

# Aspectos que intervienen en el emprendimiento de la mujer en Mérida, Yucatán, México

Karina Concepción González-Herrera<sup>1</sup>  
Universidad Tecnológica Metropolitana, Mérida-México.  
[karina.gonzalez@utmetropolitana.edu.mx](mailto:karina.gonzalez@utmetropolitana.edu.mx)  
<https://orcid.org/0000-0002-1743-2614>

Flor Elizabeth Basora-Castañeda<sup>2</sup>  
Universidad Tecnológica Metropolitana, Mérida-México.  
[elizabethbasora7@gmail.com](mailto:elizabethbasora7@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0002-3174-8869>

## Informe de investigación

Recibido: 15-05-23

Revisado: 30-06-23

Aceptado: 30-11-23

## Resumen

**Introducción:** El presente trabajo aborda la problemática actual de las mujeres emprendedoras en la ciudad de Mérida Yucatán, México. **Objetivo:** Identificar los aspectos que intervienen en el emprendimiento de la mujer en la ciudad de Mérida, para el establecimiento de propuestas que permitan la consolidación de estas acciones en el mercado estatal. **Metodología:** A partir de un enfoque cuantitativo, con un 94% de confianza y un error de estimación del 0.06, se analizaron los datos recabados de 235 mujeres trabajadoras, mayores de 18 años. **Resultados y conclusiones:** El salario promedio mensual percibido por la mujer en sus actividades desempeñadas es de \$4,000.00 pesos; la mujer prefiere emprender mediante la venta de artículos varios (maquillaje, zapatos ropa, comida, etc.), realizadas en horario e ingresos libres; las mujeres casadas comparten responsabilidades con su pareja o familiar con quien comparten la vivienda, pero toman gran parte de las decisiones dentro del hogar validadas por el hombre, al demostrar estas mayor sentido de responsabilidad.

**Palabras clave:** economía, emprendimiento, innovación, mujer.

## Aspects involved in women's entrepreneurship in Mérida, Yucatán, Mexico

### Abstract

**Introduction:** The present study addresses the current problems of entrepreneurial women in the city of Mérida Yucatán, Mexico. **Objective:** identify the aspects that intervene in women's entrepreneurship in the city of Mérida, for the establishment of proposals that allow the consolidation of these actions in the state market. **Methodology:** Using a quantitative approach, with 94% confidence and an estimation error of 0.06, the data collected from 235 working women, over 18 years of age were analysed. **Results and conclusions:** The average monthly salary received by women in their activities is 4,000.00 pesos; women prefer to undertake business through the sale of various items (makeup, shoes, clothing, food, etc.), carried out during free hours and with free income; married women share responsibilities with their partner or family member with whom they share the home, but they make a large part of the decisions within the home validated by the man, as they demonstrate a greater sense of responsibility.

**Keywords:** economy, entrepreneurship, innovation, women.

### ¿Cómo citar este artículo? - How to cite this article?

González-Herrera,K. y Basora-Castañeda, F. (2024). Aspectos que intervienen en el emprendimiento de la mujer en Mérida, Yucatán, México. *Revista Visión Gerencial*, 23(1), pp. 08-21. Recuperado de: <https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.01.23.01>

<sup>1</sup> Doctorado en Desarrollo Regional de El Colegio de Tlaxcala A.C. Profesor de tiempo completo en el Tecnológico Metropolitana Universidad. Profesor de posgrado en otras instituciones académicas. Ha dirigido y colaborado en proyectos con CONAHCYT financiación. Líneas de investigación que se cultivan: movilidad, Las MIPYMEs y la dinámica organizacional y laboral.

<sup>2</sup> Licenciado en Administración de Empresas y Proyectos. Colaboró en la investigación de artículos de divulgación científica, así como en la participación de la Cuarta Internacional Congreso de Tecnología, Innovación, Competitividad y Sostenibilidad con la exposición del artículo "La mujer y su economía a través del emprendimiento".

## 1. Introducción

### 1.1. Planteamiento del problema

El emprendimiento es la capacidad y/o habilidad que un individuo alcanza cuando dirige su mayor esfuerzo y desempeño para el cumplimiento de una meta o un objetivo, el cual se puede convertir en un negocio, proyecto o inicio de una empresa formal (Duarte, 2007). En el emprendimiento se requieren integrar acciones concretas administrativas, en donde, la planeación, la organización y la identificación de canales, medios y espacios de distribución, de los productos y servicios por ofrecer, juegan un papel vital para la consecución de las metas del negocio, una vez ejecutada la idea inicial (González et al., 2019). El factor emprendimiento en la mujer ha evolucionado, producto de la multiplicidad de actividades realizadas por esta en el núcleo familiar, donde converge tanto el cumplimiento de sus compromisos con los integrantes de su familia, como sus responsabilidades de emprendedora.

Para la sociedad ha sido un gran cambio, porque normalmente son los hombres quienes realizan el emprendimiento.

Aunque la igualdad de género en estos tiempos ha tenido un gran avance, es innegable que el camino por recorrer aún es largo; emprender es sin duda un gran reto, al ser culturalmente más aceptado por la sociedad el desarrollo de la mujer en los ámbitos de educación y servicios.

Abanades, (2016, p. 17) afirma que las mujeres emprendedoras se incrementaron, cuando éstas decidieron continuar con sus estudios; lo que indica que ante una mejor preparación académica, mejor es el rendimiento y motivación en la ejecución de nuevos negocios. Las mujeres emprendedoras se enfrentan con grandes retos, siendo el principal el **uso de la tecnología, la construcción de procesos de trabajo** y el predominio, en la mayor parte de las industrias, del **liderazgo de los hombres**, por lo cual el hecho de que una mujer esté creando una empresa en estos sectores suele ser arriesgado.

La inclinación de la mujer hacia los estudios recae en las ciencias sociales y jurídicas, exceptuando su interés en su preparación académica con enfoque empresarial, por lo que existe un menor número de mujeres que optan por estudiar ese tipo de carreras. Según estudios realizados son muy pocas las mujeres estudiantes de carreras con enfoque empresarial, lo que conlleva a limitar sus oportunidades de negocios; las mujeres en el ámbito empresarial mayormente cuentan con menores conocimientos y experiencias que los hombres, y por ello se habla de sus menores posibilidades de destacar en el ambiente empresarial. Para las mujeres mexicanas, es un reto ingresar o participar en el mercado laboral como empresarias y cargos similares a este, con un estatus jerárquico alto; se considera que por ser del género femenino ello representa una limitación y obstáculo al intentar desarrollarse en ese ámbito, por lo que se concibe normalmente el desempeño de la mujer en las tareas del hogar (Espinosa et al., 2019)

Actualmente con los avances tecnológicos y las nuevas leyes de equidad, la mujer ha trabajado para alcanzar sus metas, ha logrado superarse para ocupar mejores puestos laborales, por lo que es importante contar con el apoyo de sus familiares y amigos para continuar día a día en la búsqueda de las mismas oportunidades que los hombres (Rodríguez, 2013).

Algunos factores del emprendimiento en la actualidad, abordados teóricamente, exponen las limitaciones con las que se encuentran las mujeres al momento de emprender, la presente investigación expone las dificultades presentes al iniciar un negocio.

En los estudios realizados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], (2018), se destaca que en los últimos años un porcentaje menor al 50% de la población, es conformado por las mujeres emprendedoras en México. Esta proporción aunque no alcanza el 50% de la población, tiene un crecimiento notorio y considerable en las mujeres, por lo que en años anteriores esos porcentajes eran menores al 10%; por

ejemplo, en el año 2013, el número de emprendedoras se incrementó en 4 millones a nivel nacional.

Para tener una idea clara sobre el emprendimiento de las mujeres, de acuerdo con Ordoñez-Abril et al. (2021, p. 70), es el proceso de relacionar los poderes existentes en su entorno, para tener un mayor control sobre estas; lo anterior se manifiesta en las diversas clases sociales, naciones, razas, géneros o entre personas, al igual que a través de derechos, intereses, y/o elecciones, como parte de la cotidianidad de la mujer en la actualidad. De tal forma que se pretende desafiar las relaciones existentes, al estimular a las mujeres a lograr su autonomía individual.

Lo anterior, conlleva a plantear que el emprendimiento se relaciona con la innovación, entendido este último como el poder de producir, asimilar y explorar las capacidades de éxito de una novedad económica y social, con el fin de aportar soluciones a problemas, en respuesta a las necesidades de las personas y de la sociedad con mayor eficiencia (Jordán, 2011). En la actualidad son más las mujeres que hombres, quienes inician un negocio por necesidad, también por acontecimientos inesperados, y por nuevos cambios de percepción, para la generación de nuevos conocimientos, que permitan la continuidad del emprendimiento.

El emprendimiento de la mujer tiene cierto perfil, el cual destaca el autoconocimiento individual, sin embargo, investigadores han determinado que no existe un incremento en la gestión de las relaciones. En cuanto existe mayor manifestación de las mujeres con propuestas de conciencia emocional, autoevaluación y autoconfianza, se detecta un alto rendimiento en las emprendedoras; lo anterior se ve ligado a su capacidad de autoevaluación y el conocimiento e identificación de su conciencia emocional, que produce un aumento en el autoconocimiento personal, y a su vez determina que las emprendedoras tengan un mayor potencial en sus capacidades (Olaz et al 2018).

Por otra parte, se han detectado comparaciones de igualdad de género que muestran las diferencias entre empresarios y

empresarias, y propician la determinación en las mujeres emprendedoras a desafiar una serie de barreras y complejidades presentes entorno al emprendimiento. Dentro de estas consideraciones, recaen sobre las mujeres las responsabilidades del hogar, por lo cual tienen que poner un mayor esfuerzo en el ámbito laboral, al propiciar la creación de sus propios negocios (Lozano et al., 2021). El apoyo familiar es un aspecto que puede ayudar a las emprendedoras, a alcanzar el éxito en sus proyectos en curso o futuros; también las acciones de los gobiernos e instituciones públicas tienen un rol participativo, porque las mujeres asumen el desafío de cumplir los retos impuestos, como son el de crear sus empresas, frente a la existencia de muchos prejuicios culturales acerca de la mujer emprendedora, en la cual al escuchar la palabra emprendimiento, se piensa en primer lugar en un hombre emprendedor (Lozano et al., 2021).

La mujer emprendedora posee un camino largo de su vida laboral, al enfrentar varias dificultades que requieren de solución, los cuales se asocian con el hogar y la familia; al inicio de un negocio, se necesita de mayor atención para el cumplimiento de las metas establecidas, lo cual significa menor cantidad de tiempo para la familia (Arellano et al., 2017). Sin embargo, poseer un negocio propio genera para la mujer una satisfacción al arrojar ingresos, y manejar de su propio horario, lo cual las hace independiente en el cumplimiento de sus metas propuestas. Por lo anterior, se idealiza a las mujeres emprendedoras exitosas, porque son capaces de manejar un imperio propio, al igual que estar actualizadas con toda tendencia, ser autónomas, profesionales y de dirigir una familia (Arellano et al., 2017).

La mujer emprendedora tiene diferentes motivaciones para superar dificultades y aprovechar sus oportunidades, presentes en el logro al enfrentar desafíos, los nuevos aprendizajes, la independencia propia, la autonomía, la seguridad de ingresos con éxito para su familia, entre otros. Estas motivaciones son de gran importancia, al ser capaces de

brindar a la mujer un apoyo satisfactorio a mayor escala en su entorno laboral (Navarro, 2016).

### 1.2. Objetivo

Dada la importancia del emprendimiento y sus complejidades en el entorno de la mujer, se considera pertinente identificar los aspectos que intervienen en el emprendimiento de la mujer en la ciudad de Mérida, Yucatán para el establecimiento de propuestas que permitan la consolidación de estas acciones en el mercado estatal.

### 1.3. Justificación

En la presente investigación se aborda el tema del emprendimiento de la mujer, considerada esta acción como una actividad económica, que coadyuva con la generación de ingresos y el fortalecimiento de la economía familiar.

Este proyecto contribuye a la identificación de las principales actividades laborales que las mujeres seleccionan para desarrollar sus emprendimientos, sus ingresos, condiciones, etc., lo cual ayuda en la creación de estrategias y propuestas de políticas, económicas y sociales, en las comunidades o localidades con mayor presencia de culturas limitativas para la permanencia, prevalencia y potenciación en el mercado de los emprendimientos. Con la información obtenida, se sientan las bases para nuevos estudios y proyectos encauzados hacia las situaciones que enfrenta la mujer para emprender en las localidades del Sur de México, contribuyendo con la implementación de acciones dirigidas hacia este sector de la población.

Con el análisis del perfil de la mujer emprendedora, se coadyuva en la maximización de la visión académica sobre el tema, desde el ámbito laboral, económico y social. Dicha visión podría ser difundida entre las niñas y jóvenes que se inician con actividades sociales y de emprendimiento, y así crear un futuro innovador que les permita aprender de nuevas experiencias y capacidades, repercutiendo positivamente a lo largo de su vida a través de la comunicación y divulgación de las acciones de emprendimiento de las mujeres de hoy.

## 2. Revisión literaria

El emprendimiento ha tomado fuerza en los últimos años, cada día son más las personas que desean emprender un negocio, poner en marcha sus ideas y no ser empleados, sino su propio jefe. Lo anterior propicia el análisis de las posturas que se presentan en la Tabla 1.

**Tabla 1. Conceptos del emprendimiento**

<p><i>El emprendimiento se conoce desde hace tiempo; se relaciona con la creación de productos y desarrollos tecnológicos e invenciones que determinan en qué producto comercializable se puede transformar y es representado por alguna persona, grupo u organización.</i></p>	<p>(Marvez, 2011)</p>
<p>“Un emprendedor es una persona que desarrolla sus ideas y las plasma para crear un nuevo negocio, estas pueden ser ideas de un simple negocio o ideas innovadoras, y las realiza con sus propios medios”. Es quien posee motivaciones y se apasiona, superando los obstáculos, indistintamente del género.</p>	<p>(Ferreiro, 2013, p. 84).</p>
<p>Todas las personas tienen determinadas habilidades, capacidades, actitudes, en el camino del emprendimiento, pero para ser un emprendedor y llegar al éxito dependerá mucho de que tanto se esmera y dedica el</p>	<p>(Abanades, 2016)</p>

tiempo y la actitud, ya que, no basta sólo con la voluntad.	
El emprendimiento es una actividad que propicia la creación de nuevas empresas, proyectos, negocios, estimulando las acciones actuales; tiene una relación estrecha con la productividad de los países.	(Duarte, Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial., 2007).
El proceso del emprendimiento aprovecha las oportunidades para la creación de un nuevo producto, servicio o un bien, lo anterior converge para el crecimiento y desarrollo económico.	(Uttermann et al., 2020)

Nota: Elaboración propia, a partir de los autores citados.

En el mercado laboral, las mujeres se han destacado por emprender sus propios negocios, por el cual empiezan a introducirse al terreno de las microempresas, con el fin de ganar la experiencia para expandirse a mayor escala en el mundo laboral (Acebedo et al., 2017). En ese sentido, Ordóñez et al., (2019, p. 7), explica que ha sido un debate entre géneros, porque tradicionalmente el hombre siempre es un candidato ejemplar para realizar el emprendimiento, al contrario de la mujer. Las razones y motivos por las que las mujeres emprenden son diferentes, porque cada uno mantiene una visión por cumplir, y no existe en la mayoría de las veces una relación entre estas.

Segarra et al., (2020, p. 350) manifiesta que “el bien para la sociedad, la superación económica, tener una buena calidad de vida, sentirse realizada, son mayormente las causas por lo que la mujer decide abrir un negocio”. A pesar de que las mujeres van incorporándose al mercado laboral, sigue su discriminación en

actividades en donde predominan los hombres, ejemplo de ello es en empresas con giro industrial y en áreas de producción.

El emprendimiento está clasificado en tres tipos, que a su vez se dividen en diferentes secciones: 1) Por su actividad, el emprendimiento se divide en emprendimiento de base abierta; emprendimiento de base cultural y creativa; emprendimiento de base tecnológica; emprendimientos dinámicos y están los Start ups. 2) De acuerdo con su objetivo, el emprendimiento se divide en dos: el emprendimiento de base social y el emprendimiento inclusivo. 3) Basado en el origen del emprendimiento, surgen los Spin-off. (Arreguín, 2020)

En la actualidad, el emprendimiento y la innovación se confunden, se piensa que son dos cosas iguales, pero, tienen significados diferentes; en palabras simples, el emprendimiento es comenzar una obra, negocio, proyecto o idea y la innovación es la creación o modificación de un producto, servicio o bien que se presenta en el mercado, por lo que su diferencia, se puede relacionar, pero no se puede igualar (Amorós, 2011).

Por otra parte, se puede mencionar que el emprendimiento integra el aspecto innovador, al buscar un elemento diferencial en la oferta emprendida, como una mejor alternativa en la demanda del mercado (Ferreiro, 2013). No obstante, también puede ser visto como una actividad que precede al emprendimiento; lo anterior lo refleja González et. al. (2019) al indicar que un emprendimiento es una actividad que después de haber establecido la innovación, se implementa para obtener utilidades, a partir de una previa valoración del escenario en donde se generará este; hoy en día el emprendimiento es una acción que no todas las personas pueden poner en práctica por diversidad de circunstancias.

Sobre la igualdad de género y el emprendimiento, se debe agregar que existen grandes adversidades para lograr la igualdad de género, lo anterior se presenta en



el comportamiento emprendedor, dada por la postura de hombres y mujeres en el inicio de su vida emprendedora; ambos presentan diversas motivaciones para iniciar un negocio, esta situación se presenta tanto para hombres (que lo identifican más como objetivo económico) y las mujeres (cuya finalidad recae en la búsqueda de un bien común). Se ha demostrado que la mujer emprendedora juega un papel importante en todo este proceso ya que son impulsadas, principalmente, por una convivencia social y la equidad de género (Ordoñez et al., 2019).

Las mujeres empezaron con una búsqueda de oportunidades que arrojen beneficios económicos, lo anterior propició el inicio de empleos sin perjudicar sus actividades domésticas; pero al pasar el tiempo se ha demostrado que las mujeres han realizado un desempeño exitoso aportando nuevas ideas en el mundo laboral, a la par de generar ingresos. Lo anterior ha proporcionado un incremento en el número de mujeres emprendedoras, lo que demuestra en los últimos tiempos como las mujeres han revolucionado el mundo empresarial, presentando exitosos proyectos, al igual que abriendo paso al crecimiento de la economía (Arellano et al., 2017).

### 2.1. Marco de referencia

La Organización de las Naciones Unidas [ONU], (2021) afirma, que de la población total en el mundo existen 3.811.000.000 mujeres. El Banco Mundial, (2021) estima que existen 332.282.631 mujeres en Latino América, estando presentes en México un total de 64.849.001 mujeres.

En el año 2020, en el estado de Yucatán se reporta que habitan 515.760 mujeres; según los datos actualizados y proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2020), se calcula que en la ciudad de Mérida habitan 479.309 mujeres, conformando el 45.4%, de la población económicamente activa (PEA) de las cuales el 98.9% se encuentran ocupadas (PEA-O) (Tabla 2).

**Tabla 2. Presencia de la PEA en los territorios del mundo**

Ubicación de las mujeres	Cantidad	PEA	PEA Ocupada
Mundial	3.811.000.000	1.505.345.000 <sup>1</sup>	1.791.170.000 <sup>2</sup>
Latino América	332,282,631	139,222,422 <sup>1</sup>	169,464,142 <sup>2</sup>
México	52,342,865 <sup>3</sup>	23,348,347 <sup>3</sup>	22,454,027 <sup>3</sup>
Yucatán	515,760 <sup>a</sup>	232,056 <sup>b</sup>	229,505 <sup>c</sup>
Mérida	479,309 <sup>a</sup>	217,378 <sup>b</sup>	214,932 <sup>c</sup>

Nota: Elaboración propia con base en datos de (Banco Mundial, 2022)<sup>1</sup>; Mujeres mayores de 15 años (Banco Mundial, 2022)<sup>2</sup>; Mujeres de 15 años en adelante (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2022)<sup>3</sup>; (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2021a); (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2021b); (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2021c).

### 3. Metodología

El enfoque de investigación utilizado se asocia a lo señalado por Del Canto et al.(2013, p. 30), quien explica el enfoque cuantitativo como "... un proceso que permite obtener conocimientos con elementos cognitivos y datos numéricos que se obtienen de los sujetos de estudio establecidos, analizando la información compartida por estos". Para seleccionar la unidad de análisis, se utilizaron diferentes medios, entre ellos la información tomada del Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2020); de dicha información se obtuvo que, en la ciudad de Mérida, Yucatán, existe una PEA-Ocupada femenina, equivalente a 229.505 mujeres. Sobre esta la población se basó la presente investigación, acompañada de los siguientes parámetros: población femenina, mayor de 18 años de edad, perceptora de ingreso, residentes de la ciudad de Mérida, Yucatán, y en ejercicio de una actividad económica.

Para determinar el tamaño de la muestra, estadísticamente se utilizó la siguiente fórmula, recomendada para poblaciones finitas:

$$n = \frac{N Z^2 p q}{d^2(N-1) + Z^2 p q} = 223$$

Donde:

$N$  = Tamaño de la población 229.505

$Z^2$  = Confianza 94.3%

$p$  = Proporción esperada 0.5

$q$  = Proporción desconocida 0.5

$d^2$  = Precisión 6.2%

Para recoger los datos se utilizó un cuestionario con 51 ítems, conocido como Cuestionario Organización e Integración de las Mujeres en Acciones Sociales y Económicas<sup>1</sup>, integrado por 5 variables vinculadas a las relaciones familiares, económicas, de emprendimiento, y de participación en proyectos y programas sociales. En el presente trabajo se relacionan las variables economía y emprendimiento, a partir de la aplicación de 235 cuestionarios en la ciudad de Mérida.

#### 4. Resultados y discusión

A continuación se presenta el perfil de la mujer habitante de la ciudad de Mérida que realiza actividades de emprendimiento.

Se halló que actualmente el 69% de las mujeres encuestadas se dedica a las actividades económicas inherentes a la rama del comercio, en donde destaca la venta de: postres, comida, ropa, zapatos, productos por catálogo, el diseño de uñas personalizadas, etc.; el 18% de las mujeres presta servicios relacionados con la limpieza del hogar, la preparación de alimentos, la costura, etc. La tercera actividad preponderante, la ejerce el 13% de las mujeres encuestadas en el sector industrial, en actividades que implican proceso de producción, como en la elaboración panes, postres y otros.

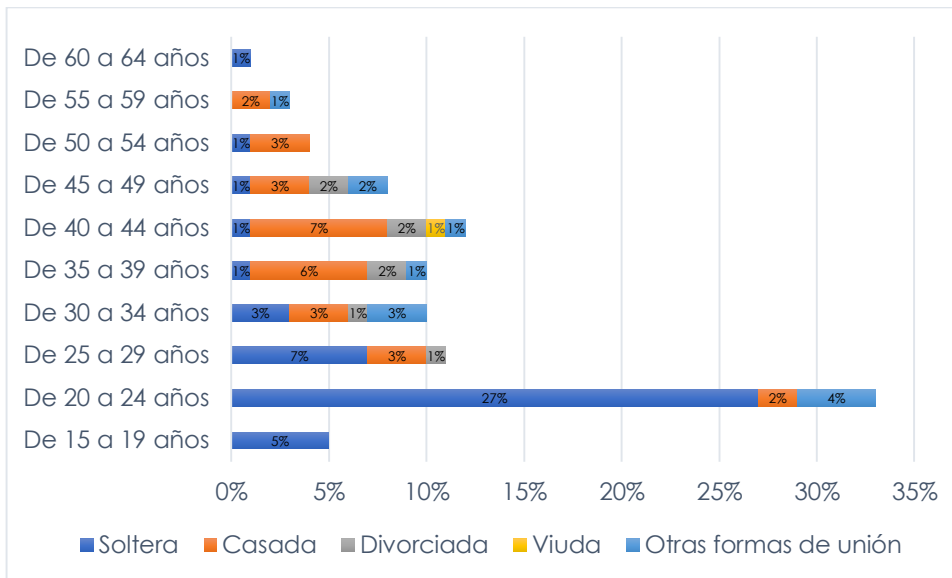
Sobre la duración de jornada o dedicación diaria al emprendimiento, se observó que el 47% de las mujeres encuestadas indicaron que el

tiempo dirigido a las actividades económicas de su emprendimiento, se ubicó entre 1 y 3 horas al día; el 53% de las mujeres restante mencionó que la dedicación es superior a 4 horas.

Al recopilar la información, los resultados arrojaron que la mayoría de mujeres emprendedoras (27%), tiene una edad comprendida entre 20 a 24 años, cuyo estado civil es soltero. Al comparar los datos con las mujeres casadas de la misma edad, se obtuvo que sólo el 2% de este grupo de mujeres emprende; sin embargo, se detectó que a partir de los 50 años (50 a 54 años), las mujeres con un estado civil indistinto realizan emprendimientos, lo cual conduce a razonar que la edad no es un factor vinculante en la decisión de emprender. Igualmente, las mujeres de 35 años (35 a 39 años) y las de 40 años (40 a 44 años), con estado civil casadas, presentan emprendimientos en un 6% y 7% de los casos (figura 1).

<sup>1</sup>Cuestionario elaborado y validado por la Dra. Karina Concepción González Herrera, adscrita a la Universidad Tecnológica Metropolitana, de enero a marzo de 2020, para valorar los esfuerzos

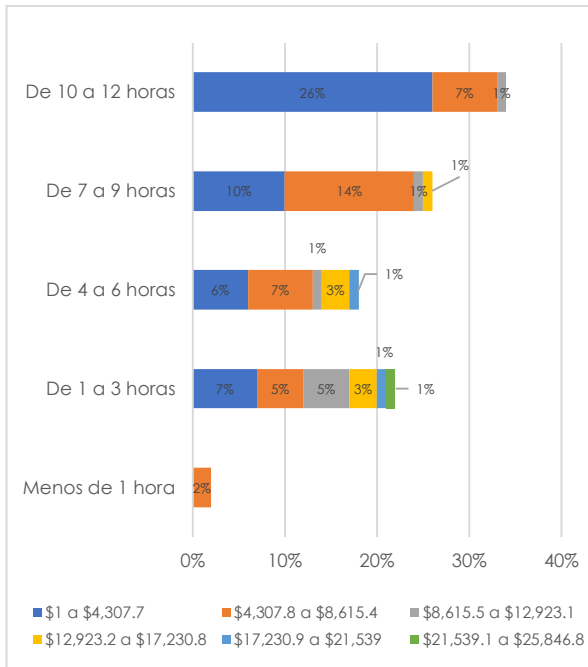
del género femenino y su participación en la economía de la familia durante la pandemia de la COVID-19.



**Figura 1. Estado civil y rango de la mujer emprendedora.** Nota: Elaboración propia basada en el Cuestionario Organización e Integración de las Mujeres en Acciones Sociales y Económicas

Un factor importante es el ingreso promedio mensual que se obtiene por la actividad de emprendimiento. En este sentido, se destaca que por trabajar de 1 a 3 horas, el ingreso puede ser de \$1 a \$4.307,7, lo cual equivale a un salario mínimo (SM), lo anterior fue indicado por el 26% de las mujeres entrevistadas. Se detectó que, con el mismo número de horas laboradas sólo el 1% de las mujeres entrevistadas alcanza ingresos mensuales entre \$21.539,1 y \$25.845,8; mientras que el 14% puede obtener un ingreso de \$4.307,7 a \$8.615,4 lo que es igual a 2 SM (figura 2). Lo anterior influye fuertemente en el ingreso de la familia, ya que la mujer a partir de su dedicación en la acción emprendedora logra contribuir con el ingreso familiar, fortaleciéndolo, dado que los ingresos promedio de las familias vulnerables en la ciudad de Mérida oscilan hasta 2 salarios mínimos (SM), según lo detectado por el Consejo Nacional de Población y Vivienda [CONAPO] (2020).



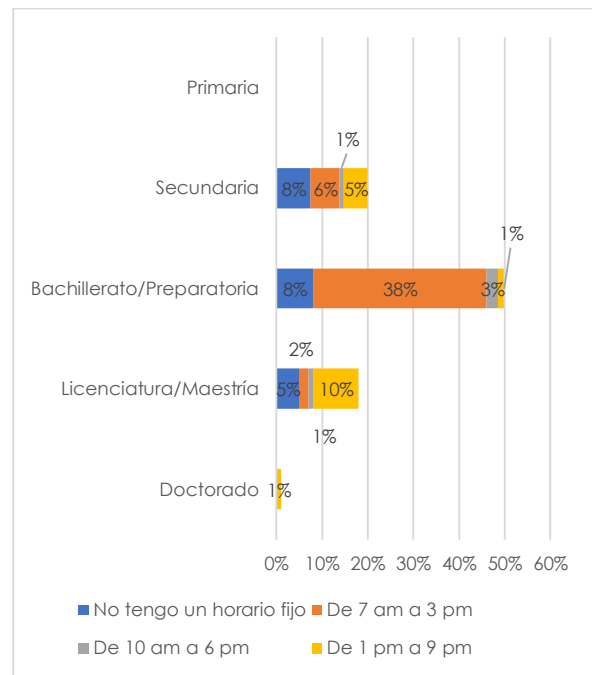


**Figura 2. Tiempo invertido según ingresos en las actividades emprendedoras.** Nota: Elaboración propia basada en el Cuestionario Organización e Integración de las Mujeres en Acciones Sociales y Económicas.

Al considerar las variables escolaridad y la edad, se observó que la mayoría de mujeres (24%) que han emprendido un negocio o una actividad para generar ingresos complementarios y cuya edad se ubica entre 20 y 24 años, poseen una escolaridad de bachillerato o preparatoria concluida. Sólo un 6% y 7% de las mujeres jóvenes (con edades comprendidas de 20 a 24 años y de 25 a 29 años), ostentan estudios de licenciatura y maestría respectivamente. Seguidamente, se observó que las mujeres cuyas edades fluctúan entre 30 a 34 años y de 35 a 39 años, alcanzan estudios básicos de secundaria con el 4% para ambos rangos.

Posteriormente se vincularon las variables nivel educativo y el horario dedicado a las actividades del emprendimiento. Con relación a los horarios destinados por las mujeres, se identifica que el 21% no asigna un horario definido indistintamente de la formación académica o los estudios cursados, lo que

implica, que sus acciones recaen en la informalidad, es decir, no implica un alta para el cumplimiento del pago de impuestos ante la Secretaría de Administración Tributaria (SAT) en México. Las mujeres con preparatoria concluida, destinan el horario matutino (de 7 am a 3 pm) para ejecutar sus actividades de emprendimiento y el 10% con licenciatura/maestría invierte el horario vespertino (de 1 pm a 9 pm) en sus acciones (Figura 3); según las encuestas realizadas en México las mujeres cuando emprenden, lo realizan de manera desmedida confiando en sus capacidades y habilidades (Elizundia, 2014; Paredes et al., 2019), lo cual conduce a establecer que, no incide la preparación académica en el establecimiento de los horarios para la ejecución de los emprendimientos.

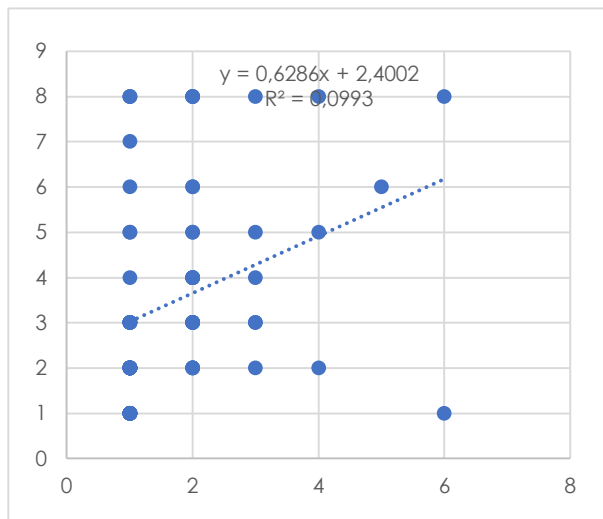


**Figura 3. Horario de mujeres emprendedoras de acuerdo con su grado escolar.** Nota: Elaboración propia basada en el Cuestionario Organización e Integración de las Mujeres en Acciones Sociales y Económicas.

Para inferir la correlación entre los ingresos familiares y los ingresos obtenidos por las mujeres emprendedoras, y tratar de comprobar que el aporte realizado por la mujer con su emprendimiento a los ingresos familiares es al menos superior al 50% del ingreso familiar, se calculó el coeficiente de correlación lineal R de Pearson, a partir de un análisis de correlación lineal.

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \sqrt{n(\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

$R = 0.31512902 = 32\% \rightarrow R^2 = 0.0993$  (figura 4)



**Figura 4. Análisis de correlación lineal, entre el ingreso promedio familiar y el ingreso promedio mensual de actividad emprendedora.** Nota: Elaboración propia basada en el Cuestionario Organización e Integración de las Mujeres en Acciones Sociales y Económicas.

Basados en los resultados arrojados por el  $R^2$ , se infiere que sólo 0,0993 (aproximadamente el 9,93%) de la variación del ingreso familiar se explica por la relación lineal existente entre el ingreso familiar y el ingreso por actividad emprendedora de la mujer. No existen

evidencias suficientes para sustentar la existencia de una relación significativa entre ambas variables; por el contrario, los resultados hallados muestran que cerca del 90% de la variación del ingreso familiar no se explica por la cantidad de ingresos logrados por la mujer en su emprendimiento, por lo que puede afirmarse que las mujeres emprendedoras estudiadas no logran aportar o contribuir con el 50% del ingreso familiar.

En cuanto a la competencia, para los emprendimientos de mujeres, generada en el municipio estudiado, se halló que el 45% de mujeres perciben "competencia económica"<sup>1</sup>; sólo el 7% percibe la competencia como "injusta"<sup>2</sup>, mientras que 9% calificó a la competencia como "desfavorable o desleal"<sup>3</sup>. Tal percepción sobre la competencia desleal o injusta o no, ha sido un motivo para el decrecimiento de los emprendimientos femeninos, ya que de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEGI] (2018), el emprendimiento se incrementa con un 10% al año. Adicionalmente, se conoció, que de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEGI, 2018), más del 53 % de los pequeños y medianos negocios fueron originados por mujeres.

## 5. Conclusiones

En términos descriptivos, se concluye que la mayoría de mujeres emprendedoras encuestadas obtienen ingresos de aproximadamente \$4.000,00 pesos semanales trabajando más de 9 horas. Es de destacar que este ingreso es 3.9 veces superior, al presentado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEGI], (2018), el cual señala que el promedio de salario semanal de la mujer es de \$1.023,16 pesos.

También, resalta dentro de las cifras halladas, en coincidencia con las mostradas

1. Competencia económica se concibe como la rivalidad surgida cuando se ofrecen productos o servicios que se asemejan o que presentan particularidades que los relacionan entre sí.

2. Competencia injusta, es la que percibe la mujer emprendedora cuando surge un negocio similar al suyo, cercano al espacio en donde

lo realiza, o que a partir del conocimiento de los clientes estos son atraídos a un nuevo emprendimiento.

3. La competencia desleal ofrece precios por debajo de lo que se encuentra en el mercado, como mecanismo para la atracción de nuevos clientes.

por el INEGI, que el mayor porcentaje de mujeres trabajadoras actualmente tiene una edad entre los 20 y 24 años y al menos se involucra en emprendimientos a las mujeres mayores de 50 años en adelante.

Lo anterior refleja la idea de la necesidad y la dedicación del emprendimiento femenino en aumento, con el pasar de los años, provocando que la mujer inicie el desempeño de un trabajo y del emprendimiento en una edad temprana; aun cuando este aumento de emprendimientos sólo varía cerca del 15% entre los años 2018 y 2021, como última fecha en la que se efectuó el presente estudio.

Los datos obtenidos a través de las encuestas, demuestran que el 49% de las mujeres emprendedoras son solteras, lo cual probablemente incide en su decisión de desempeñar una actividad económica y en el manejo de su tiempo; probablemente, su estado civil, propicia mayor seguridad en sus decisiones con respecto a los temas de índole familiar. Sin embargo, se considera que la cultura o la opinión de las personas en relación con el desempeño laboral aún frena las decisiones e iniciativas de la mujer que habita en la ciudad de Mérida.

Igualmente, a partir de la información recabada sobre la percepción de la mujer sobre la competencia, la tasa de crecimiento de dichos emprendimientos y la cantidad de nuevos negocios creados por mujeres, se puede afirmar que la mujer tiene como pretensión crecer y mejorar no sólo económicamente, sino en adquirir nuevos conocimientos que la ayuden a ser mejor cada día en sus acciones de emprendimiento, sin que la competencia frene sus aspiraciones de mejorar la economía familiar.

En esta investigación se observaron varios factores que aún existen en relación con el emprendimiento, tales como el conocimiento adquirido por las mujeres y las habilidades que fortalecen utilizando las herramientas que encuentren a su disposición; las mujeres están inmersas en el mundo laboral debido a sus habilidades innatas y en la capacidad que tienen para conciliar en el ambiente laboral en donde son partícipes, atendiendo a más de una

experiencia, mejoran su situación económica y las condiciones de vida que mantienen.

A partir de los horarios libres detectadas y la dedicación dada por las mujeres a sus emprendimientos, se puede deducir que, aun cuando en la actualidad las mujeres demuestran cada día que tienen una fuerza laboral equivalente a la de los hombres, no siempre reconocida por su esfuerzo, la carga social femenina de cuidar a la familia las obliga a buscar soluciones; y tal como se identificó en los resultados hallados la mujer necesita horarios flexibles para dar cumplimiento a las obligaciones de la casa y el cuidado de la familia, a la vez que se dedica a sus actividades de emprendimiento.

Aun cuando, las mujeres tienen diferentes motivaciones para empezar el emprendimiento, asociados a factores o necesidades socioeconómicas, impulsadas a su vez por las carencias que el Covid-19 ocasionó en sus núcleos familiares, reduciendo los recursos económicos e ingresos para el sustento familiar, también las motivaciones pueden ser ocasionadas por su necesidad de probar que se puede ser independiente, y tener la capacidad de poner su propio negocio para contribuir con los ingresos ante una situación económica. Sin embargo, en el estudio realizado se evidenció que cerca del 90% de la variabilidad de los ingresos familiares, es explicado por la relación entre el ingreso familiar y el ingreso generado por el emprendimiento, dado que por el contrario ambas variables muestran relaciones débiles.

Ciertamente, a las mujeres le genera mayor dificultad realizar esta acción, porque la sociedad no en todas las ocasiones genera opiniones positivas sobre el emprendimiento de la mujer, por el contrario aún se piensa que, sólo el hombre debe hacerlo, siendo este un aspecto cultural arraigado que controla muchas veces en la mujer el deseo de salir adelante.

Pese a lo anterior, el emprendimiento de la mujer se convierte en un soporte económico para las familias, ante las situaciones de

vulnerabilidad económica, lo cual se estimula en estos tiempos modernos donde es necesario que ambos géneros trabajen, donde a su vez la mujer debe dar cumplimiento a las responsabilidades del trabajo no remunerado, pues generalmente son encargadas del cuidado de los hijos y las tareas domésticas.

Sin embargo, se razona que para las mujeres ha sido un reto lograr el emprendimiento por sí solas en la sociedad, por lo que empiezan con

pequeños emprendimientos de negocios, dedicadas en su mayoría a actividades comerciales en el caso de las mujeres encuestadas, como vendedoras o comerciantes independientes, distribuidoras, representantes o creando pequeñas empresas, con una sola trabajadora o en colaboración con otras mujeres.

## 6. Referencias

- Abanades, M. (30 de Junio de 2016). *El emprendimiento femenino y la gestión estratégica de la innovación como instrumento clave para un proceso de cambio empresarial*. Estudios de Economía y Empresa: <http://openaccess.uoc.edu/webapp/s/o2/bitstream/10609/54767/5/mabanadesTFG0616memoria.pdf>
- Acebedo, M., & Velasco, A. (2017). Emprendimiento social femenino: prolegómenos. *Revista Arbitrada del Centro de Investigación y Estudios Generales*.(27), 102-116. [https://www.grupocieg.org/archivos\\_revista/Ed.%2027%20\(102-116\)%20Acebedo%20Afanador-enero%202017\\_articulo\\_id290.pdf](https://www.grupocieg.org/archivos_revista/Ed.%2027%20(102-116)%20Acebedo%20Afanador-enero%202017_articulo_id290.pdf)
- Amorós, J. (23 de Noviembre de 2011). *Emprendimiento e Innovación ¿De qué estamos hablando?* Facultad de Economía y Negocios: <https://negocios.udd.cl/noticias/2011/11/emprendimiento-e-innovacion-%C2%BFde-que-estamos-hablando/>
- Arellano, A., & Marti, M. (2017). Caminos hacia el emprendimiento a la mujer. *Revista Jóvenes en la Ciencia*, 3(2), 1-5. <https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/1899/1402>
- Arreguín, J. (10 de Marzo de 2020). *Existen tres tipos de clasificación para emprender*. AS Consulting Group: <https://www.asnews.mx/noticias/que-tipo-de-emprendimientos-existen>
- Banco Mundial. (2021). *Población, mujeres - Latin America & Caribbean*. Banco Mundial.: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL.FE.IN?contextual=aggregate&end=2020&locations=ZJ&start=1960&view=chart>
- Banco Mundial. (2022<sup>1</sup>). *Población activa, mujeres (% de la población activa total)*. <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.TOTL.FE.ZS?end=2022&start=2021>
- Banco Mundial. (2022<sup>2</sup>). *Tasa de población activa, mujeres (% de la población femenina mayor de 15 años) (estimación modelada OIT)* <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.CACT.FE.ZS?end=2022&start=2021>
- Consejo Nacional de Población [CONAPO]. (2020). *Índice de marginación por entidad federativa y municipio 2020*. [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/835462/Indices\\_Coleccion\\_280623\\_entymun-p\\_ginas-154-411.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/835462/Indices_Coleccion_280623_entymun-p_ginas-154-411.pdf)
- Del Canto, E., & Silva, A. (2013). *Metodología cuantitativa: abordaje desde la complementariedad en*

- ciencias sociales. *Revista De Ciencias Sociales*, (141).  
<https://doi.org/10.15517/racs.v0i141.12479>
- Duarte, F. (2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad Y Negocios*, 2(3), 46-55.  
<https://doi.org/10.18800/contabilidad.200701.006>
- Elizundia M. (2014). Factores personales y sociales que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Revista Administracion & Finanzas*, 1(1), 1-15.  
[https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Administracion & Finanzas/Administracion y Finanzas/Administracion y Finanzas-8-22.pdf](https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Administracion%20y%20Finanzas/Administracion%20y%20Finanzas-8-22.pdf)
- Espinosa-Castro, J.-F., Hernández-Lalinde, J., Rodríguez, J. E., Chacín, M., & Bermúdez-Pirela, V. (2020). Influencia del estrés sobre el rendimiento académico. *AVFT - Archivos Venezolanos De Farmacología y Terapéutica*, 39(1).  
[http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev\\_aavft/article/view/18707](http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_aavft/article/view/18707)
- Ferreiro, F. (2013). Mujer y emprendimiento. Una especial referencia a los viveros de empresas en Galicia. *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 12(3), 81-101.  
<https://www.redalyc.org/pdf/380/38029548005.pdf>
- Fuentes, F., & Sánchez, S. (2013). Mujer y emprendimiento: Un análisis en el contexto universitario español. *Revista de Ciencias Sociales*, 19(1), 140-153.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4239130>
- González, J. (2018). *Guía para la Elaboración de Proyectos con Perspectiva de Género Programa Mujer y Capital Social. Comunidad Mujer*:  
[https://www.comunidadmujer.cl/biblioteca-publicaciones/wp-content/uploads/2018/06/GuiaProyectos\\_2018web\\_PP.pdf](https://www.comunidadmujer.cl/biblioteca-publicaciones/wp-content/uploads/2018/06/GuiaProyectos_2018web_PP.pdf)
- González, K. C., Carrillo, N. S., & Gamboa, R. H. (2019). Niveles de emprendimiento social: propuesta generada para adaptar capacitaciones a las necesidades de grupos organizados en Yucatán. *RICEA. Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 8(15).  
<https://doi.org/10.23913/ricea.v8i15.130>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. [INEGI]. (2018). *Encuesta nacional de ingresos y gastos de los hogares*. INEGI:  
[https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enigh/nc/2018/doc/enigh2018\\_ns\\_presentacion\\_resultados\\_yuc.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enigh/nc/2018/doc/enigh2018_ns_presentacion_resultados_yuc.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. [INEGI]. (2021a). *Censo de Población y Vivienda 2020*. INEGI:  
[https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/default.html#Resultados generales](https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/default.html#Resultados_generales)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. [INEGI]. (2021b). *Estadísticas a propósito del día internacional de la mujer*.  
[https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/mujer2021\\_Nal.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/mujer2021_Nal.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. [INEGI]. (2021c). *Número de habitantes*.  
<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/yuc/poblacion/default.aspx>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. [INEGI]. (2022<sup>3</sup>). *Indicadores de Ocupación y empleo*. Comunicado de Prensa No. 21/22.  
[https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/iooe/iooe2022\\_01.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/iooe/iooe2022_01.pdf)
- Jordán, J. (2011). La innovación: Una revisión teórica desde la perspectiva de marketing. *Revista Perspectiva*(27), 47-71.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231004.pdf>



- Lozano, P., & Villanueva, P. (2021). La mujer y el emprendimiento. *Gestión Jovén.*, 22(1), 18-28. [http://elcriterio.com/revista/contenidos\\_22\\_1/Vol22\\_num1\\_2.pdf](http://elcriterio.com/revista/contenidos_22_1/Vol22_num1_2.pdf)
- Marvez, G. (2011). Emprendimiento. *Cuadernos Unimetanos*(26), 1-5. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4000375>
- Navarro, Ú. (2016). Análisis del emprendimiento femenino atendiendo la influencia del rol de la mujer en el acceso al mercado laboral y a la educación superior. *Revista Opción.*, 32(10), 394-411. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048901021.pdf>
- Olaz, Á., & Ortiz, P. (2018). Factores competenciales en el emprendimiento de la mujer. *Revista Española de Sociología.*, 27(3), 413-432. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7367560>  
[FactoresCompetencialesEnElEmprendimientoDeLaMujer-7367560.pdf](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7367560)
- Ordoñez-Abril, Daniel Yiwady, Castillo-López, Ana María, & Rodríguez-Bravo, Ivonne Maritza. (2021). Empoderamiento de la mujer en el emprendimiento y la innovación. *Población y Desarrollo*, 27(52), 69-91. Epub 00 de junio de 2021. <https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2021.027.52.069>
- Ordóñez, M., Ruiz, P., & Rodríguez, R. (2019). Emprendimiento comunitario con enfoque de género: Un estudio en el cantón Cañar. *Revista de Ciencias Sociales*, 15(4), 59-86. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28062322011>
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2021). *¿Cuántos hombres y mujeres hay en el mundo? ONU Mujeres: https://www.unwomen.org/es/digital-library/publications/2021/03/women-in-politics-map-2021*
- Ortiz, P. (2017). El discurso sobre el emprendimiento de la mujer desde una perspectiva de género. *Vivat Academia*(140), 115-129. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6651065>
- Paredes, S., Castillo, M., & Saavedra, M. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Revista Suma de Negocios*, 10(23), 158-167. <https://editorial.konradlorenz.edu.co/2019/06/factores-que-influyen-en-el-emprendimiento-femenino-en-mexico.html>
- Rodríguez, A. (15 de Agosto de 2013). *El emprendimiento femenino*. Forber México: <https://www.forbes.com.mx/el-emprendimiento-femenino/#:~:text=Este%20tipo%20de%20emprendimiento%20es,sus%20propias%20redes%20de%20contactos>.
- Segarra, H., Chabusa, J., Legarda, C., & Espinoza, E. (2020). Perfil de la Mujer Emprendedora en Latinoamérica. *Revista Espacios*, 41(19), 343-354. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n19/a20v41n19p25.pdf>
- Uttermann, R., & Vargas, M. (2020). Emprendimiento: Factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 1-18. <https://www.redalyc.org/journal/290/29063559024/>