

o una opción complementaria ante la precariedad laboral, mientras que para otras son los aspectos personales los que facilitan su intrusión en el ecosistema emprendedor, también hay quien vislumbra una oportunidad de negocio y toma la decisión de perseguirla.

Sin embargo, e independientemente de la razón que lleva a las mujeres a emprender, las investigaciones identifican la prevalencia de ciertas inequidades como consecuencia de su condición de género; de tal suerte que el emprendimiento también es una construcción sociocultural de género (Adams *et al.*, 2017; Briseño *et al.*, 2017; Coleman *et al.*, 2019; Naldi *et al.*, 2019; Zhu *et al.*, 2019). De ahí la necesidad de contar con investigaciones que coadyuven a visibilizar y aprehender las condiciones de los emprendimientos de las mujeres.

La mayoría de los diversos trabajos que han explorado las motivaciones de las emprendedoras coinciden en reconocer la importancia de factores internos y externos, así como la necesidad de revisar el contexto en el cual se presenta el emprendimiento. En general, se considera que en los países de América Latina la principal motivación es de tipo económico (Briseño *et al.*, 2019; Cantú *et al.*, 2017; Elam *et al.*, 2019; Zhu *et al.*, 2019). Es cierto que las condiciones de la región hacen necesaria la búsqueda de nuevas fórmulas para procurar el ingreso; pero no menos importante resulta explorar el papel que juega el rol de cuidadora del grupo doméstico, pues éste es considerado como un elemento de peso al momento de optar por el emprendimiento como una opción profesional (Inegi, 2017); de igual forma es pertinente valorar la presencia de otras motivaciones personales y profesionales que pesan en la decisión de emprender.

Considerando lo anterior se recurre a las entrevistas en profundidad como herramienta para analizar los motivos que llevan a las mujeres de Tijuana a emprender; además de la motivación económica, se pone particular énfasis en el impacto del rol de cuidadora, asignado tradicionalmente a las mujeres, como un

elemento que las lleva a emprender; lo anterior sin perder de vista las motivaciones relacionadas con la toma de riesgo y un mejor futuro profesional.

Este capítulo es complemento a una investigación de maestría que revisa los procesos de empoderamiento de las emprendedoras, el trabajo se centra en explorar las razones que motivan a las mujeres a emprender; como principal aportación a los estudios de género y organizaciones consideramos el visibilizar las relaciones asimétricas existentes en el emprendimiento de las mujeres. Así como apostar por múltiples motivaciones que las llevan a convertirse en emprendedoras, enfatizando la necesidad de promover estudios integrales al momento de evaluar el emprendimiento, para lo cual se avanza una propuesta en el apartado de discusión.

El capítulo se estructura de la siguiente manera: primero se presenta la situación de las emprendedoras, atendiendo a sus motivaciones y aterrizando el tema en el contexto nacional; ello permite ir armando el escenario en el cual se desenvuelven los emprendimientos de las mujeres tijuanaenses, para posteriormente discutir las motivaciones para emprender. Por tratarse de una investigación empírica y cualitativa se presentan la metodología, los hallazgos y la discusión; para finalmente cerrar con las reflexiones finales.

¿POR QUÉ EMPRENDEN LAS MUJERES?

El estudio de las motivaciones de las emprendedoras se basa en la psicología conductual y las características personales (Paredes *et al.*, 2019; Özsungur, 2019); de manera general, sus motivaciones han sido clasificadas atendiendo motivos de necesidad y de oportunidad (Langevang *et al.*, 2015); la base de este modelo binario resulta en la clasificación de las motivaciones en factores externos (de necesidad) e internos (de oportunidad). Para Zhu *et al.* (2019), los primeros giran alrededor de la creación de una

fuentes de ingresos propia; aunque la necesidad económica no es la única razón, pues también comprende la frustración laboral, las barreras de ascenso en un empleo actual, la falta de oportunidades o la necesidad de cuidados de la familia; de manera general, se trata de situaciones ajenas a las mujeres que las llevan a poner su propio negocio. Mientras que la motivación por oportunidad se presenta cuando la emprendedora está animada por deseos propios de tener su negocio; por ello esta categoría se relaciona con un deseo de crecimiento personal, la búsqueda de independencia, así como la consideración de un plan a largo plazo.

A partir de esta clasificación, diversos esquemas han complementado las motivaciones de las emprendedoras; por ejemplo, destaca la importancia de un contexto familiar emprendedor (Pedroza, 2019), considerando también la necesidad de balancear la vida cotidiana, así como prestando atención a los factores emocionales (Özsungur, 2019) o introduciendo el deseo de enfrentar el riesgo de emprender (Rey-Martí *et al.*, 2015).

Interesadas en entender las motivaciones de las emprendedoras mexicanas, Paredes *et al.* (2019) identifican los principales estímulos partiendo de investigaciones publicadas en las últimas dos décadas, de 1998 a 2018. En su trabajo recurren a la clasificación binaria de motivaciones por necesidad y motivaciones por oportunidad antes señalada, pero ordenadas primero a partir de factores institucionales y socioeconómicos (véase Tabla 1).

Esta clasificación permite contextualizar la experiencia emprendedora desde diversos niveles; por ejemplo, al considerar aspectos que quedan fuera del alcance de la emprendedora, a la vez que se presta atención a otros sobre los cuales éstas pueden influir. Además, como sucede con otras clasificaciones, destaca el hecho de que las mujeres mexicanas son todavía las principales responsables del trabajo de cuidados de sus grupos domésticos (Inegi, 2017), así como la posibilidad de usar el emprendimiento para atender los roles de proveedora y cuidadora.

Tabla 1.
Razones para emprender en México

Factores del entorno institucional
Apoyo financiero o moral de la familia o amistades
Redes sociales emprendedoras (asociaciones empresariales)
Factores socioeconómicos
Apoyar al ingreso familiar
Necesidad de realización o superación profesional y personal
Mejorar el nivel de vida
Necesidad económica
Necesidad de buscar equilibrio entre la familia y la actividad económica
Mayor independencia económica o en su vida

Fuente: Paredes Hernández *et al.* (2019).

Fuera de México –pero en países con sociedades también tradicionales donde las normas sociales continúan definiendo las actividades y los espacios según el género de las personas– se han analizado esquemas que, al desdoblar la categoría binaria de necesidad y oportunidad, enriquecen el estudio de las aspiraciones de las emprendedoras. Así por ejemplo Özsungur (2019) centra su estudio en cuatro aspectos básicos: 1) deseo de independencia, 2) motivos financieros, 3) motivos familiares, y 4) cuestiones empresariales; ella introduce las vertientes de balance de la vida cotidiana y emocional en las motivaciones para explorar el emprendimiento de las mujeres en la Provincia de Adana (Turquía). Para esta investigadora, el emprendimiento de las mujeres es un proceso cognitivo con una fuerte carga emocional, de allí la necesidad de enfatizar el componente en las motivaciones; además, considerando que las mujeres turcas se mantienen como

las principales responsables del trabajo de cuidados, propone tener en cuenta el factor referente a la familia como un elemento independiente de la motivación por necesidad, al enfatizar que impone un fuerte impacto en la decisión de las emprendedoras. El esquema propuesto por esta investigadora resulta pertinente para aplicarlo al caso que nos ocupa; no obstante, es necesario hacer algunas adecuaciones tomadas de la propuesta que se comenta a continuación.

En su investigación con emprendedoras de la Comunidad Autónoma de Valencia (España), Rey-Martí *et al.* (2015) parten también del modelo de motivación por necesidad y oportunidad, pero con cambios significativos; las autoras consideran cinco principales motivadores que incentivan a iniciar un negocio (véase Tabla 2).

La anterior tipología permite evidenciar por un lado el impacto del trabajo de cuidados, destacando la importancia de la familia –y su cuidado– en la vida de las emprendedoras, tal y como lo propone Özsungur (2019); a la vez que abren un espacio al aspecto económico, pero diferenciando cuando se trata de una necesidad de generar ingresos, como puede serlo cuando se usa como una salida al desempleo, de cuando el factor económico puede relacionarse con aspiraciones más vinculadas con el status

Tabla 2.
Esquema motivacional del emprendimiento de las mujeres

Propensión al riesgo
Búsqueda del balance de la vida cotidiana
Deseo de desarrollar habilidades
Necesidad de autoempleo
Deseo por un mayor ingreso al percibido en el actual empleo

Fuente: Rey-Martí *et al.* (2015).

social del empleo actual, o en contextos de empleo precario también como una fuente complementaria de ingresos; con lo cual, de aplicarse en el contexto mexicano, valdría la pena subdividir esa motivación. Particularmente resulta interesante la consideración de las investigadoras sobre el factor riesgo; concretamente cuando uno de los estereotipos de género recurrido para limitar la presencia de las mujeres en diversos ámbitos, incluido el ecosistema empresarial, es precisamente una aparente aversión al mismo.

EL EMPRENDIMIENTO DE LAS MUJERES EN MÉXICO

El emprendimiento es sin duda un importante elemento para el desarrollo nacional; de acuerdo con Briseño *et al.* (2017), 60% de las empresas pequeñas y medianas que abren son emprendimientos de mujeres. Además, los emprendimientos de las mujeres se han usado como parte de las políticas públicas que buscan cambios socioculturales, por ejemplo potenciar sus procesos de empoderamiento (Elam *et al.*, 2019; Pedroza, 2019; Hernández *et al.*, 2018).

De acuerdo con Bosma *et al.* (2020), los emprendimientos de las mujeres han ido en aumento durante los últimos años en buena parte de los países; tratándose de América Latina, Chile aparece como uno de los países de la región donde las mujeres destacan como emprendedoras, aunque en los últimos años el país con una mayor tasa de crecimiento ha sido Ecuador. La Tabla 3 muestra la dinámica de los emprendimientos de las mujeres, según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en México, Chile y Ecuador, éstos últimos como los dos países más representativos de la dinámica en la región.

Un pequeño pero significativo ejercicio permite identificar la masculinización del ecosistema emprendedor en los tres países; en el caso de nuestro país, la TEA arroja un *ratio* 0.9:1 de emprendedoras que inician su negocio, para un negocio consolidado la

Tabla 3.
Comparativo de los emprendimientos de las mujeres en México, Chile y Ecuador (2019)

	TEA (%)*		EBO (%) **		EEA (5) ***	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
México	12.4	13.6	1.4	2.3	0.1	0.2
Chile	32.4	41.1	9.5	11.8	2.2	5.1
Ecuador	33.6	38.8	11.1	18.3	0.7	1.9

* Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)

** Established Business Ownership Rate (EBO)

*** Entrepreneurial Employee Activity (EEA)

Fuente: Bosma *et al.* (2020).

relación es de 0.6:1. Mientras que la proporción es de 0.5:1 en lo referente al emprendimiento como fuente complementaria a un empleo formal.

En tanto que el comparativo de los emprendimientos entre mujeres permite identificar una mayor presencia de las emprendedoras chilenas y ecuatorianas para los tres indicadores manejado por el GEM, a saber: la tasa de emprendimientos con antigüedad menor a dos años (TEA en inglés), la tasa de emprendimientos ya consolidados (EBO), y la medición del emprendimiento como fuente complementaria para quienes cuentan con otro empleo (EEA). Resulta interesante el dato aportado por Bosma *et al.* (2020) acerca de la complementariedad emprendimiento-empleo, el cual sitúa a México con una tasa de 0.1, bastante por debajo de la chilena; ello contrasta con los hallazgos de Briseño *et al.* (2017), quienes reportan la necesidad de complementar los ingresos como una motivación importante entre las emprendedoras analizadas.

Sobre las características de los emprendimientos de las mujeres en México es pertinente señalar lo siguiente; de acuerdo con Elam *et al.* (2019), nuestro país presenta una de las mayo-

res tasas de fracaso en América Latina, lo anterior debido a una alta concentración en el comercio al menudeo, caracterizado por una fuerte competencia. Esto además de las implicaciones económicas tiene otras connotaciones; por ejemplo, es probable que dicha característica sustente en buena medida la baja consideración social de la figura de emprendedora.

Diversos trabajos han encontrado que las mujeres consideran que, a diferencia de lo sucedido con los emprendedores, la figura de emprendedora no les confiere status social; pues si bien se reconoce el valor, éste no aparece del todo generalizado (Cantú *et al.*, 2018; Hernández *et al.*, 2018; Pedroza, 2019). A lo anterior se une la opinión de Paredes *et al.* (2019), quienes enfatizan que el hecho de que la mayoría de las emprendedoras mexicanas recurran al capital propio, como principal fuente de financiamiento de sus negocios, puede estar relacionado con la falta de reconocimiento social.

Sobre las mujeres de negocios mexicanas también se ha dicho que evaden el riesgo (Camarena y Saavedra, 2018). Si bien se entiende que por el hecho de emprender las mujeres ya enfrentan un riesgo, este concepto también se ha revisado centrándose en el contexto financiero –el endeudamiento para hacer crecer el negocio–; al respecto la investigación de Briseño *et al.* (2017) destaca que la propensión a recurrir al crédito, formal o informal, está relacionado con la edad de la emprendedora (las emprendedoras de mayor edad lo entienden como un riesgo elevado y lo evitan). El tema no ha sido suficientemente explorado en la literatura mexicana, pero sí en otros países del sur global con dinámicas parecidas a la nacional; por ejemplo, Özsungur (2019) señala que un bajo nivel educativo de las emprendedoras y un contexto económico adverso pueden llevar a que éstas eviten de forma deliberada asumir riesgos; mientras que Reyes *et al.* (2013) apuntan a aspectos relacionados con la naturaleza de los emprendimientos de las mujeres como una limitante para asumir el riesgo financiero como estrategia de crecimiento de sus negocios.

En este sentido, dado que los emprendimientos de las mujeres se focalizan en ramas de actividad donde los negocios pueden empezarse con una baja inversión, les resulta posible autofinanciarse; pero existen otras características de los negocios –como la baja rentabilidad y alta competencia (Elam *et al.*, 2019)– que generan círculos viciosos difíciles de romper y promueven la idea de unas emprendedoras mexicanas que no arriesgan.

Finalmente, en su revisión bibliográfica del emprendimiento de las mujeres en México, Paredes *et al.* (2019) nos regalan un panorama muy general de esta dinámica (véase Tabla 4); su trabajo es particularmente valioso al destacar el impacto del trabajo de cuidados en los emprendimientos de las mujeres.

La detallada revisión permite identificar los aspectos personales y el contexto como parte vital para las emprendedoras; mientras que la problemática del financiamiento aparece como uno de los principales retos que condicionan su esfuerzo emprendedor.

Tabla 4.
Radiografía del emprendimiento de las mujeres:
una lectura desde la academia

Recursos o capacidades
Gusto por las actividades y motivación personal
Antecedentes de experiencia laboral o conocimiento del negocio
Limitada disponibilidad de capital inicial o capacidad de aportar capital propio
Menor miedo al fracaso o capacidad de tomar riesgos

Fuente: Elaboración propia a partir de Paredes *et al.* (2019).

La necesidad de políticas públicas que mejoren los micro contextos de los negocios de las mujeres es, sin duda, una de las tareas importantes para potenciar la figura de la emprendedora. Al respecto, algunas investigaciones señalan que las estrategias se han centrado en elevar el nivel educativo, promover fuentes de financiamiento, mejorar sus capacidades técnicas y eliminar las barreras socioeconómicas (Elam *et al.*, 2019). Sin embargo, Seguino (2019) y Zhu *et al.* (2019) enfatizan la pertinencia de trabajar además en políticas públicas a nivel macro económico; ello con la finalidad de generar entornos más favorables que apoyen a consolidar los avances de las políticas en las escalas meso y micro.

Continuando con el comparativo, de las características más significativas de los emprendimientos de las mujeres en México con los emprendimientos de los hombres, se destaca una menor participación por parte de ellas, así como un menor nivel educativo. Los emprendimientos de las mujeres presentan segregaciones en ramas y sectores económicos (sector servicios y rama de comercio al por menor) de actividades que tradicionalmente han sido validadas para las mujeres, así como una menor probabilidad de supervivencia (Briseño *et al.*, 2017; Cantú *et al.*, 2017; Paredes *et al.*, 2019). A lo anterior se suma la prevalencia de trayectorias profesional-emprendedora interrumpida como consecuencia de un rol de cuidadoras que realizan a la par del de proveedoras, además de experimentar situaciones de violencia y acoso en su rol de emprendedoras (Cantú *et al.*, 2018; Hernández *et al.*, 2018; Pedroza, 2019).

No resulta extraño que se considere que la mayoría de las emprendedoras mexicanas son motivadas por la necesidad de mejorar sus ingresos, hacer frente al desempleo y en general mejorar su situación laboral (Briseño *et al.*, 2017; Cantú *et al.*, 2017); al compararlas con los hombres, las emprendedoras tienen un 20% o más de comenzar a serlo como consecuencia de una necesidad

(Kelley *et al.*, 2017). También Paredes *et al.* (2019) consideran que en México la mayoría de las mujeres emprenden por necesidad.

Sin embargo, como comenta Langevang *et al.* (2015), cada vez está más extendida la necesidad de estudiar al emprendimiento desde un enfoque que reconozca la existencia de múltiples motivaciones; ello en concordancia con los postulados de la teoría feminista postestructuralista que, según Foss *et al.* (2019), promueve análisis integrales, en este caso, de las dinámicas emprendedoras experimentadas por las mujeres; reconociendo que el ecosistema emprendedor es una serie de componentes interconectados que no están aislados.

METODOLOGÍA

El método cualitativo ha sido ampliamente recurrido en los estudios de género (Camprubí y Coromina, 2016; Giwa, 2015; Hesse-Biber y Leavy, 2006; Neuendorf, 2011), su idoneidad se desprende de las siguientes características: las posibilidades de evitar asimetrías de poder, de acercarse a la cotidianidad de las personas entrevistadas, así como explorar el contexto en el que se inscriben dichas dinámicas cotidianas (Dowling *et al.*, 2016; Giwa, 2015; Hesse-Biber y Leavy, 2006).

La herramienta utilizada es la entrevista en profundidad, la cual se ha mostrado sumamente útil en diversos trabajos de emprendimiento y mujeres (Alkhaled y Berglund, 2018; Cantú *et al.*, 2017; Monteith y Camfield, 2019; Pedroza, 2019). Para este capítulo se realizan un total de 30 entrevistas en profundidad, entre enero y marzo de 2020, antes de lograr el punto de saturación; la muestra se elige utilizando los métodos de conveniencia y bola de nieve (Patton, 2015; Qu y Dumay, 2011; Valles, 2009). Para ser seleccionadas, las entrevistadas deben ser mayores de edad, autodefinirse como mujeres y tener en operación un emprendimiento, que también fuera su principal fuente de ingresos.

Con el objetivo de proteger la identidad de las entrevistadas, sus nombres y alguna información menor han sido modificadas (las características sociodemográficas más relevantes de las entrevistadas aparecen en el Apéndice A).

La transcripción de las entrevistas se realiza con el apoyo de un *software* de voz de libre acceso y sobre la misma se lleva a cabo un análisis de contenido, también recurriendo a un *software* de libre acceso. Teniendo en cuenta las observaciones de Graneheim *et al.* (2017), Bengtsson (2016) y Neuendorf (2011), se realiza un análisis manifiesto y latente del discurso de las emprendedoras, ello con la finalidad de generar los códigos y sub códigos de análisis.

HALLAZGOS

En este apartado se muestran los resultados de la investigación organizados de la siguiente manera: primero se presentan las motivaciones económicas y su papel en el emprendimiento; a continuación se revisa el riesgo que implica el emprendimiento y finalmente se exploran las conexiones entre emprendimiento y el resto de la vida cotidiana, particularmente con el trabajo doméstico y de cuidados.

MOTIVOS ECONÓMICOS

El procurar su propia fuente de ingresos es una motivación extendida entre las emprendedoras entrevistadas; algunas comentan que, como consecuencia de una separación de la pareja o divorcio del esposo, el emprendimiento aparece como una opción para proveer y cubrir sus necesidades: “estoy a cargo de mi casa, entonces para mí es súper importante ser independiente, [...] no puedo estar sin hacer nada, sin estar viendo, por mí” (Fabiola); así como las de su familia, por ejemplo, Fátima reconoce que en

su caso: “más que nada comencé por la necesidad de sacar a mi hijo adelante porque [...] me he quedado ya... nosotros dos solos”.

Las dificultades económicas son otra de las razones que llevan a las mujeres a emprender; así le sucedió a Karmen, quien a pesar de contar con un empleo formal experimenta una dificultad que detona su decisión: “las clases de cocina empezaron hace como dos años, curiosamente por situaciones financieras. Estaba sentada un día y tenía que pagar colegiatura y el papá de mis hijos no podía”; para hacer frente a esa necesidad, Karmen comienza a vender comida entre sus amistades y posteriormente se decide a impartir también clases de cocina y comienza a reconocerse como emprendedora.

En este sentido, el proveer para ellas y sus grupos domésticos, si bien es un motivo de naturaleza económica, algunas emprendedoras lo contemplan como parte de una estrategia empoderadora, como comenta Carlota, te permite decidir: “Todo ser humano debe decidir, pero desafortunadamente vivimos en un país donde... cuando no eres limitada por tu estatus social o por la condición de ser mujer”. Elsa también asume un rol de proveedora después de su divorcio y decide emprender para cubrir las necesidades materiales de sus hijas adolescentes, pero además para servirles de ejemplo para: “que sean capaces de generar sus propios ingresos y no depender de un hombre”.

A emprendedoras como Carlota, su negocio les permite lograr la autonomía financiera y esto impacta en la valoración positiva que tiene de ella misma, algo similar le sucede a Mayra:

Es muy importante el ser independiente económicamente porque la mayoría de las mujeres con las que yo he platicado y las que me escriben a través de mis redes sociales me dicen que ellas se sienten... muchas veces usan la palabra “inútil”. [Ellas] sienten que no apoyan en la casa y que es por eso que los maridos a veces las engañan, las tratan mal.

Para algunas entrevistadas el emprendimiento aparece como una opción de ingresos pero también como un ejercicio de su nueva libertad ante una separación: “cuando yo me casé mi [ex] esposo no me dejó trabajar [...] luego que me divorcié retomé mi carrera [...] comencé mi negocio” (Fabiola).

Entre las emprendedoras solteras y sin personas a su cargo, la generación de ingresos propios es también una razón de peso para emprender, como cuenta Beatriz, quien de un día para otro es despedida de una empresa –en la que llevaba trabajando trece años– y tras valorar la situación considera que es el momento de emprender.

Mientras que para Fátima, quien enviuda y llega a Tijuana sola con su hijo, es la pobreza laboral lo que la lleva a tomar clases de maquillaje con la idea inicial de abrir un salón de belleza; en su caso, la necesidad económica es la motivación inicial, pero llegado el momento de la apertura reconoce el papel de otras motivaciones: “el salario era muy mínimo, este... prácticamente pues no me alcanzaba para mantener a mi hijo y mis gastos personales, entonces empecé a estudiar un poco de maquillaje, tuve que buscar otra manera y motivarme [...] y cuando después de un año pude abrir sentí bonito... de lograr algo mío”.

En otros casos, convertirse en emprendedora por motivos económicos no necesariamente sucede en un contexto de carencia de oportunidades; por ejemplo, Nadia considera que: “estaba en trabajos [empleos] que no me gustaban, que siento que perdía mi tiempo y... la verdad como que dije ‘ya los años están pasando’ y dije ‘ahora o nunca’ y ya”; para ella, generar su ingreso a través del emprendimiento se experimenta como un proceso liberador de un empleo que no satisface del todo sus aspiraciones, pero del que reconoce aportaciones: “sí aprendí mucho [como empleada] pero siento que perdí mucho tiempo [...] siento que soy muy mala empleada, pero buena emprendedora... entonces sí me gustaría como regresar el tiempo y ver cómo aceptarlo antes”. De igual manera, Penélope se convierte en emprendedora cuando

experimenta un elevado nivel de insatisfacción en su empleo y decide independizarse, lo que le permite continuarse desarrollando profesionalmente y sentirse más a gusto como persona: “hay que hacer lo que te gusta, porque pues si te vas a levantar y vas a vivir de eso y vas a hacer algo que lo haces más de ocho horas, pues no”. Situación que también experimentó Laura: “Para mí era como el siguiente paso natural. Ya sabía yo que quería poner mi negocio [...] Ya no aguantaba la vida en la maquiladora”.

Por su parte, Norma considera importante invertir unos años como empleada para obtener experiencia en el campo a emprender, antes de poner su negocio; ella, a diferencia de Nadia, no deja su empleo por falta de oportunidades, sino porque considera que tiene el capital y la experiencia necesarios para finalmente iniciar su emprendimiento. Otro caso similar a los anteriores es el de Mayra, quien ha tenido distintos emprendimientos a lo largo de su vida, y comenta que su último emprendimiento lo inicia cuando prefiere volver a ser emprendedora –dejando de lado la posibilidad de un empleo– porque: “siempre ha sido muy independiente [...] y aventada sin miedo”.

Experiencias como las anteriores deben ser valoradas pues dan pie a interpretaciones más amplias sobre las dinámicas del emprendimiento. Aunque todas las entrevistadas coinciden en una necesidad económica (generar ingresos para ser económicamente independientes y proveer para ellas y sus familias), en algunos casos la decisión de emprender llega en contextos adversos como la pérdida de un empleo, problemas financieros que impiden o limitan la satisfacción de las necesidades materiales propias o de la familia, escenarios de ruptura sentimental, por señalar algunos. Si bien en estos contextos las entrevistadas se igualan con la categoría de emprendedoras por necesidad, incluso en esos casos existen otras motivaciones que complementan la urgencia de un ingreso; de tal suerte que una vez superada la emergencia financiera, estas otras motivaciones son lo suficientemente sólidas para mantenerlas como emprendedoras.

Así sucede con Karmen, quien reconoce que comenzó a emprender para darle de comer a sus hijos, pero que ahora se siente muy contenta de la forma en que ha evolucionado su negocio porque le ha dado mucha libertad. Fátima también considera que a pesar de que su primer motivo fue económico, una vez que abre su negocio experimenta una satisfacción importante que va más allá de una necesidad económica. Mientras que Edna se decide a emprender cuando llega a ser la mejor vendedora de su empresa y siente que es el momento de tomar el riesgo y: “ganar para ella, no para alguien más”.

En estos casos, la necesidad económica de obtener un ingreso está vinculada a otras motivaciones de unas mujeres que ven en el emprendimiento una vía para su realización personal y profesional, a la par que cubren sus necesidades económicas; como pasa con Karina: “actualmente me siento muy contenta porque mi marca de ropa tiene un muy buen reconocimiento [y] muy feliz de seguir haciendo lo que amo”; o como también expresan Sabrina y Edna, para quienes emprender las hizo sentir independientes, al poder generar un empleo para ellas y mantenerse con ese negocio, a la vez que fuertes y realizadas.

PROPENSIÓN AL RIESGO

El riesgo aparece precisamente como uno de los temas que se han evaluado con respecto a las emprendedoras en los años recientes (Briseño *et al.*, 2017; Garikipati *et al.*, 2017; Ngoasong y Kimbu, 2019); ello es relevante pues algunos de los estereotipos de género que aún prevalecen en la sociedad mexicana sostienen la baja, o nula, idoneidad de las mujeres para los negocios dado que no les gusta tomar decisiones, ni correr riesgos (Camarena y Saavedra, 2018).

Toda vez que las entrevistadas ya se encuentran emprendiendo se les considera como mujeres que experimentan riesgos: el de emprender y el de mantenerse en el negocio. Ante el riesgo que im-

plica emprender, las entrevistadas reconocen experimentar miedo y ansiedad ante la incertidumbre (Beatriz, Nadia, Mayra). Nadia por ejemplo, comenta que para ella lo más difícil fue la llegada de los primeros proyectos: “en mi campo es al principio encontrar clientes, porque en arquitectura casi siempre los clientes se van recomendando... entonces realmente cuando tú no tienes un portafolio, cuando no tienes muchos conocidos y... ahora empezando es difícil que te den la oportunidad, ¿no?”

Pero con el miedo y la ansiedad también aparecen otras emociones como la felicidad y la satisfacción de haber aceptado el riesgo y comenzar su negocio (Beatriz, Nadia); además como menciona Beatriz, aunque pudiera parecer paradójico, también un sentimiento de tranquilidad porque el desempleo puede aparecer en cualquier momento: “Para mí se me hizo un poco más de estabilidad mental que seguir dedicándole años y años a una empresa que es... al final nunca sabes qué puede pasar”.

Uno de los aspectos usados para estudiar el riesgo tiene que ver con el uso del financiamiento como estrategia para emprender. En el caso de las entrevistadas, la mayoría hizo uso de capital propio o préstamo de familiares para echar a andar sus emprendimientos; al respecto Norma comenta: “no soy muy *fan* de los bancos [risas] honestamente que... no, trato de evitar... este... endeudarme, y ya tenía mis ahorros”. De manera general, las entrevistadas se muestran en contra del uso del crédito para sus negocios: “el agarrar créditos es como gastarte el dinero de tu futuro y por eso no, no me gustan los créditos” (Edna). Prevalciendo el uso de capital propio para mantener el emprendimiento o hacerlo crecer: “como estoy en constante emprendimiento todo lo que yo gano lo ahorro para el siguiente proyecto” (Mayra). Algunas emprendedoras, como Norma, consideran la posibilidad de usar el crédito bancario en situaciones extraordinarias, por ejemplo en caso de emergencias, pero prefieren evitarlo.

La renuencia de recurrir a ello tiene que ver con diversos motivos; en algunos casos la naturaleza del emprendimiento lo

hace innecesario pues la baja inversión inicial permite comenzar con un capital pequeño, como señala Elsa: “como no era tanta la inversión realmente, empecé con muy poco [...]; las cosas se fueron dando y no lo pensé [contratar un crédito]”. Otra de las razones son las altas tasas de intereses de los créditos en un contexto económica y socialmente inestable como el que caracteriza a la ciudad: “evito los bancos por los intereses, uno nunca sabe” (Norma). Al respecto también Adriana coincide y comenta lo siguiente: “a fin de cuentas son deudas y con todos los intereses, al banco no le importa si estoy en una situación difícil y no quería en algún momento deberle al banco o quedarme en buró de crédito”. Maite concuerda con las opiniones de Norma y Adriana sobre las elevadas tasas de intereses que hicieron del crédito comercial una posibilidad fuera de su alcance: “en algún momento lo pensé, pero la realidad es que las tasas de intereses son altísimas, entonces un peso que tú pides casi estás pagando 70 centavos [más] por ese peso”.

Sin embargo, para resolver las necesidades de liquidez del negocio algunas de las emprendedoras sí recurren al crédito de sus redes de proveedores como una opción más accesible: “empecé a comprar una marca de productos y cada vez compraba más y batallando más [para pagar] pero como fui haciendo una amistad con las dueñas, comienzan a darme crédito”.

Otras fuentes de financiamiento, como el crédito a través de asociaciones o proyectos gubernamentales, resultan también una opción poco explorada por las entrevistadas; en los pocos casos de quienes mostraron interés por estas opciones no se llegó a concretar debido a los requisitos de la solicitud: “[intentó] solicitar un crédito de mujer en una asociación [pero] es complicado porque tienes que llenar un montón de formatos y cosas así y la verdad me desilusioné, me desanimé” (Naomi). Y en el caso de los esquemas de apoyo gubernamental el desgaste de los trámites, que son considerados como demasiado lentos (Elsa), es motivo para alejarlas de esa posibilidad.

Algunas investigaciones han revisado el impacto de la condición de género como una limitante para obtener créditos sin resultados concluyentes (Pham y Talavera, 2018; Reyes *et al.*, 2013); al respecto, las entrevistadas presentaron opiniones divididas. Por ejemplo, Edna y Melina consideraron que lo importante para los bancos es un buen historial de crédito y no el género de quien lo quiere contratar; pero Marcia y Nadia opinan que los estereotipos de género pueden influir al momento de evaluar las solicitudes de crédito de las mujeres: “lo pudieran ver diferente porque una mujer, yo creo le dirían que para qué lo quiere, ‘¿qué vas a abrir?’. Y cuando es un hombre pues lo ven de que ‘¡ah!, el hombre es el proveedor de la casa’. Y siento que se fuera más por ese lado, por el papel de los roles, que la dudarían más en dártelo o no” (Marcia). Nadia también considera que las emprendedoras son más cuestionadas que los emprendedores cuando se trata de obtener un crédito:

Pues simplemente porque a los hombres, siento que es más fácil que se les suelte más dinero que a una mujer, como que hay el estigma de que un hombre va a saber a sacar a flote un proyecto o va a ser más responsable con el dinero que la mujer, siento que a lo mejor a las mujeres les cuesta trabajo encontrar inversionistas o dinero para emprender.

Otra de las vertientes para evaluar el riesgo tiene que ver con el crecimiento del negocio; como se comentó con anterioridad, la mayoría de las entrevistadas ha hecho crecer sus negocios con su propio capital, lo cual si bien puede haber ralentizado el proceso no lo ha impedido, como lo explica Karmen:

Yo empecé con poquito y ese poquito ha sido constante y ha ido creciendo y el papá de mis hijos quería empezar bien acá [a lo grande] y pidiendo financiamiento pidiendo inversionistas y no sé qué y hasta la fecha no se da... y le ha pasado en cuatro o cinco ocasiones [...] digo, yo prefiero poquito, pero seguro y que vaya creciendo y así se ha dado.

También poco a poquito pero seguro ha ido creciendo el emprendimiento de Beatriz, quien ha financiado la apertura de sucursales usando capital propio: “ya hay como nueve tiendas y me voy expandir... bueno, una en Mexicali, voy empezar a vender en Rosarito”. De igual forma Mayra, quien ha diversificado su emprendimiento sin recurrir a créditos, comenta lo siguiente:

Cuento con varios negocios entonces, si yo decidiera [...] hoy dejar todo y solamente dedicarme a la renta de vestidos, puedo vivir de eso; si decido dejar todo y vivir solamente de la venta de mi línea de pesañas, puedo vivir de eso; si decido dejar todo y vivir solamente de mi estética, puedo vivir de eso; si decido dedicarme solamente a asesora de imagen también puedo vivir de eso y ahora también estoy con lo de dar pláticas de emprendimiento y pláticas motivacionales.

Tampoco Norma considera al crédito como una posibilidad para afianzar el futuro de su emprendimiento, esta emprendedora evalúa rentar un espacio más grande para complementar los servicios que ahora ofrece; todo ello recurriendo a su propio capital o, en todo caso, a préstamos familiares. Como ella, Nadia también tiene planes de crecimiento para los próximos años, todos ellos sin recurrir al crédito bancario.

BALANCEANDO LA VIDA COTIDIANA

El cuidado de la familia es otra de las necesidades importantes que lleva a las entrevistadas a emprender: “ser dueña de mi propio tiempo por cuestión de mi hijo, mi familia, así me puedo organizar un poquito más” (Fátima); al igual que Fátima, Carlota elige dejar su empleo para poner su propio negocio y pasar más tiempo con su hija:

El ser mamá me empujó más a buscar el ser emprendedora [y] las actividades del emprendimiento por lo de los horarios. A mí me dolía en el alma que mi hija va a tener festival de no sé qué y pedir un permiso [...] Entonces no, ¿por qué no puedo tener un día... ser un ser

humano que cuida de sus hijos? ¿Por qué tengo que ser tan perfecta para cuidar a todos los hijos de todos los demás y un día que me ocupan mis hijas me tienes que hacer sentir tan mal con un permiso tan condicionado?

Sin embargo, esta fórmula no siempre resulta la más adecuada y las exigencias de ambos roles (emprendedora y cuidadora) no son fácilmente conciliables, como Fabiola reconoce: “Un negocio siempre exige tiempo. Yo creo que la mayor desventaja sería el tiempo con mis hijos, que no puedo estar siempre ahí. [...] Si me falló una de las empleadas tengo que quedarme hasta las siete [y] no puedo estar ahí con ellos... ya llego cansada y a veces pues ya no tengo tanto tiempo o paciencia como para llegar y jugar y todo eso”.

La anterior es una opinión compartida por otras entrevistadas como Patricia, Anna y Mara quienes también reconocen que el tiempo consumido por sus emprendimientos no siempre facilita el cuidado de la casa y de la familia, así como la necesidad de supeditar los tiempos del negocio a los del trabajo de cuidados de sus grupos domésticos. En algunos casos, las emprendedoras reconocen que el trabajo de cuidados condiciona el funcionamiento de sus emprendimientos y los planes a futuro de éste (Amairani, Letizia, Patricia, Pía).

Por ello, como mencionan Paredes *et al.* (2019), no es extraño que algunas mujeres emprendan cuando sus hijos e hijas han crecido y requieren de menos cuidados, siendo posible entonces el invertir en el emprendimiento el tiempo liberado del trabajo de cuidados. Esta situación la experimenta, por ejemplo, Edna, quien comenzó su negocio cuando su hijo era ya adolescente y ya no le requería estar: “tan al pendiente”; para ella el emprendimiento le permite flexibilidad en sus horarios tanto en el negocio como en los relativos a otras esferas de la vida cotidiana: “[puedo] llegar a la hora que quiero al negocio, salir a la hora que quiero, tengo más vida social”.

El emprendimiento como una opción para balancear la vida cotidiana no es privativo de quienes cuidan de terceras personas, también es valorado por las emprendedoras solteras y sin personas bajo su cuidado (Adriana, Beatriz, Edna, Norma, Penélope). Aunque en estos casos sus cargas de trabajo de cuidados no sean tan altas, se aquilata la posibilidad de organizar los ritmos de vida, personal y del negocio, y ven en el emprendimiento una posibilidad para balancearlos con más facilidad, como comenta Nadia: “me siento contenta de hacer lo que me gusta y de tener mis horarios y organizarme como yo quiero”.

DISCUSIÓN

La pregunta que nos mueve a estudiar este tema tiene que ver con las razones que llevan a las mujeres de Tijuana a emprender; dependiendo del contexto en el que se estudie, el emprendimiento puede aparecer en la literatura como un fracaso para resolver la generación de un empleo de calidad o como una opción menos desfavorable que permite a cierto colectivo perseguir una oportunidad de logros personales y profesionales (Foss *et al.*, 2019, Langevang *et al.*, 2015, Paredes *et al.*, 2019).

De manera general, la motivación principal destacada por las diversas investigaciones en los países como México es la motivación por necesidad, particularmente la necesidad de autoempleo para generar ingresos; el anterior es un motivo que también se presenta en países con indicadores económicos más fuertes, aunque con una intensidad distinta (Cantú Cavada *et al.*, 2017; Naldi *et al.*, 2019; Paredes *et al.*, 2019); la literatura asume que en países como el nuestro, con una fuerte informalidad y con trabajos precarios, el emprender puede ser la única opción para un mayor ingreso o para complementar los ingresos de un empleo atípico, inestable y precario (Lara Landa, 2017; Sánchez Sánchez, 2018).

A partir de los hallazgos, es posible identificar diversos motivos que llevan a las mujeres tijuanaenses a convertirse en emprendedoras. La motivación económica es una constante de peso que las lleva a considerar el emprendimiento, todas las entrevistadas aseguran la importancia de ser independiente y generar su propio ingreso; para ello, algunas inician un emprendimiento y lo convierten en su principal fuente de ingresos, mientras que para otras éste aparece como una fuente complementaria.

Ambas dinámicas son importantes porque en el primer caso se reconoce el rol de proveedoras, con las implicaciones que ello ocasiona particularmente entre las emprendedoras con personas a su cargo y cuidado; mientras que el segundo evidencia situaciones de empleo precario o informal donde las mujeres no pueden satisfacer las necesidades materiales básicas propias y de sus familias, o bien desean proveerlas con un mejor nivel de vida.

Otra de las motivaciones significativas encontradas tiene que ver con la aspiración a una vida con mejor calidad; por ello, algunas participantes valoran la disponibilidad que ofrece el emprendimiento para administrar los tiempos del trabajo de cuidados de la familia con los tiempos del negocio. En este sentido el emprendimiento se convierte en la fórmula que sostiene arreglos pragmáticos pero inequitativos; donde las emprendedoras proveen y cuidan, sin necesariamente presentarse un reparto del trabajo de cuidados con la pareja o el esposo.

Los negocios necesitan tiempo y en ocasiones las emprendedoras carecen de él por su rol de cuidadoras. En apariencia el emprendimiento permite a las mujeres hacer frente a ambos roles, pero a cambio de unos tiempos que resultan perjudiciales o limitando el crecimiento de su emprendimiento. La intensidad de los ritmos del emprendimiento también es experimentada por las emprendedoras sin personas a su cuidado, pero son ellas quienes están en mejores condiciones para hacer frente a dichos ritmos y, no en pocas ocasiones, ello les permite consolidar y hacer crecer sus negocios.

En general, las emprendedoras se sienten satisfechas con sus emprendimientos, reconocen experimentar emociones como el miedo y la inseguridad, particularmente esas dos deben superarlas para comenzar a emprender. Pero sus negocios no sólo les generan ansiedad o estrés, también son fuente de satisfacción por haber arriesgado y ¿por qué no? por triunfar.

Por ello, consideramos que cualquier mujer que emprenda ya está enfrentando riesgos. Vinculado también con el riesgo aparece el tema del crédito; a tal efecto es unánime el rechazo a esta opción financiera para iniciar o desarrollar los emprendimientos. ¿Son por ello menos valientes las emprendedoras? No creemos que así sea, pues la principal razón que las desmotiva a endeudarse son las altas tasas de interés; no obstante, consideramos que, así como sucede en la investigación de Briseño *et al.* (2017), también aparece en nuestros hallazgos una concepción sociocultural y de género respecto al crédito como algo, en el fondo, negativo; las implicaciones de ello son precisamente que las entrevistadas prefieren financiar sus negocios con capital propio o haciendo uso de otras herramientas menos onerosas como el crédito de proveedores; básicamente, como lo acepta la mayoría, prefieren ir lento pero seguro.

El estudio de las motivaciones que llevan a las mujeres de Tijuana a emprender presenta algunas concordancias con las clasificaciones revisadas por otras investigaciones (Özsunğur, 2019; Elam *et al.*, 2019; Paredes *et al.*, 2019; Rey-Martí *et al.*, 2015); pero consideramos que las razones de las entrevistadas no se basan en una sola motivación, sino que éstas son múltiples y se retroalimentan; además dichas aspiraciones son dinámicas y pueden modificarse a lo largo de la vida de éstas y de sus emprendimientos.

De tal suerte que, analizados los hallazgos, se propone un esquema que clasifica las motivaciones en: 1] económicas, 2] de superación personal y profesional y, 3] de calidad de vida (Véase Figura 1).

Figura 1.
Motivaciones multicausales para emprender



Fuente: Elaboración propia a partir de Özsungur (2019), Paredes *et al.* (2019) y Rey-Martí *et al.* (2015).

A su vez, cada una de las categorías contempla diversos aspectos; así, como parte de las motivaciones económicas aparece el autoempleo, la independencia económica, una mejora en la calidad de vida; la segunda categoría comprende aspectos relativos a la personalidad de la emprendedora o a su contexto familiar; mientras que la última se refiere al aspecto emocional y a las relaciones de todas las esferas de la vida de las emprendedoras. Consideramos que el concebir las motivaciones de esta forma rescata en primer lugar el dinamismo de las razones que llevan a las mujeres a emprender y la complejidad de las mismas; de igual forma, al no otorgar un papel predominante ni estático se contribuye a reflejar los cambios del ciclo de vida de la emprendedora y del contexto de sus emprendimientos.

REFLEXIONES FINALES

Para responder a las motivaciones que llevan a las mujeres a emprender es necesario atender los diversos aspectos (económi-

cos, personales y profesionales) que de manera diversa se conjuntan para optar por el emprendimiento. Sin poner en duda la necesidad imperante de obtener ingresos propios, aceptando que en algunas situaciones ello puede acompañarse de un contexto de precariedad o informalidad, es pertinente evaluar el rol que juegan otras motivaciones distintas a las económicas y que pueden retroalimentar dicha necesidad.

Partiendo de lo anterior, este capítulo avanza una propuesta de clasificación de las motivaciones centrada en tres principales grupos: motivaciones económicas, motivaciones de superación personal y profesional, y motivaciones de calidad de vida; consideramos que esta clasificación modular permite un estudio más completo de las razones que llevan a las mujeres entrevistadas a emprender, rescatando además de manera simultánea las repercusiones positivas y negativas del emprendimiento. Toda vez que se reconocen aspectos que fortalecen a las emprendedoras y sus negocios, pero sin obviar los retos que se derivan de un contexto institucional y personal donde la dinámica de género aún continúa restringiendo las condiciones de vida de las mujeres.

Las principales implicaciones de este trabajo buscan abonar al estudio del emprendimiento de las mujeres y evidenciar las realidades que éstas enfrentan. Con ello se pretende ofrecer un panorama más completo de los diversos agentes del ecosistema emprendedor.

Como principales limitantes del estudio, se destaca la temporalidad del mismo y su alcance geográfico; se recomienda para futuras investigaciones ahondar en la propuesta de motivaciones múltiples, así como mantener seguimientos longitudinales.

AGRADECIMIENTO: Ariana Ceyca Lugo agradece al Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Conacyt por la beca recibida para estudios de Maestría.

REFERENCIAS

- ADAMS, S.; F. Adams Quagraine y E. K. Mensah Klobodu (2017). "Women Entrepreneurial Orientation, Motivation, and Organizational Performance in Ghana". *Small Enterprise Research*, 24 (2): 189-205. En <https://doi.org/10.1080/13215906.2017.1339631>
- ALKHALED, S. y K. Berglund (2018). "And now I'm free: Women's empowerment and emancipation through entrepreneurship in Saudi Arabia and Sweden". *Entrepreneurship & Regional Development*, 30 (7-8): 877-900. En <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1500645>
- BENGTSSON, M. (2016). "How to plan and perform a qualitative study using content analysis". *NursingPlusOpen*, 2: 8-14. En <https://doi.org/doi.org/10.1016/j.npls.2016.01.001>
- BOSMA, N.; S. Hill, A. Ionescu-Somers, D. Kelley J. Levie, A. Tarnawa y Global Entrepreneurship Research Association (GERA). (2020). *Global Entrepreneurship Monitor. 2019/2020 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School. En www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report
- BRISEÑO, O.; A. Briseño y A. López-Lira (2017). "El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México". *Innovaciones de Negocios*, 13 (25): 23-46.
- CAMPRUBÍ, R. y L. Coromina (2016). "Content analysis in tourism research". *Tourism Management Perspectives*, 18: 134-140.
- CANTÚ CAVADA, M.; V. Bobek, S. Hazbo y A. Maček (2018). "Cultural Foundations of Female Entrepreneurship in Mexico: Challenges and Opportunities". *Naše Gospodars-tvo/Our Economy*, 64 (1): 28-40. En <https://doi.org/doi.org/10.2478/ngoe-2018-0004>

- CANTÚ CAVADA, M.; V. Bobek, S. Hazbo y A. Maček (2017). "Motivation Factors for Female Entrepreneurship in Mexico". *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 5 (3): 134-148.
- COLEMAN, S.; C. Henry, B. Orser, L. Foss y F. Welter (2019). "Policy Support for Women Entrepreneurs' Access to Financial Capital: Evidence from Canada, Germany, Ireland, Norway, and the United States". *Journal of Small Business Management*, 57 (52): 296-322. En <https://doi.org/10.1111/jsbm.12473>
- DOWLING, R.; K. Lloyd y S. Suchet-Pearson (2016). "Qualitative Methods 1: Enriching the Interview". *Progress in Human Geography*, 40 (5): 679-686. En <https://doi.org/10.1177/0309132515596880>
- ELAM, A. B.; C. G. Brush, P. G. Greene, B. Baumer, M. Dean, R. Heavlow, Babson College, Smith College y Global Entrepreneurship Research Association (GERA). (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Women's Entrepreneurship Report*. The Global Entrepreneurship Research Association.
- FOSS, L.; C. Henry, H. Ahl y G. H. Mikalsen (2019). "Women's entrepreneurship policy research: a 30-year review of the evidence". *Small Business Economics*, 53: 409-429.
- GIWA, A. (2015). "Insider/Outsider Issues for Development Researchers from the Global South". *Geography Compass*, 9 (6): 316-326. En <https://doi.org/10.1111/gec3.12219>
- GRANEHEIM, U. H.; B. M. Lindgren y B. Lundman (2017). "Methodological challenges in qualitative content analysis: A discussion paper". *Nurse Education Today*, 56: 29-34. En <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2017.06.002>.
- HESSE-BIBER, S. N. y O. Leavy (2006). *Emergent methods in social research*. Londres: Sage.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (INEGI) (2017). *Mujeres y hombres en México 2017*. Inegi.

- En http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/MHM_2017.pdf
- KELLEY, D. J.; B. S. Baumer, C. Brush, P. G. Greene, m. Mahdavi, M. Majbouri, M. Cole, M. Dean, R. Heavlow, Babson College y Smith College (2017). *Global Entrepreneurship Monitor 2016/2017 Report on Women's Entrepreneurship*. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School.
- LARA LANDA, M. (2017). "Derecho al trabajo y trabajo precario en México". *dike, Revista de Investigación en Derecho, Criminología y Consultoría Jurídica*, 22: 165-189. En <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32399/rdk.11.22.529>
- LANGEVANG, T.; K. V. Gough, P. W. K. Yankson, G. Owusu y R. Osei (2015). "Bounded Entrepreneurial Vitality: The Mixed Embeddedness of Female Entrepreneurship". *Economic Geography*, 91 (4): 449-473. En <https://doi.org/10.1111/ecge.12092>
- MONTEITH, W. y L. Camfield, (2019). "Business as family, family as business: Female entrepreneurship in Kampala, Uganda". *Geoforum*, 101: 111-121. En <https://doi.org/doi.org/10.1016/j.geoforum.2019.03.003>
- NALDI, L.; M. Baù, H. Ahl y M. Markowska (2019). "Gender (in)equality within the household and business start-up among mothers". *Small Business Economics*. En <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00275-1>
- NEUENDORF, K. A. (2011). "Content Analysis - A Methodological Primer for Gender Research". *Sex Roles*, 64: 276-289. En <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9893-0>
- ÖZSUNGUR, F. (2019). "A research on women's entrepreneurship motivation: Sample of Adana Province". *Women's Studies International Forum*, 74: 114-126. En <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2019.03.006>
- PAREDES HERNÁNDEZ, S. P.; M. Castillo Leal y M. L. Saavedra García (2019). "Factores que influyen en el empen-

- dimiento femenino en México”. *Suma de Negocios*, 10 (23): 158-167. En <https://doi.org/doi.org/10.14349/sum-neg/2019.v10.n23.a8>
- PATTON, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. Thousand Oaks: SAGE.
- PHAM, T. y O. Talavera (2018). “Discrimination, Social Capital, and Financial Constraints: The Case of Viet Nam”. *World Development*, 102: 228-242. En <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.10.005>
- PEDROZA GUTIÉRREZ, C. (2019). “Managing Mercado del Mar: a case of women’s entrepreneurship in the fishing industry”. *Maritime Studies*, 18: 335-346. En <https://doi.org/doi.org/10.1007/s40152-019-00157-y>
- QU, S., y J. Dumay (2011). “The qualitative research interview”. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 8 (3): 238-264.
- REY-MARTÍ, A.; A. Tur Porcar y A. Mas-Tur (2015). “Linking female entrepreneurs’ motivation to business survival”. *Journal of Business Research*, 68: 810-814. En <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.033>
- SÁNCHEZ SÁNCHEZ, E. (2018). “Entre calles y avenidas: trabajadores informales, atípicos y precarios en el noroeste de México”. *Ánfora*, 25 (45): 99-122. En <https://doi.org/https://doi.org/10.30854/anf.v25.n45.2018.514>
- VALLES, M. (2009). *Entrevistas Cualitativas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- ZHU, L.; O. Kara y X. Zhu (2019). “A comparative study of women entrepreneurship in transitional economies: The case of China and Vietnam”. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 11 (1). 66-80. En <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2017-0027>

Apéndice A.
Características sociodemográficas de las emprendedoras entrevistadas y sus emprendimientos

Emprendedora						Emprendimiento	
Nombre	Edad	Escolaridad	Estado Civil	Hijos/as	Edad (años)	Tipo	Antigüedad (años)
Adriana	27	Licenciatura	Soltera	No	-	Comercio al por menor	1
Anna	41	Licenciatura	Casada	Sí	6 y 2	Comercio al por menor	6
Amelia	45	Secundaria	Divorciada	Sí	25, 24 y 20	Servicios de alojamiento temporal y preparación de alimentos y bebidas	24
Amairani	31	Licenciatura	Casada	Sí	5 y 1	Comercio al por menor	3
Beatriz	29	Bachillerato	Soltera	No	-	Servicios de profesionales, científicos y técnicos	13
Carlota	39	Maestría	Divorciada	Sí	12 y 8	Servicios financieros y de seguros	2
Carla	29	Licenciatura	Casada	No	-	Comercio al por menor	10
Edna	37	Bachillerato	Soltera	Sí	17	Comercio al por menor	2
Elsa	54	Licenciatura	Divorciada	Sí	31 y 33	Comercio al por menor	2
Fabiola	42	Licenciatura	Soltera	Sí	26, 23, 14 y 5	Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	5
Fátima	30	Bachillerato	Viuda	Sí	8	Otros servicios	4
Giselle	42	Licenciatura	Divorciada	Sí	11	Comercio al por menor	1
Karina	28	Maestría	Casada	No	-	Comercio al por menor	6

Karmen	42	Licenciatura	Divorciada	Sí	12 y 8	Servicios de alojamiento temporal y preparación de alimentos y bebidas	2
Laura	33	Licenciatura	Casada	Sí	meses	Servicios de alojamiento temporal y preparación de alimentos y bebidas	3
Letizia	34	Licenciatura	Divorciada	Sí	13	Otros servicios	2
Maite	49	Bachillerato	Casada	Sí	19, 15 y 11	Comercio al por menor	2
Melina	30	Licenciatura	Casada	Sí	6 meses	Comercio al por menor	3
Mara	36	Maestría	Casada	Sí	4	Comercio al por menor	6
Mimí	39	Bachillerato	Casada	Sí	18, 16 y 3	Comercio al por menor	2
Marcia	26	Licenciatura	Soltera	No	-	Otros servicios	4
Mayra	38	Técnica	Soltera	No	-	Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	4
Norma	32	Licenciatura	Soltera	No	-	Servicios de salud	2
Naomi	36	Licenciatura	Soltera	Sí	12	Servicios de alojamiento temporal y preparación de alimentos y bebidas	10
Nadia	39	Dos Maestrías	Soltera	No	-	Servicios de profesionales, científicos y técnicos	3
Patricia	40	Licenciatura	Casada	Sí	8	Comercio al por menor	2
Pía	42	Licenciatura	Casada	Sí	5	Comercio al por menor	8
Penélope	32	Licenciatura	Soltera	No	-	Información en medios masivos	3
Sabrina	36	Maestría	Casada	No	-	Servicios de salud y de asistencia social	3
Verónica	36	Licenciatura	Casada	Sí	10 y 4	Servicios de esparcimiento culturales y deportivos y otros servicios recreativos	5