó a las participantes si las políticas gubernamentales para su sector de negocio ayudan a reducir los desafíos que enfrentan como mujeres emprendedoras. El 36 % indicó estar en desacuerdo, el 43 % se mostró neutral y el 21 % estuvo de acuerdo. Esto implica que las políticas actuales no logran aminorar las dificultades que afectan a las mujeres que operan sus negocios. Asimismo, se preguntó a las mujeres si han encontrado apoyo institucional para su emprendimiento, a lo cual el 55 % indicó estar en desacuerdo, el 29 % no mostró tendencia y el 16 % estuvo de acuerdo. La falta de apoyos genera múltiples obstáculos para las mujeres, disminuyendo sus oportunidades de éxito en un entorno competitivo. Además, el 29 % que respondió de manera neutral podría indicar que muchas mujeres desconocen los programas de apoyo disponibles.

Por otra parte, se encontró que el 64 % de las dueñas de negocios afirmó no haber participado en programas de capacitación ofrecidos por el gobierno, el 19 % se mostró neutral y solo el 17 % indicó una respuesta favorable. Estos resultados evidencian la escasa eficiencia o falta de divulgación de los programas de capacitación gubernamentales. En conjunto, esto refleja el limitado apoyo

que las instituciones brindan a las mujeres emprendedoras, lo que acarrea dificultades que frenan el crecimiento y el desarrollo de la competitividad. Además, las carencias en el acceso a programas de capacitación agravan los desafíos en el desarrollo de competencias necesarias para el éxito de sus pequeños negocios.



Gráfica 1

Resultados descriptivos del factor 1, apoyo gubernamental

Nota. Los ítems aparecen organizados de arriba hacia abajo y en ese mismo orden se describen en el texto.

Factor 2. Barreras de género y culturales en el emprendimiento femenino

Con relación a este factor, tal como se muestra en la gráfica 2, el 45 % de las dueñas de negocios expresó estar en desacuerdo con que han recibido un trato desigual en negociaciones comerciales por ser mujeres, el 31 % se mostró imparcial y el 24 % estuvo de acuerdo. Estas respuestas sugieren que algunos entornos pueden ser más inclusivos en términos de negociaciones comerciales. Sin embargo, el 24 % que percibe discriminación indica que todavía existen áreas donde los estereotipos de género influyen negativamente en la forma en que las mujeres son tratadas en contextos comerciales, lo que representa un desafío persistente.

Asimismo, se encontró que el 51 % de las mujeres no está de acuerdo con que las creencias comunes sobre los roles tradicionales de género hayan afectado la aceptación de su negocio, el 30 % se mostró neutral y el 19 % afirmó estar de acuerdo. Otro aspecto que se cuestionó fue si han experimentado rechazo de clientes por su condición de ser mujer; el 62 % indicó estar en desacuerdo, el 19 % fue imparcial y el 19 % señaló estar de acuerdo. Estos resultados evidencian importantes avances hacia una mayor equidad en diversos sectores comerciales. Sin embargo, se observan casos en los que aún se percibe discriminación en contextos donde hay presencia de mujeres, lo que refleja la persistente influencia negativa de los estereotipos de género en ciertos entornos. Aunque una parte significativa no percibe que las creencias sobre roles tradicionales afecten la aceptación de sus negocios, todavía hay mujeres que enfrentan estas limitaciones. Esto subraya la necesidad de trabajar en eliminar estas barreras para crear entornos más inclusivos.

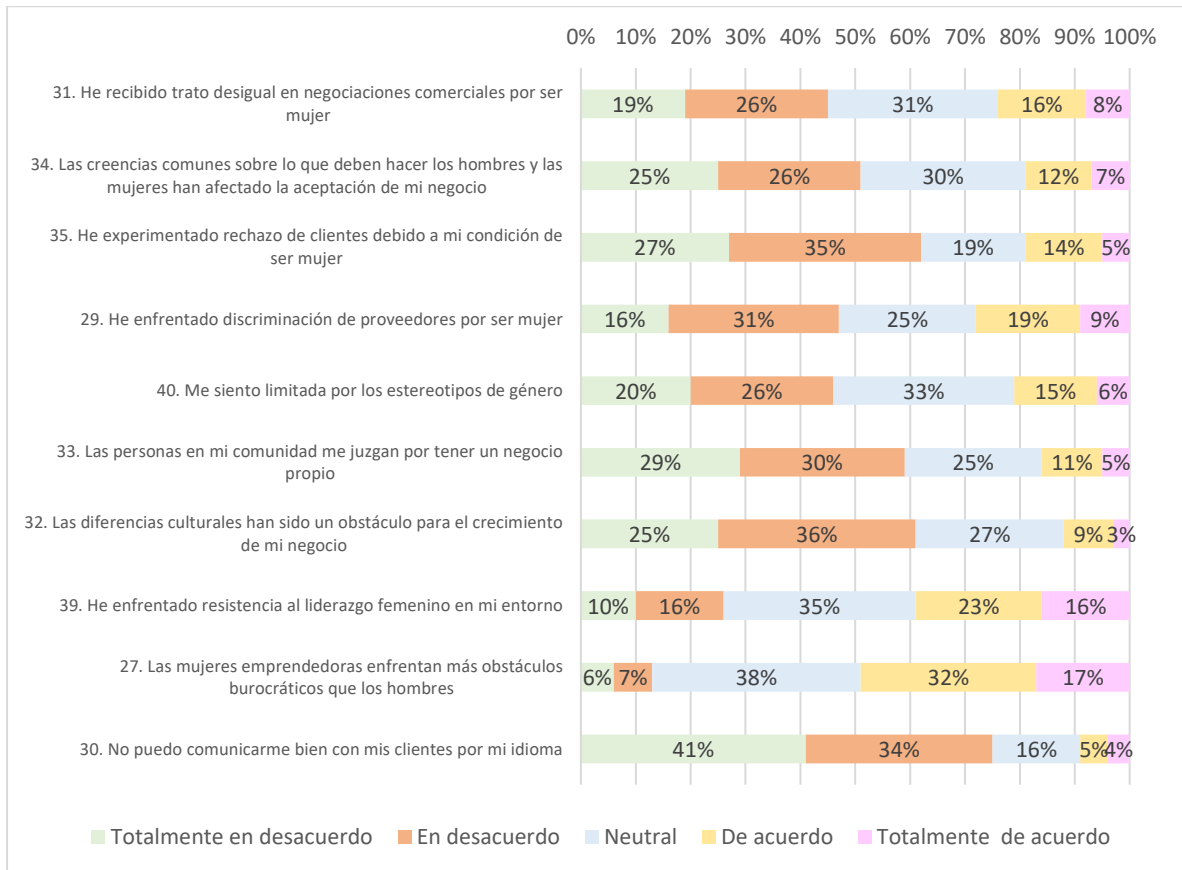
Por otra parte, se les preguntó si han experimentado discriminación de proveedores por ser mujeres. Al respecto, el 47 % señaló estar en desacuerdo, el 25 % se mostró imparcial y el 28 % indicó estar de acuerdo. Asimismo, se encontró que el 46 % de las mujeres expresó estar en desacuerdo con sentirse limitadas por los estereotipos de género, el 33 % no mostró tendencia y el 21 % estuvo de acuerdo. Esto sugiere que las mujeres han implementado diversas estrategias para enfrentar y mitigar obstáculos, como el desarrollo de estrategias personales, la creación de redes de apoyo y la adaptación a cambios en los mercados.

Además, el 59 % de las dueñas de negocios expresó estar en desacuerdo con que las personas en su comunidad las juzguen por tener un negocio propio, el 25 % se mostró neutral y el 16 % estuvo de acuerdo. Asimismo, se encontró que el 61 % de las mujeres no está de acuerdo con que las diferencias culturales hayan sido un obstáculo para el crecimiento de su negocio, el 27 % permaneció neutral y el 12 % mostró una tendencia afirmativa. Estos resultados reflejan cambios positivos en la percepción de la presencia de las mujeres en el ámbito social y empresarial. Sin embargo, las respuestas neutrales podrían indicar indiferencia o falta de consenso sobre estos temas, lo que resalta la diversidad de realidades que enfrentan las mujeres emprendedoras.

Sin embargo, se encontró que el 39 % de las participantes está de acuerdo en que han enfrentado resistencia al liderazgo en su entorno, el 35 % no mostró una tendencia definida y el 26 % no estuvo de acuerdo con esta afirmación. Esto podría indicar que el liderazgo aún se asocia con características masculinas, derivadas de normas tradicionales de género. Asimismo, el 49 % de las mujeres emprendedoras indicó estar de acuerdo con que enfrentan más obstáculos burocráticos que los hombres. Esto podría deberse a que

muchas no tienen acceso a redes empresariales que les ayuden a sortear de manera más eficiente los trámites, además de que algunos funcionarios pueden mantener actitudes cargadas de estereotipos hacia las mujeres emprendedoras.

Del mismo modo, el 75 % de las participantes no está de acuerdo con que tienen dificultades para comunicarse con sus clientes debido al idioma, el 16 % se mostró neutral y solo el 9 % reflejó una tendencia positiva. Esto sugiere que las mujeres reconocen sus habilidades de comunicación, ya que han aprendido del mercado y comprenden las necesidades de sus clientes.



Gráfica 2

Resultados descriptivos del factor 2: barreras de género y culturales en el emprendimiento femenino

Nota. Los ítems aparecen organizados de arriba hacia abajo y en ese mismo orden se describen en el texto.

Factor 3. Financiamiento y formación para el emprendimiento

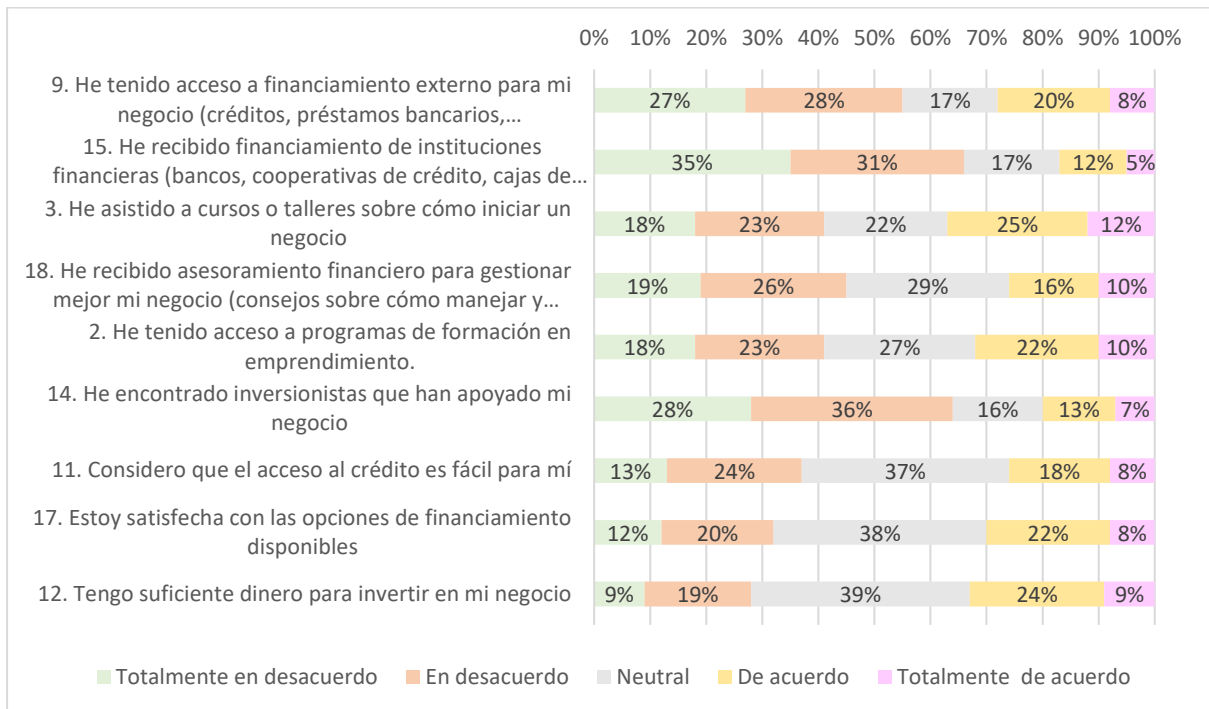
Según los datos presentados en la gráfica 3, el 55 % de las dueñas de negocio expresó estar en desacuerdo con que han tenido acceso a financiamiento externo para su negocio (créditos, préstamos bancarios o arrendamientos), el 17 % se mostró neutral y el 28 % señaló estar de acuerdo con la afirmación. Asimismo, el 66 % mostró una tendencia negativa respecto a haber recibido financiamiento de instituciones financieras (bancos, cooperativas de crédito, cajas de ahorro o fondos de pensiones); el 17 % no mostró tendencia y el 17 % indicó estar de acuerdo.

Otro dato interesante es que el 41 % de las participantes expresó estar en desacuerdo con haber asistido a cursos o talleres sobre cómo iniciar su negocio, el 22 % permaneció neutral y el 37 % mostró una tendencia negativa en su respuesta. Estos resultados se interpretan como un obstáculo estructural significativo que debe abordarse, ya que las barreras de entrada al sistema financiero, derivadas de los estrictos requisitos de financiamiento, son especialmente difíciles de superar para las mujeres debido a las desigualdades económicas a las que se enfrentan. La falta de apoyos financieros representa un impedimento importante para el crecimiento de los negocios liderados por mujeres y para su capacidad de competir en el mercado.

Asimismo, el 45 % de las mujeres expresó estar en desacuerdo con haber recibido asesoramiento financiero para gestionar mejor su negocio, el 29 % no mostró una tendencia definida y solo el 26 % afirmó estar de acuerdo. De igual forma, se cuestionó si han tenido acceso a programas de formación en emprendimiento; al respecto, el 41 % de las participantes negó haber recibido dicha formación, el 27 % se mostró neutral y únicamente el 32 % indicó haber participado en estos programas. Del mismo modo, se preguntó si han encontrado inversionistas que hayan apoyado sus negocios. El 64 % de las dueñas de negocios rechazó estar de acuerdo, el 16 % fue imparcial y el 20 % afirmó haber contado con el apoyo de inversionistas. También se cuestionó si consideran que el acceso al crédito es fácil para ellas; el 37 % estuvo en desacuerdo, otro 37 % se mantuvo neutral y el 26 % señaló estar de acuerdo. Estos resultados evidencian una brecha importante en el acceso a herramientas que permitan una gestión eficiente de los negocios. Es evidente la carencia de formación en emprendimiento, lo que retrasa la puesta en marcha de ideas para los micronegocios. Además, es probable que las dueñas de negocios no hayan accedido al financiamiento debido a las dificultades inherentes a este proceso.

Por último, se preguntó a las mujeres si estaban satisfechas con las opciones de financiamiento disponibles. El 22 % expresó estar en desacuerdo, el 38 % se mostró imparcial y solo el 30 % indicó estar de acuerdo. Otro hallazgo interesante es que el 28 % de las dueñas de negocios negó tener dinero suficiente para invertir en sus negocios, el 39 % no mostró tendencia y el 33 % afirmó contar

con recursos suficientes. Es posible que las mujeres emprendedoras desconozcan las opciones de financiamiento disponibles o que las mismas no sean accesibles. Esto podría llevar a que recurran a fuentes informales de financiamiento, como amigos, redes personales o familiares. Lo anterior puede ser consecuencia de flujos de ingresos inestables y de la naturaleza de los pequeños negocios, cuyas ganancias suelen ser variables, lo que dificulta el acceso a créditos formales.



Gráfica 3
Resultados descriptivos del factor 3: financiamiento y formación para el emprendimiento

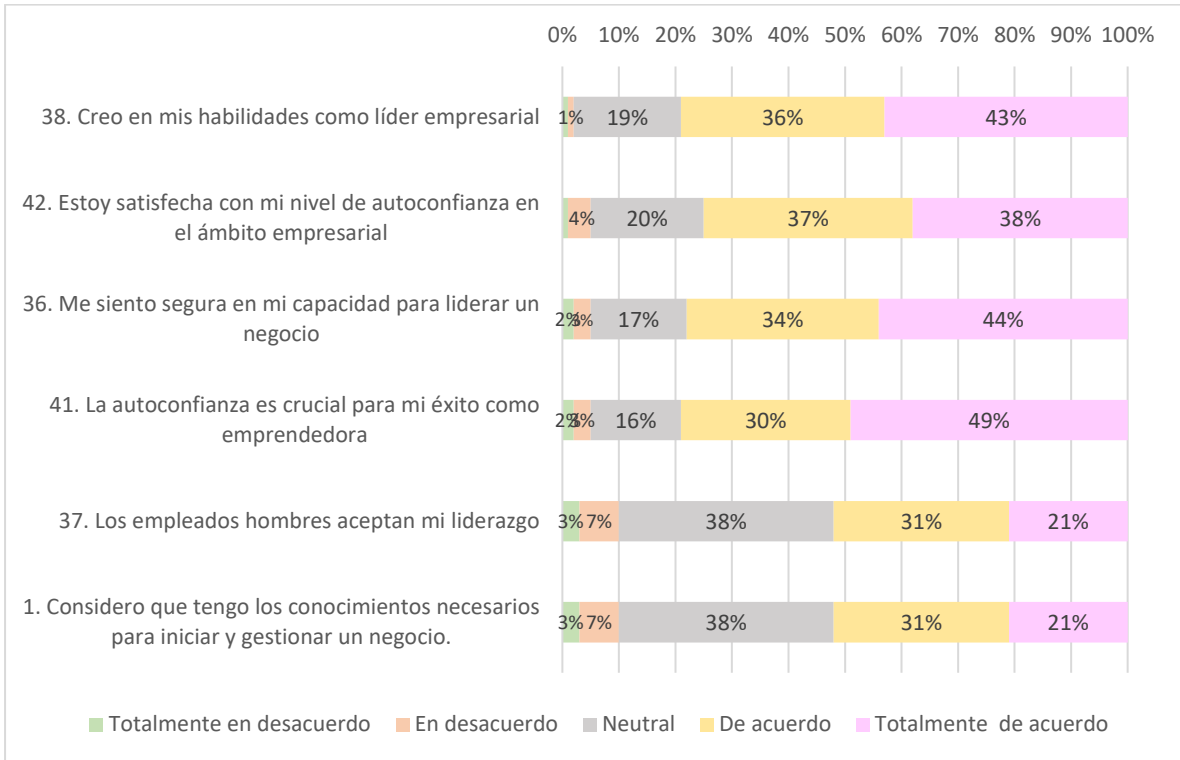
Nota. Los ítems aparecen organizados de arriba hacia abajo y en ese mismo orden se describen en el texto.

Factor 4. Autoconfianza y liderazgo

En este factor se analizó la creencia en las habilidades como líderes empresariales de las dueñas de negocio. Tal como se presenta en la gráfica 4, se encontró que el 79 % de las entrevistadas estuvo de acuerdo con sus capacidades de liderazgo, mientras que el 19 % se mostró neutral y el 2 % expresó estar en desacuerdo. Asimismo, el 75 % de las mujeres coincidió en estar satisfechas con su nivel de autoconfianza en el ámbito empresarial, mientras que el 20 % no mostró tendencia y el 5 % manifestó una percepción negativa.

También se les preguntó si se sienten seguras de su capacidad para liderar un negocio, y el 78 % de las participantes respondió de manera positiva, el 17 % se mostró neutral y el 5 % rechazó el enunciado. Los datos reflejan que la mayoría de las mujeres confía en su liderazgo, lo que les permite enfrentar diversos obstáculos como las expectativas de género y los techos de cristal. Sin embargo, todavía existen mujeres que dudan de sus capacidades, lo que subraya la necesidad de fortalecer redes de apoyo empresarial para empoderarlas aún más.

Por otra parte, se investigó si las participantes consideran que la autoconfianza es crucial para el éxito como emprendedoras. Al respecto, el 79 % de las mujeres estuvo de acuerdo, el 16 % no definió su tendencia y solo el 5 % estuvo en desacuerdo. Asimismo, el 52 % de las mujeres afirmó que los empleados hombres aceptan su liderazgo, el 38 % se mostró neutral y únicamente el 10 % no estuvo de acuerdo. Finalmente, se les preguntó si consideran que tienen los conocimientos necesarios para gestionar un negocio. El 52 % señaló estar de acuerdo, el 38 % fue neutral y únicamente el 10 % expresó estar en desacuerdo. Los datos reflejan que las mujeres entrevistadas reconocen la autoconfianza como una base fundamental para el éxito, además de considerarla una herramienta valiosa para contrarrestar los prejuicios sociales que limitan a las mujeres. Sin embargo, aunque la aceptación del liderazgo femenino por parte de los empleados hombres alcanza poco más del 50 %, esto, aunque representa un avance, evidencia la necesidad de fomentar culturas organizacionales donde el liderazgo sea evaluado en función de las competencias y no del género.



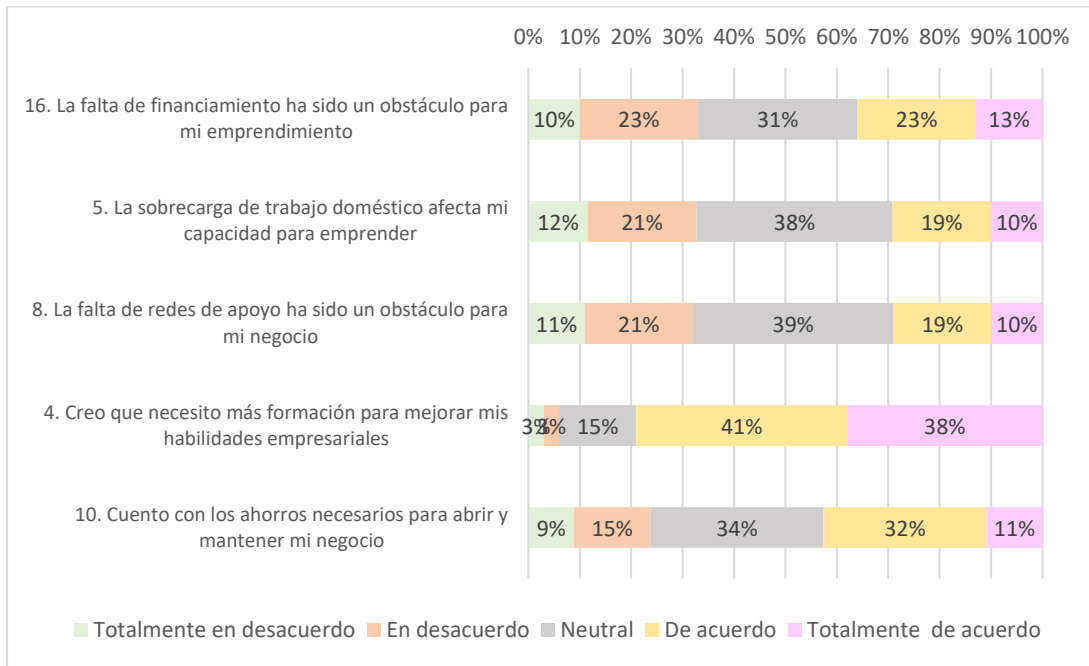
Gráfica 4
 Resultados descriptivos del factor 4: autoconfianza y liderazgo

Nota. Los ítems aparecen organizados de arriba hacia abajo y en ese mismo orden se describen en el texto.

Factor 5. Limitaciones y desafíos en el desarrollo de negocios

Con relación a este factor y como se indica en la gráfica 5, el 36 % de las mujeres expresó estar de acuerdo en que la falta de financiamiento ha sido un obstáculo para su emprendimiento, mientras que el 31 % no mostró una tendencia definida y el 37 % estuvo en desacuerdo. De manera similar, el 29 % de las participantes señaló que la sobrecarga de trabajo doméstico afecta su capacidad para emprender, el 38 % se mostró neutral y el 33 % no estuvo de acuerdo. Asimismo, el 29 % indicó que la falta de redes de apoyo ha sido un obstáculo para sus negocios, el 39 % se mantuvo neutral y el 32 % expresó estar en desacuerdo. Los datos sugieren que el financiamiento representa una limitante importante; sin embargo, es posible que las mujeres recurran a otros tipos de apoyo, como el de familiares o amigos. En cuanto al trabajo doméstico, aunque casi 3 de cada 10 participantes reportan sentir esa carga, el resto no lo percibe de la misma forma. Esto podría deberse a creencias asociadas con los estereotipos de género que asignan a las mujeres las responsabilidades del hogar, lo que duplica su carga de trabajo y puede generar diversas secuelas físicas y mentales.

Un hallazgo interesante es que el 79 % de las mujeres encuestadas estuvo de acuerdo en que necesita más formación para mejorar sus habilidades empresariales, el 15 % se mostró neutral y solo el 6 % estuvo en desacuerdo. Sin embargo, cuando se les preguntó si cuentan con los ahorros necesarios para abrir o mantener su negocio, el 43 % respondió afirmativamente, el 34 % se mostró imparcial y el 23 % indicó estar en desacuerdo. Estos datos evidencian que las mujeres reconocen la necesidad de capacitación para adquirir conocimientos y habilidades especializadas que les permitan incrementar su competitividad y resiliencia en los mercados. Asimismo, aunque 4 de cada 10 dueñas de negocios reportaron contar con recursos económicos, un porcentaje significativo percibe incertidumbre financiera, lo que pone de manifiesto una brecha en la seguridad financiera. Esta brecha puede estar asociada a factores como las desigualdades salariales y la falta de acceso a créditos formales.



Gráfica 5
Resultados descriptivos del factor 5: limitaciones y desafíos en el desarrollo de negocios

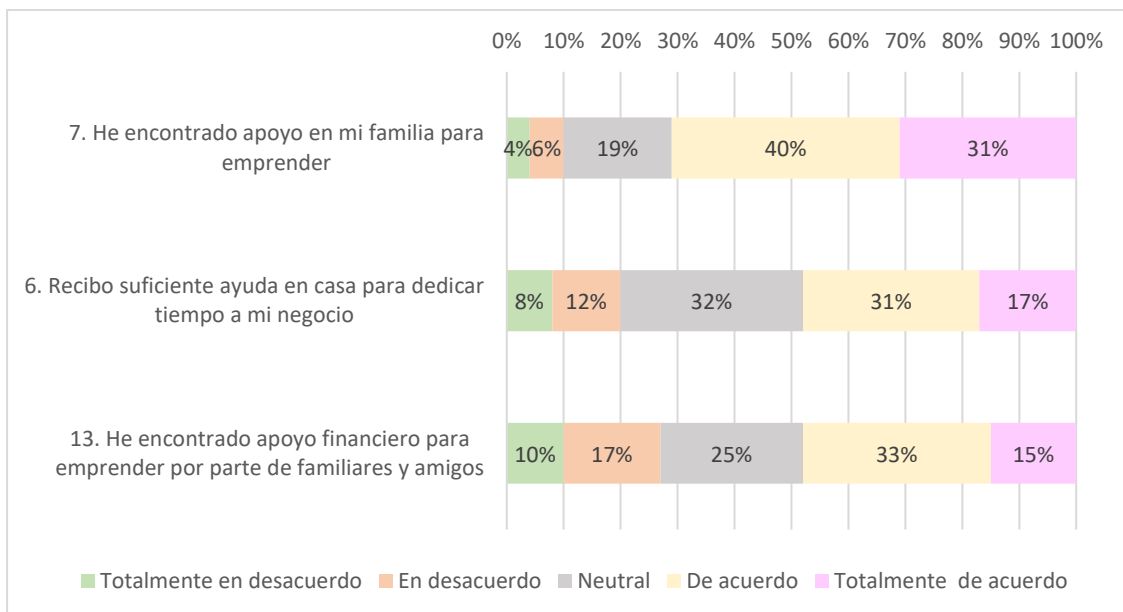
Nota. Los ítems aparecen organizados de arriba hacia abajo y en ese mismo orden se describen en el texto.

Factor 6. Apoyo familiar

Con relación a este factor, el 71 % de las dueñas de negocios expresó estar de acuerdo en que ha encontrado apoyo en su familia para emprender, el 19 % se mostró neutral y únicamente el 10 % indicó no estar de acuerdo. Asimismo, el 48 % señaló estar de acuerdo con que recibe suficiente ayuda en casa para dedicarle tiempo a su negocio, el 32 % no mostró tendencia y el 20 % indicó estar en desacuerdo. Por su parte, el 48 % afirmó estar de acuerdo en que ha recibido apoyo financiero por parte de familiares y amigos, el 25 % se mostró neutral y el 27 % no estuvo de acuerdo.

Estos datos permiten identificar que el apoyo familiar es un recurso valioso para las mujeres emprendedoras, ya que les brinda soporte emocional y motivación, ayudándolas a enfrentar adversidades. Por otra parte, se observó que casi la mitad de las entrevistadas recibe apoyo en las tareas domésticas. Sin embargo, existe otra mitad que continúa enfrentando una carga desproporcionada de trabajo doméstico, lo que resalta la importancia de fomentar prácticas de corresponsabilidad en el hogar. Esto permitiría a las mujeres dedicar más tiempo a sus negocios y a la adquisición de habilidades de gestión.

Asimismo, se identificó que casi la mitad de las dueñas de negocios han recibido apoyo económico de parte de sus familiares y amigos, lo que pone de manifiesto la relevancia del capital social como una fuente inicial de financiamiento para muchas mujeres emprendedoras.



Gráfica 6
Resultados descriptivos del factor 6: apoyo familiar

Nota. Los ítems aparecen organizados de arriba hacia abajo y en ese mismo orden se describen en el texto.

Discusión

La mitad de las dueñas de negocios declaró no estar de acuerdo con que las autoridades locales sean accesibles y receptivas a las necesidades de las emprendedoras. Casi la mitad reconoció que las políticas gubernamentales no favorecen a las emprendedoras, y 4 de cada 10 mujeres afirmaron que las iniciativas gubernamentales no apoyan de forma equitativa a mujeres y hombres. Asimismo, 5 de cada 10 participantes expresaron su descontento con la rapidez y facilidad para gestionar trámites y permisos. Además, el 46 % mostró disgusto con la accesibilidad de la información sobre programas de apoyo.

También se encontró que casi 6 de cada 10 mujeres declararon no estar de acuerdo con la efectividad de las políticas gubernamentales. Asimismo, 6 de cada 10 dueñas de negocios afirmaron no haber participado en ningún programa de capacitación ofrecido por el gobierno. Estos hallazgos son relevantes porque muestran un panorama de ineficiencia en las políticas gubernamentales, especialmente en temas relacionados con el género. En este sentido, coincidimos con Nziku y Henry (2021), quienes sostienen que las políticas deben estar alineadas con el entorno geográfico y social de las mujeres.

De acuerdo con Hernández et al. (2019), las mujeres presentan tasas de fracaso más altas en sus negocios en comparación con los hombres. Por su parte, Cacay-Cacay et al. (2023) afirmaron que es prioritario que los gobiernos desarrollen e implementen políticas activas que impulsen el emprendimiento y permitan la atracción de inversiones nacionales y extranjeras para garantizar estabilidad. Además, Hechavarría e Ingram (2019) encontraron que las tasas de emprendimiento femenino crecen cuando las barreras de entrada, como las políticas gubernamentales, apoyan el emprendimiento. En caso contrario, estas barreras desalientan la participación de las mujeres. Por lo tanto, las naciones deben comprometerse a desarrollar programas de seguimiento para mujeres emprendedoras con el objetivo de impulsar la intención emprendedora desde edades tempranas (Boubker et al., 2021). La falta de atención gubernamental al emprendimiento femenino es el resultado de una combinación de políticas poco eficaces y mal diseñadas, ajenas a las necesidades específicas de las mujeres. Esto provoca una falta de motivación hacia la iniciativa emprendedora (Alvarado-Carrillo et al., 2022; Serio, 2022).

Con relación al factor dos, que abarca las barreras de género y culturales en el emprendimiento femenino, se observa que, aunque la mitad de las mujeres dueñas de negocios no ha percibido manifestaciones claras relacionadas con barreras como tratos desiguales, discriminación por parte de clientes o proveedores, o limitaciones por los estereotipos de género, persisten diversos desafíos. Entre estos destacan la resistencia hacia su liderazgo y los obstáculos que perciben como agravados por su condición de ser mujeres.

Al respecto, Aljarodi et al. (2022) señalan que las percepciones sociales suelen considerar que el emprendimiento es un ámbito predominantemente masculino. Esta idea puede tener consecuencias negativas en la confianza y las capacidades de las mujeres emprendedoras. Esto coincide con lo expuesto por Byrne et al. (2018), quienes sostienen que los estereotipos no solo afectan la autopercepción de las mujeres, sino que también impactan en cómo las perciben los clientes potenciales y sus pares. Esto genera discriminación y tratos desiguales en el mundo empresarial. Asimismo, Constantinidis (2021) afirma que la internalización de los estereotipos de género complica aún más los esfuerzos de las mujeres por construir relaciones comerciales eficientes que les permitan crecer y fortalecer sus negociaciones.

Con respecto al liderazgo de las mujeres dueñas de negocios, se reconoce que las participantes han enfrentado resistencia hacia su liderazgo. Esto es consistente con lo señalado por Sudha y Shahnawaz (2016), quienes destacaron que las mujeres, en diversas ocasiones, adoptan estilos de liderazgo colaborativo que no se alinean con los estilos de liderazgo más dominantes y autoritarios típicamente asociados a los hombres, los cuales suelen ser considerados como más efectivos. Además, la escasa representación de las mujeres en roles de liderazgo perpetúa sesgos y estereotipos, marginándolas y creando un ciclo que desalienta a las mujeres emprendedoras a perseguir sus ambiciones. Esto, a su vez, contribuye a que su presencia en el ámbito del emprendimiento sea limitada (Kidney et al., 2024).

Con relación al tema de la financiación y formación para el emprendimiento, se identificaron importantes desafíos que deben enfrentarse. Entre estos se encuentra el acceso limitado a financiamiento externo para sus negocios; casi la mitad de las mujeres no ha recibido asesoramiento financiero que les ayude a gestionar mejor sus negocios, y muchas han encontrado dificultades para atraer inversionistas. Por otra parte, en el ámbito de la formación, solo tres de cada diez mujeres han recibido capacitación en emprendimiento, y casi cuatro de cada diez han recibido formación específica sobre cómo iniciar su negocio. Según Cicchiello et al. (2020), las mujeres, en muchas ocasiones, no son contempladas o están excluidas de las fuentes tradicionales de financiamiento, debido a estereotipos y sesgos de género. De igual forma, Bernat et al. (2022) señalan que las mujeres continúan enfrentando condiciones crediticias adversas, ya que, a diferencia de los hombres, suelen no contar con una base financiera sólida, lo que se suma a las elevadas tasas de interés.

Ahora bien, Avolio (2020) reconoce que es bajo el número de mujeres que logran ahorrar en los bancos, por lo que resulta importante impulsar la educación financiera entre ellas. Asimismo, Nevi et al. (2025) afirman que, para apoyar la alfabetización financiera de las mujeres, es necesario promover iniciativas de capacitación. Al respecto, Martínez et al. (2021) y Macías et al. (2023) enfatizan que los programas de formación deberían ser exclusivos para mujeres, considerando temas como finanzas e ideas de negocios. Se reconoce que los talleres o cursos con perspectiva de género contribuyen a la creación de ecosistemas empresariales más inclusivos.

El factor cuatro, que mide la autoconfianza y liderazgo de las dueñas de negocio, arrojó hallazgos significativos. Se encontró que casi ocho de cada diez mujeres creen en sus habilidades como líderes empresariales y sienten autoconfianza. Sin embargo, solo la mitad percibe de forma positiva que los empleados hombres aceptan su liderazgo, y cinco de cada diez consideran que tienen los conocimientos necesarios para gestionar su negocio. En este sentido, se coincide con Gerke (2023), encontró que la autoeficacia es un elemento importante en las mujeres que tienen que sacar adelante y crecer sus negocios, ya que coadyuva en el fortalecimiento de su autoestima y liderazgo. Astuti (2024) afirma que la autoeficacia influye en la perseverancia, la proactividad y en la mejora de los

procesos de toma de decisiones. De esta manera, resulta posible alinearse con la argumentación de Haj Youssef (2024) y Germann (2024), quienes expresan que la autosuficiencia aumenta a través de sistemas tutoría y mentoría.

Con respecto al factor cinco, que analiza las limitaciones y los desafíos, se identificó que una de las barreras más significativas es la falta de formación para mejorar las habilidades empresariales de las dueñas de negocios. Al respecto, Mvunabandi (2023) señala que los programas de capacitación suelen fortalecer las habilidades y el conocimiento de las mujeres en la gestión de sus negocios. Por su parte, Pratikto et al., (2023) reconocen que el desarrollo de habilidades gerenciales contribuye a incrementar la competitividad y a mejorar la atención brindada a los clientes. Asimismo, Wulandari et al. (2025) coinciden en que la capacitación permite a las empresarias enfrentar de manera más eficiente los obstáculos que surgen en la operación cotidiana de sus negocios.

Por último, con relación al factor seis, que estudia el apoyo familiar, se encontró que siete de cada diez dueñas de negocios han recibido apoyo para emprender. Sin embargo, solo cinco de cada diez reciben ayuda para dedicar tiempo a su negocio, y únicamente la mitad han obtenido apoyo financiero de su familia para emprender. Wijewardena et al. (2020) y Pocol y Teselios (2016) sostienen que las mujeres que cuentan con el apoyo de sus familias son capaces de incrementar su creatividad en sus negocios y pueden experimentar reducciones significativas en el estrés. Además, el apoyo familiar constituye un soporte emocional clave, ya que permite a las mujeres enfrentar las responsabilidades familiares al mismo tiempo que gestionan sus negocios (Neneh & Welsh, 2022).

Conclusiones

Las dueñas de negocios se enfrentan a diversas dificultades, se reconoce que uno de los factores que tiene mayor prevalencia es el apoyo gubernamental el cual no es suficiente ante las diversas necesidades que tienen las mujeres. Es necesario que el gobierno ofrezca apoyo para el trámite de permisos y licencias, se propone que se implementen ventanillas únicas dirigidas a mujeres para que puedan realizar más rápido el papeleo que se requiere. Además de promover y fortalecer los programas orientados al emprendimiento femenino. Queda claro que las mujeres necesitan mayor apoyo institucional, ya que esto les permite incrementar el éxito de sus negocios.

Asimismo, se recomienda desarrollar programas a capacitación orientados a mujeres para que puedan sentirse en espacios seguros y así poder desarrollar sus ideas de negocio, así como adquirir redes de contacto. Para poder crear este tipo de talleres es importante que los capacitadores reciban formación de la perspectiva de género.

En relación con las barreras de género y culturales para el emprendimiento, resulta fundamental seguir promoviendo la sensibilización social para erradicar los roles y estereotipos que obstaculizan el trabajo cotidiano de las mujeres en el ámbito económico. Si bien se observan avances, aún queda camino por recorrer, ya que en esta investigación aproximadamente una cuarta parte de las participantes percibe trato desigual en negociaciones, cerca del 30 % reporta discriminación por parte de proveedores, y cuatro de cada diez reconoce haber enfrentado resistencia hacia su forma de ejercer el liderazgo. Es necesario, generar espacios que permitan que las mujeres aprender técnicas de negociación y logren generar redes de apoyo.

Ahora bien, en lo que respecta al acceso a financiamiento y formación empresarial, se identifica una brecha significativa que dificulta el acceso de las mujeres emprendedoras a créditos formales, evidenciando tanto un limitado conocimiento sobre estas herramientas como la existencia de barreras estructurales que restringen su inclusión financiera. Los requisitos exigidos por las instituciones financieras resultan, en muchos casos, inaccesibles, lo que limita su capacidad de crecimiento y de participación competitiva en el mercado. En cuanto a la percepción sobre la escasez de cursos y talleres para iniciar un negocio, se considera necesario establecer espacios públicos de formación dirigidos específicamente a mujeres, con el objetivo de fortalecer sus habilidades empresariales y fomentar su autonomía económica.

Las mujeres participantes confían en sus capacidades de liderazgo y muestran autoconfianza, sin embargo, es necesario trabajar en la aceptación del liderazgo de las mujeres por parte de sus empleados hombres, ya que un poco más de la mitad de las dueñas de negocio expresó que su liderazgo es aceptado por ellos. Por lo que es importante trabajar con culturas laborales más inclusivas en donde se deje de demeritar el trabajo solo por el género y se fomente el liderazgo femenino como herramientas de progreso de los micronegocios. Si bien una gran mayoría de mujeres expresa seguridad en su liderazgo, el porcentaje de quienes afirman contar con los conocimientos necesarios para gestionar un negocio es menor. Por lo anterior, es necesario que las dueñas de negocio tengan acceso a programas de capacitación que coadyuven a fortalecer sus habilidades de gestión.

Por último, con relación al apoyo familiar, si bien las dueñas de negocio perciben el apoyo para emprender de parte de su familia, lamentablemente casi la mitad no recibe ayuda en los quehaceres domésticos y esto les resta tiempo que podría ocuparlo para el negocio. Por tanto, se hace urgente promover una cultura de corresponsabilidad en el hogar, que permita redistribuir equitativamente las labores de cuidado y así favorecer la participación activa y sostenida de las mujeres en el ámbito productivo. Además, el hecho de que casi la mitad de las mujeres haya recibido apoyo económico de familiares y amistades pone de relieve la importancia del capital social como un recurso clave para iniciar emprendimientos. Este tipo de apoyo, aunque valioso, puede no ser sostenible en el largo plazo, lo cual subraya la necesidad de ampliar el acceso a financiamiento formal y programas de apoyo gubernamental, evitando así que las emprendedoras dependan exclusivamente de redes personales.

Declaración de Conflictos de Interés

No declaran conflictos de interés.

Contribución de autores

| Autor | Concepto | Curación de datos | Análisis/ Software | Investigación / Metodología | Proyecto/ recursos / fondos | Supervisión/ validación | Escritura inicial | Redacción: revisión y edición final |
|-------|----------|-------------------|--------------------|-----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------|-------------------------------------|
| 1 | X | | X | X | X | X | X | X |
| 2 | X | X | X | X | | X | | X |
| 3 | | X | | | | X | | X |

Financiamiento

Ninguno.

Referencias

- Aljarodi, A., Thatchenkery, T., & Urbano, D. (2022). The influence of institutions on early-stage entrepreneurial activity: a comparison between men and women in Saudi Arabia. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(5), 1028-1049. <https://doi.org/10.1108/jeee-02-2021-0076>
- Alvarado-Carrillo, A., Valdivia-Velasco, M., Gutiérrez, H., & Lozano, M. Á. A. (2022). Estudio de género sobre la intención emprendedora en la universidad tecnológica el retoño, México. *Telos Revista De Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 24(3), 749-769. <https://doi.org/10.36390/telos243.18>
- Arena, C., Catuogno, S., Paoloni, P., & Pastore, P. (2023). Challenges for the New Generation of Female Entrepreneurs: An Assessment of the Studies. In: Paoloni, P., Lombardi, R. (Eds) *When the Crisis Becomes an Opportunity*. SIDREA Series in Accounting and Business Administration. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-21932-0_1
- Avolio, B. (2020). Toward realizing the potential of Latin America's women entrepreneurs: an analysis of barriers and challenges. *Latin American Research Review*, 55(3), 496-514. <https://doi.org/10.25222/larr.108>
- Bernat, L. F., Lambardi, G., & Palacios, P. (2022). Gender differences in the entrepreneurial ladder: evidence for Latin America. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(5), 1293-1312. <https://doi.org/10.1108/jeee-01-2021-0008>
- Boubker, O., Douayri, K., Aatar, A., & Rharzouz, J. (2021). Determinantes de la intención emprendedora de las mujeres marroquíes. *Revista Venezolana De Gerencia*, 26(6 Edición Especial), 520-538. Disponible en PDF en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8890601.pdf>
- Byrne, J., Fattoum, S., & García, M. C. D. (2018). Role models and women entrepreneurs: entrepreneurial superwoman has her say. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 154-184. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12426>
- Cacay-Cacay, J. C., Capa-Benítez, L. B., & Reyes-Mesones, K. C. (2023). Condiciones que fomentan la actividad emprendedora en Ecuador: análisis empírico del financiamiento y las políticas gubernamentales. *Cumbres*, 9(1), 21-38. Disponible en PDF en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9046149>
- Caldana, A.F.C., Sacramento, M.M., & Pimenta, L.S. (2023). Challenges of Female Entrepreneurship to Fostering Sustainable Development in Brazil. In: Leal Filho, W., Aguilar-Rivera, N., Borsari, B., R. B. de Brito, P., Andrade Guerra, B. (Eds) *SDGs in the Americas and Caribbean Region. Implementing the UN Sustainable Development Goals – Regional Perspectives*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-91188-1_60-1
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2023). *Observatorio de igualdad de género en América Latina y el Caribe: Población sin ingresos propios por sexo*. <https://oig.cepal.org/es/indicadores?id=2290>
- Cicchello, A. F., Kazemikhasragh, A., & Monferrá, S. (2020). Gender differences in new venture financing: evidence from equity crowdfunding in Latin America. *International Journal of Emerging Markets*, 17(5), 1175-1197. <https://doi.org/10.1108/ijoem-03-2020-0302>
- Constantinidis, C. (2021). How female entrepreneurs build strong business relationships: the power of gender stereotypes. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 13(3), 259-274. <https://doi.org/10.1108/ijge-11-2020-0185>
- Darnihamedani, P., & Terjesen, S. (2022). Male and female entrepreneurs' employment growth ambitions: The contingent role of regulatory efficiency. *Small Business Economics*, 58(1), 185-204. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00405-0>
- Ennis, C. A. (2019). The gendered complexities of promoting female entrepreneurship in the Gulf. *New Political Economy*, 24(3), 365-384. <https://doi.org/10.1080/13563467.2018.1457019>
- Gerke, A., Ianiro-Dahm, P., Muck, P., Lehmann-Willenbrock, N., & Hell, B. (2023). How do female entrepreneurs differ from male entrepreneurs? Distinguishing personality traits throughout the entrepreneurial journey. *The Journal of Entrepreneurship*, 32(3), 525-552. <https://doi.org/10.1177/09713557231210684>
- Germann, F., Anderson, S. J., Chintagunta, P. K., & Vilcassim, N. (2024). Frontiers: breaking the glass ceiling: empowering female entrepreneurs through female mentors. *Marketing Science*, 43(2), 244-253. <https://doi.org/10.1287/mksc.2023.0108>
- Ghatak, A., Alam, A., & Qureshi, I. (2023). Cultivating women entrepreneurship: A case study of SEWA. In B. Bhatt, I. Qureshi, D. M. Shukla, & V. Pillai (Eds.), *Social entrepreneurship and Gandhian thoughts in the post-COVID world*. *India Studies in Business and Economics*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-99-4008-0_12
- Gomes, K.R.F.P. & Leite, E.F. (2023). Female Entrepreneurship: Is It Possible to Reconcile Family and Business?. In: Naser, M.A. (Eds) *New Approaches to CSR, Sustainability and Accountability, Volume IV. Accounting, Finance, Sustainability, Governance & Fraud: Theory and Application*. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-9499-8_9
- Haj Youssef, M., Nolan, S., & Hussein, H. (2024). Navigating turbulence in the UK: how gender shapes self-employed social engagement during crises?. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 16(3), 315-340. <https://doi.org/10.1108/ijge-06-2023-0147>
- Hassan, M., Prabhu, J., Chandy, R., & Narasimhan, O. (2023). When bulldozers loom: Informal property rights and marketing practice innovation among emerging market microentrepreneurs. *Marketing Science*, 42(1), 137-165. <https://doi.org/10.1287/mksc.2022.1379>
- Haugh, H. M., & Talwar, A. (2016). Linking social entrepreneurship and social change: The mediating role of empowerment. *Journal of Business Ethics*, 133(4), 643-658. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2449-4>
- Hechavarría, D. M., & Ingram, A. E. (2019). Entrepreneurial ecosystem conditions and gendered national-level entrepreneurial activity: a 14-year panel study of GEM. *Small Business Economics*, 53, 431-458. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9994-7>
- Hernández, S. P. P., Leal, M. C., & García, M. L. S. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, 10(23), 158-167. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2019.v10.n23.a8>
- Hincapié Mesa, F. A., Montoya Morales, A. J., & Duque Hurtado, P. (2023). Emprendimiento femenino en América Latina: una aproximación teórica. *Económicas CUC*, 44(2), 191-234. <https://doi.org/10.17981/econcuc.44.2.2023.org.3>

- INEGI. (2025). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), tercer trimestre de 2024* [Comunicación de prensa]. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2025/iooe/IOE2025_07.pdf
- Kidney, E., McAdam, M., & Cooney, T. M. (2024). Everyday prejudices: An intersectional exploration of the experiences of lesbian and gay entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/ijeb-12-2022-1114>
- Laguía, A., Wach, D., Garcia-Ael, C. & Moriano, J.A. (2022). Think entrepreneur – think male”: the effect of reduced gender stereotype threat on women's entrepreneurial intention and opportunity motivation, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 28 No. 4, pp. 1001-1025. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-04-2021-0312>
- Macías, J. F., Silva, Y., & Zapata, Á. M. (2023). The role of universities in Latin American social entrepreneurship ecosystems: A gender perspective. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 16(1), 47-68. <https://doi.org/10.1108/ijge-03-2023-0081>
- Martínez, C. N., & Bañón, A. R. (2022). The business creation process and Latin American entrepreneurs. *Latin American Research Review*, 58(1), 90-109. <https://doi.org/10.1017/lar.2022.18>
- Martínez, R. R., Pastor, I. B., & Kuschel, K. (2021). A contextual approach to women's entrepreneurship in latin america: impacting research and public policy. *International Journal of Globalisation and Small Business*, 12(1), 83. <https://doi.org/10.1504/ijgsb.2021.10036469>
- Martínez-Rodríguez, I., Quintana-Rojo, C., & Gento, P., et al. (2022). Public policy recommendations for promoting female entrepreneurship in Europe. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18, 1235–1262. <https://doi.org/10.1007/s11365-021-00751-9>
- Miran, B., & Gültekin, S. (2024). Investigating the effects of the challenges faced by women entrepreneurs on their entrepreneurial capabilities and developing effective entrepreneurship strategies. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 14, 32. <https://doi.org/10.1007/s40497-024-00401-8>
- Mvunabandi, J. D., Nomlala, B. C., & Gadzikwa, L. (2023). An examination of adolescent girls' and young women's entrepreneurial knowledge in south africa: longitudinal study. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 4(1), 27-36. <https://doi.org/10.38142/ijesss.v4i1.382>
- Neneh, B. N. & Welsh, D. H. (2022). Family support and business performance of south african female technology entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(6), 1631-1652. <https://doi.org/10.1108/ijeb-05-2021-0402>
- Nevi, G., Ancillai, C., Pascucci, F., & et al. (2025). Investigating female entrepreneurship: A micro-perspective of drivers and barriers for aspiring and experienced women entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 21, 11. <https://doi.org/10.1007/s11365-024-01012-1>
- Nziku, D. M., & Henry, C. (2021). Policies for supporting women entrepreneurs in developing countries: The case of Tanzania. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 10(1), 38-58. <https://doi.org/10.1108/JEPP-09-2020-0073>
- Pocol, C. B., & Teselios, C. M. (2016). Perceptions of the support granted to female entrepreneurs in Romania: Between anticipation and assessment. *Studies in Agricultural Economics*, 118(1), 55–60. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.234970>
- Pratikto, H., Winarno, A., & Restuningdiah, N. (2023). The role of entrepreneurial competencies: successful key SMEs a literature review. *International Journal of Professional Business Review*, 8(7), e01955-e01955. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9059478>
- Saeed, S., Yousafzai, S., Yani-de-Soriano, M., & Muffatto, M. (2013). The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intention. In P. Kyrö & C. Brännback (Eds.), *Sustainable entrepreneurship* (pp. 3–23). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315611495-1>
- Sehrawat, M., & Sharma, D. (2024). Female Entrepreneurship, Institutional Support and Accomplishments: A Review. In: Dana, LP., Chhabra, M. (eds) *Women Entrepreneurship Policy*. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-97-3607-2_12
- Serio, M. (2022). Mujeres emprendedoras en américa latina: el nivel educativo y la probabilidad de emprender. *Ecos De Economía*, 25(52), 78-115. <https://doi.org/10.17230/ecos.2021.52.4>
- Šestić, M., & Ibrahimagić, S. (2017). The empowerment of women in Islamic economies: The Bosnia and Herzegovina experience with a focus on business problems in a women's small entrepreneurship. In V. Efenđić, F. Hadžić, & H. Izhar (Eds.), *Critical issues and challenges in Islamic economics and finance development* (pp. 151–169). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-45029-2_8
- Shabsough, T., Semerci, A. B., & Ergeneli, A. (2020). Women's entrepreneurial intention: The role of sticky floor perception and social networking. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 22(1), 45–55. <https://doi.org/10.1177/1465750320927356>
- Stoica, O., Roman, A., & Rusu, V. D. (2020). The Nexus between Entrepreneurship and Economic Growth: A Comparative Analysis on Groups of Countries. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su12031186>
- Sudha, K. S., & Shahnawaz, M. G. (2016). Positive and Negative Personality Traits; and Leadership Styles Across Gender in the Indian Context. *Abhigyan*, 34(1), 28-40. <https://doi.org/10.1177/0970238520160103>
- Talukdar, B. (2024) Factors and challenges influencing female migrant entrepreneurship: An empirical study in India. *J Glob Entrepr Res* 14, 23. <https://doi.org/10.1007/s40497-024-00392-6>
- Tan, L. P., Le, A. N. H., & Xuan, L. P. (2020). A systematic literature review on social entrepreneurial intention. *Journal of Social Entrepreneurship*, 11(3), 241–256. <https://doi.org/10.1080/19420676.2019.1640770>
- Wijewardena, N., Samaratunge, R., Kumara, A. S., Newman, A., & Abeysekera, L. (2020). It takes a family to lighten the load! The impact of family-to-business support on the stress and creativity of women micro-entrepreneurs in Sri Lanka. *Personnel Review*, 49(9), 1965–1986. <https://doi.org/10.1108/PR-05-2019-0251>

- Wu, J., Li, Y., & Zhang, D. (2019). Identifying women's entrepreneurial barriers and empowering female entrepreneurship worldwide: A fuzzy-set QCA approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(3), 905–928. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00570-z>
- Wulandari, D., Prayitno, P. H., Basuki, A., Prasetyo, A. R., Aulia, F., Gunawan, A., & Syafruddin, A. B. (2025). The influence of technology-based leadership training for women MSME owners. *Salud, Ciencia y Tecnología*, 5, 1107. <https://doi.org/10.56294/saludcyt20251107>
- Yousafzai, S. Y., Saeed, S., & Muffatto, M. (2015). Institutional theory and contextual embeddedness of women's entrepreneurial leadership: Evidence from 92 countries. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 587–604.