

Emprendedurismo femenino en el municipio de Puebla, Puebla, México

Female Entrepreneurship in the Municipality of Puebla, Puebla, Mexico

Recibido: 19/10/2024

Aceptado: 28/02/2025

Publicado: 08/04/2025

Lucila Leyva Cortés¹
José Mauro Larios Sánchez²

<https://doi.org/10.53897/RevCommerP.2025.07.01>

Resumen:

El presente artículo analiza la participación de las mujeres en el sector empresarial del municipio de Puebla, destacando su comportamiento en el emprendedurismo y la administración de su negocio. La investigación es de tipo cuantitativa, donde los datos obtenidos a través de una encuesta demostraron que la mayoría de las emprendedoras poblanas, tienen microempresas con menos de 10 empleados y dedican entre 4 y 6 horas diarias a sus negocios. El 52% de las emprendedoras invirtió entre \$1,000 y \$10,000 pesos mexicanos para iniciar sus negocios, principalmente financiados con ahorros personales. El 74% no realizó un estudio de mercado previo, el 62% se encuentra dentro de la informalidad y el 38% no lleva ningún tipo de contabilidad.

Palabras clave: Emprendimiento, mujeres emprendedoras, feminismo y municipio de Puebla.

Abstract:

This article aims to analyze the participation of women in the business sector of the municipality of Puebla, highlighting their behavior in entrepreneurship and business management. The research is quantitative, for which a survey was applied. The quantitative data obtained on the entrepreneurs of the municipality of Puebla were that the majority of the entrepreneurs from Puebla have microenterprises

1 Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Puebla, México. <https://orcid.org/0009-0006-0148-7414>.
Correo: lucila.leyvacortes.fa@viep.com.mx.

2 Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Puebla, México. <https://orcid.org/0000-0002-2957-1363>.
Correo: jose.larios@correo.buap.mx.

with less than 10 employees and dedicate between 4 and 6 hours a day to their businesses. 52% of the entrepreneurs invested between \$1,000 and \$10,000 Mexican pesos to start their businesses, mainly financed with personal savings. 74% did not carry out a previous market study, 62% are in the informal sector and 38% do not keep any type of accounting.

Keys words: Entrepreneurship, women entrepreneurs, feminism and municipality of Puebla.

Clasificación JEL: B5 - Enfoques heterodoxos actuales; B54 - Economía feminista

Introducción

En las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el empoderamiento de las mujeres (ONU-Mujeres), se ha intentado alcanzar una vinculación con los medios de sostenibilidad y de vida, lo que les permite atender a sus familias, ser económicamente independientes y resilientes ante los cambios climáticos, sin embargo, las labores y cuidados del hogar son concebidas como trabajo no remunerado.

A decir de las labores del hogar; la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2023), señala en el Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe, que existe una brecha de género en el trabajo remunerado y no remunerado, lo que significa que éstas desarrollan actividades dentro de la vida personal y privada sin pago alguno.

En México, la columna vertebral que sostiene la economía del país la constituye las micro, pequeñas, y medianas empresas. Según el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI, 2022), existen 4,1 millones de pequeñas y medianas empresas, que representan un 95.4 %; de las cuales 3.6 son pequeñas, y 0.8 son medianas. Lo que significa que estas contribuyen al 52 % del PIB. Sin embargo, cuentan con un alto porcentaje de quiebra en los primeros cinco años de actividad. (Aguilar y Recaman, 2015); (Ledezma, 2018).

De acuerdo con datos emitidos por la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX, 2022), apenas el 37% de las pequeñas y medianas empresas en el país, pertenecen a mujeres que se han enfrentado a la dificultad de mantener un nivel equiparable con el trabajo y las responsabilidades familiares, provocando un factor de quiebra aunado a la falta de conocimiento del mercado, falta de capital de trabajo y a la mala o nula administración del negocio.

Retomando al Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI, 2022), el 49% de las mujeres emprendedoras de México tienen entre 18 y 34 años, y el 41% entre 35 y 54 años.

Uno de los motivos principales en este sector, consiste en que la mayoría intenta satisfacer sus necesidades económico-familiares, como alimentación, vivienda, y educación, por mencionar algunos (Camarena, 2018).

Las empresarias poblanas se han concretado en el sector de comercio y servicios, las cuales explican que han decidido incorporarse a las actividades empresariales bajo los supuestos de una pérdida laboral, bajos salarios y debilitamiento de los sindicatos. (González y Sánchez, 2021)

Es a partir de lo expuesto en los párrafos anteriores que se plantean las siguientes preguntas de investigación ¿cuál es el comportamiento de los emprendimientos dirigidos por mujeres en el municipio de Puebla?, y ¿cómo contribuye al estudio teórico el tema de las mujeres emprendedoras en el municipio de Puebla?.

Dichas preguntas llevan a establecer como objetivo analizar el emprendedurismo femenino en el municipio de Puebla, a través de un diagnóstico situacional protocolario,

que permita evaluar el comportamiento que guardan las emprendedoras en el sector empresarial, para lo cual se plantean la siguiente hipótesis:

El comportamiento de las mujeres emprendedoras en el sector empresarial puede proporcionar herramientas y conocimientos específicos para contribuir al éxito de sus negocios.

Marco Teórico

En el siguiente apartado, se aborda el estado del arte, así como tres dimensiones enfocadas a las corrientes teóricas que permean en el tema de la administración científica y el emprendimiento. Se muestran también los fundamentos teóricos (paradigmas), que clarifican la consecución de la investigación para el trabajo de campo. En cuanto al tema del emprendimiento femenino, presentamos a continuación algunas de las teorías de la administración clásica que han servido de base para el desarrollo de este trabajo.

Saavedra García, Briseño Aguirre, y Velázquez Rojas (2022), afirman que diversas investigaciones con participación en la economía han constatado los problemas a los que se enfrentan las mujeres al momento de emprender. Algunos mencionan que, aunque la mujer mexicana como empresaria, ha conseguido autonomía por avances en materias escolar y laboral; estos progresos se han visto afectados por los modelos tradicionales de vida familiar, conyugal y parental. En otras palabras, a pesar de la visible presencia de la mujer en la economía, aún existen disparidades y rezagos sociales, económicos y culturales que persisten en amplios sectores de la población mexicana.

Tal es la investigación de los desafíos que mencionan las autoras Goyal y Yadav (2014), en cuanto al emprendimiento femenino, en donde sostienen que las mujeres emprendedoras están contribuyendo cada vez más al crecimiento económico de sus respectivos países. Pero, al mismo tiempo, encaran retos de mayor magnitud en comparación con los de sus contrapartes masculinas.

Por otra parte, Barhate y Patgaonkar (2012), postulan que existen factores socioculturales y de estatus en las mujeres que constituyen otro importante obstáculo para su perfeccionamiento como emprendedoras, así como el dominio característico que ejerce el varón sobre la mujer y la falta de confianza en sí mismas.

En efecto, es posible observar que en numerosas economías emergentes los maridos toman todas las decisiones, pues se perciben como jefes de familia. Las mujeres se identifican principalmente con los roles asociados al cuidado de los niños, del hogar y de las responsabilidades familiares (Sánchez-Vargas, Herrera-Merino y Perrotini-Hernández, 2015).

En general, las mujeres trabajan más tiempo que sus esposos, familiares y miembros del hogar y el trabajo es desproporcionadamente asignado a ellas (Martínez-Salgado y Rojas, 2016). Con frecuencia, las mujeres casadas dependen de forma reiterada de la actitud de su marido y del número de hijos que tienen.

Otras investigaciones han mostrado que las mujeres experimentan mayores niveles de miedo que los hombres para lanzarse a actividades de negocios. El temor a ser asaltadas sexualmente ha sido citado como una de sus razones para evitar incursionar en actividades

emprendedoras (Altamonova, Murillo y Mosquera, 2015). Igualmente, las altas tasas de criminalidad contra la mujer y los casos de acoso sexual contra las mujeres inducen a muchos esposos a justificar la dominación masculina y crean emociones negativas y miedo entre las mujeres (Narendran, 2012).

Lo anterior influye en que las mujeres tengan más probabilidades de experimentar dificultades en la creación de un trabajo y una vida equilibrada (Gilbert, 1997), en especial en su formación como emprendedoras. Por todo ello, la responsabilidad de las mujeres dependientes y las escasas demandas sociales y financieras que pueden allegarse inhiben sus oportunidades de ahorrar, prepararse, hacer crecer sus negocios y de dar espacio al desarrollo de su creatividad emprendedora.

Así pues, la posibilidad de que una mujer ejerza actividades de emprendimiento encuentra explicación en un cúmulo de factores que constituyen obstáculos para lograr este fin. Entre dichos obstáculos pueden mencionarse: el dominio que sobre ellas ejerce el varón, la falta de confianza en sí mismas, la falta de libertad económica y de apoyo familiar, el cuidado de los hijos y las responsabilidades familiares, el miedo a ser asaltadas sexualmente o ser víctimas de crímenes, el acoso sexual, el trabajo desproporcionado asignado a las mujeres, etcétera.

A pesar de todas estas situaciones adversas, a partir de la segunda mitad del siglo XX la mujer participa cada vez más como emprendedora de negocios y ocupa lugares que antes estaban asignados solo a los hombres. Rodríguez- González (2013) afirma de forma contundente que los retos que enfrenta una mujer emprendedora no son diferentes a los que afrontan los hombres. Sin embargo, el gran reto para la mujer emprendedora es que la tomen en serio.

Sin embargo, a pesar de todos estos impedimentos, Kollind (2015) ha descubierto que en América Latina el crecimiento del emprendimiento, tanto de hombres como de mujeres, ha sido de un 24%. Este dato es alentador en comparación con el resto del mundo, cuyo desarrollo fue tan solo de un 15%.

Con todo, en México, según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), las mujeres ocupan solamente el 31% de los puestos de alta dirección. Las juntas directivas de las empresas mexicanas están integradas entre un 7% y en 10% por mujeres y únicamente el 2% de las mujeres mexicanas son empresarias, mientras que los hombres alcanzan un 6% (OCDE, 2022).

En México, las mujeres ocupan menos de un tercio de los puestos gerenciales y tienen una participación de una por cada diez hombres en los puestos directivos. Aún más, así como las mexicanas, las mujeres de muchas economías emergentes según el *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, no reciben apoyo suficiente como para que les sea fácil empezar y desarrollar una empresa (GEM, 2014).

El estado de Puebla cuenta con una superficie de 34,306 km². Es una de las 32 entidades federativas de México que se localiza al centro-oriente del país y tiene una población total de 6, 583, 278, de las cuales 3, 423, 163 (51.99%) son mujeres y 3, 160, 115 (48.01%) hombres, según el Censo de Población y Vivienda, 2020.

Puebla ha destacado a nivel nacional por empresas como “Chiles la morena”, “Italpasta”, “Chipileta”, “Leche Tamariz” y “Peñafiel”, sin embargo dichas empresas no han estado al mandó de mujeres (Rodríguez, 2024), demostrando así que es esencial que se implementen políticas que promuevan la inclusión y el empoderamiento económico de las mujeres empresarias en Puebla (Moreno, 2023).

Para poder conceptualizar y fundamentar de manera científica el objetivo de la investigación es de vital importancia analizar las siguientes teorías:

La teoría del Just in time:

El pensamiento filosófico de *Just in time* de Edward J. Hay (J. Hay, 1989), alberga conceptos como “calidad”, “eficiencia” y “disminución de costos”, términos que permean como herramienta que busca eficientar los procesos de producción; costo es hacer de la materia prima directa mínima con los recursos disponibles, lo que significa, hacer uso óptimo de los inventarios, con las menores mermas posibles.

La teoría o filosofía *Just Time* de Taiichí Ohno (Ohno,1988), permite aprovechar los recursos, reduciendo costos para promover un impacto en la satisfacción del cliente. Asimismo, contribuye a:

- Eliminar tareas y recursos innecesarios
- Eficientar los procesos de producción
- Suministrar información en el desvío de procesos
- Reducir desperdicios
- Identificar errores y optimizar los procesos de gestión

Por lo tanto, utilizando esta teoría es posible identificar errores que se estén cometiendo en los emprendimientos dirigidos por mujeres en Puebla.

La teoría de la penta hélice:

Carayannis & Campbell (2019), enuncian un modelo de creación de conocimiento e innovación, a través de la coordinación entre cinco hélices representadas por los siguientes elementos y sus respectivas aportaciones:

1. Por el capital legal representado por las instituciones gubernamentales, de donde emana la normatividad que fomentan o inhiben la interacción entre el resto de los subsistemas o hélices.
2. Constituido por las empresas e industrias que conforman el capital económico, aportando la infraestructura dirigida a la innovación (capital, maquinaria, tecnología, talento y cualidad emprendedora).
3. El sistema educativo, integrado por las Instituciones de Educación Superior (IES) y los Centros de Investigación, etiquetado como el capital intelectual, contribuyendo con el capital humano importante para la investigación y difusión del conocimiento.
4. La sociedad y los medios de comunicación, configurando el capital social a través de la cultura y los medios de información, que inciden en las demás dimensiones a través del crecimiento demográfico, factores poblacionales.

5. El medio ambiente y los recursos naturales que conforman el capital natural, integrado por tierra, mar, minerales, plantas y animales.

En resumen, este modelo se centra en la interacción dinámica de cinco hélices, integradas por los ejes compuestos por la academia, el gobierno, las empresas, la sociedad y finalmente el medio ambiente, con el propósito de aumentar el valor en la sociedad a través del esfuerzo por promover el conocimiento y comprender una gestión que sea de calidad, apoyada en una situación en la que todos ganan (ganar-ganar) entre la ecología, el conocimiento y la innovación, dando pasos hacia un desarrollo sostenible y efectivo, en favor del equilibrio de la naturaleza, para permitir a las generaciones futuras una mejor calidad de vida, ya que tanto el modelo cuádruple hélice como Penta hélice están socialmente orientadas (Carayannis & Campbell, 2019).

La teoría de la calidad:

De acuerdo con Deming (1986), la teoría del *Total Quality Management* (TQM por sus siglas en inglés), se ha convertido en un pilar fundamental de las empresas para enfrentar el reto del cambio de paradigma en la forma de hacer negocios.

Para los años cincuenta, Deming ya había encaminado a la industria japonesa a ocupar el primer lugar de calidad en el mundo, afirmando que el 94% de los problemas de calidad en las empresas, son responsabilidad de la alta gerencia.

Actualmente esta teoría sigue aplicándose, bajo la columna vertebral de su enfoque la cual considera algunos principios, como:

1. Mejoramiento permanente del producto o servicio.
2. Abolir la práctica de hacer los negocios solamente basados en el precio, “se debe comprar calidad”.
3. Entrenar/Capacitar a los trabajadores, enseñándoles cómo hacer mejor el trabajo.
4. Erradicar el temor para que todo el mundo pueda trabajar eficientemente en la empresa.
5. Derribar las barreras que existen entre los departamentos y que impiden hacer bien un trabajo.
6. Tomar medidas para la transformación

Lo que se pretende proponer con esta teoría, son los cambios o estrategias que coadyuven al crecimiento de los negocios en el municipio de Puebla dirigidos por mujeres.

Metodología

Por otra parte, Corbeta (2007), menciona que es fundamental explorar bajo un método deductivo y una investigación estructurada, los datos que quieran comprobarse sobre un hecho, para lo cual esta investigación se basará en la encuesta, con el fin de proporcionar datos estadísticos, variables y correlaciones, que puedan medir y comprobar los diferentes aspectos a los que se enfrentan las empresarias del municipio de Puebla. A partir de esto, y del objetivo planteado en la presente investigación, se presenta la metodología que guiará el trabajo de campo.

Tipo de investigación: Cuantitativa, dada la importancia de la investigación es importante medir y analizar los resultados.

Tipo de método: Se aplicó el método no probabilístico por conveniencia, dado que la población es infinita.

Para recopilar la información se utilizó la encuesta, que de acuerdo con Gurdián (2021), es una técnica que a través de un cuestionario induce al descubrimiento, y hallazgos de información que permitirán la verificación y comprobación de resultados.

Según Hernández Sampieri (1997), un cuestionario es una de las técnicas más utilizada para la recolección de datos; este consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir, donde, se puede utilizar el escalamiento tipo Likert.

Este cuestionario sirvió de apoyo para medir las actitudes y conocimientos de las mujeres que participan en el sector empresarial del municipio de Puebla.

Resultados

La encuesta se aplicó a 58 emprendedoras del municipio de Puebla, utilizando como herramienta un formulario en *Google Forms*; dueñas de algunos negocios como: Antojitos “La antojadera”, Composturas de ropa “El remiendo”, Pastelerías DAN, Mi casita Montessori, Abarrotes Guadalupe, Madre canela, Cemitas la cabaña, Lavandería “Burbujas”, Sincérate Poder humano, Destino Tinto, Restaurante Fat Bear, Dulce y Picosito, Electro ferretera “El Águila”, Enchulamovil, Real de Plata, Pos/tres, Clínica leben, KenBel joyería, Brasieres Edda, Hermosa & All sizes, Boutique con estilo 21, Distribuidora de huevo “Ángel López”, “Arte-Sano” Repostería Gourmet, Sweet snack, Jiménez Vinos y Licores, Step Dance Studio, Mezcal alma perdida, Sinfonía de azúcar, Fábrica de Muebles Puebla, Mora Diaz Talento y Desarrollo, Just de México, Rosa de Sarón Boutique Floral Online, Taquería el reycito, Chariz Factory, entre otros, respondieron el cuestionario.

Posteriormente, la encuesta fue validada mediante el Alfa de Cronbach obteniendo el siguiente resultado:

Tabla 1. Estadístico de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.723	10

Fuente: elaboración propia con base en resultados obtenidos en SPSS.

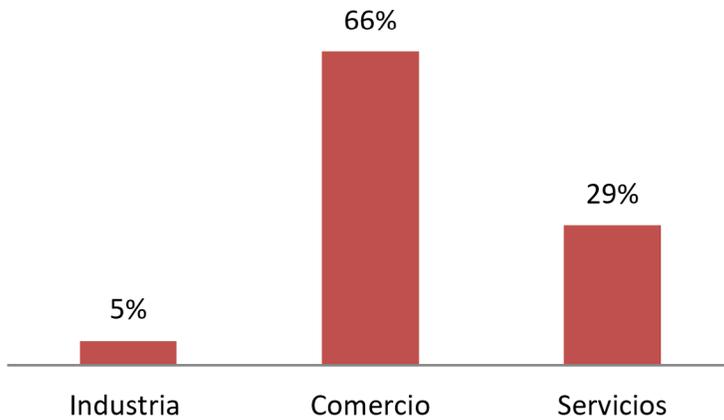
Las diez variables a analizar fueron las siguientes: ¿En qué sector se encuentra tu emprendimiento?, ¿Con cuántos empleados cuenta tu negocio?, ¿Cuántos años lleva en marcha tu negocio?, ¿Cuánto tiempo dedicas al día a tu negocio?, ¿De cuánto fue tu primera inversión?, Esa cantidad fue invertida por, ¿Hiciste algún estudio de mercado

antes de montar tu negocio?, ¿Llevas algún tipo de contabilidad?, ¿Tu negocio cuenta con RFC? Y ¿Consideras que por ser mujer tienes más dificultades en el ámbito empresarial?

Análisis estadístico descriptivo

A continuación, se muestran las tablas de frecuencias de las variables analizadas y su interpretación:

Figura 1. Sector empresarial al que pertenecen los emprendimientos de las encuestadas

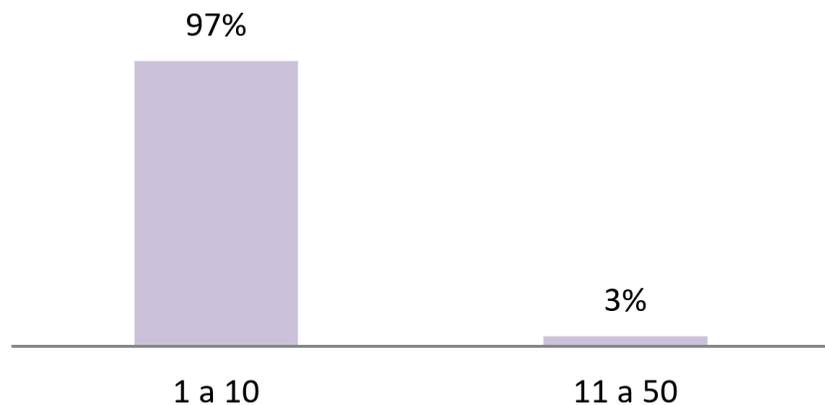


El emprendimiento de las mujeres en el municipio de Puebla se ha inclinado más por el sector Comercio con un 66%, seguido del de Servicios con un 29% y el de Industria con un 5%. Este dato muestra que la actividad comercial tiene proporción mayores facilidades para emprender un negocio, por la flexibilidad en su operación.

Fuente: elaboración propia.

Figura 2. Tamaño de la empresa según su número de empleados

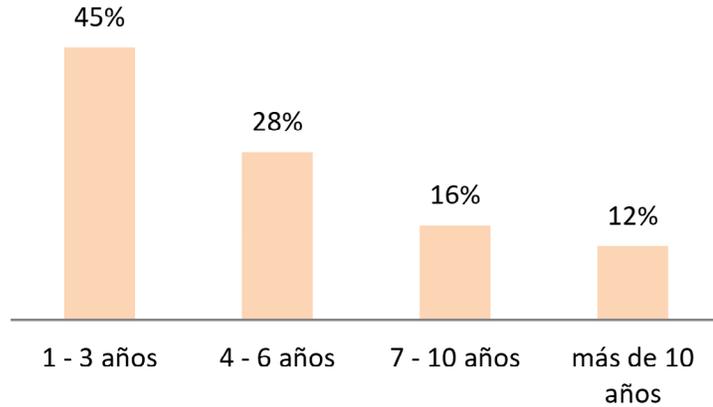
El 97% de los emprendimientos de las mujeres en el municipio de Puebla cuenta con menos de 10 empleados, por lo que este dato nos indica que son microempresas.



Fuente: elaboración propia.

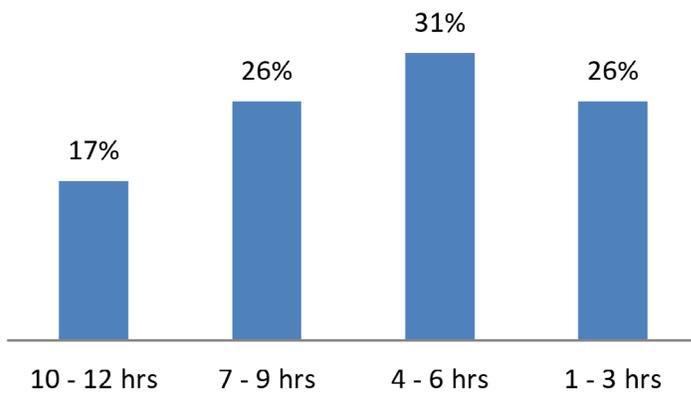
Figura 3. Edad de las microempresas en años

La edad en años de las microempresas de las mujeres poblanas se encuentra distribuida en 45% con 1 – 3 años, 28% 4 – 6 años, 16% 7 – 10 años y 12% llevan más de 10 años con su negocio en marcha.



Fuente: elaboración propia.

Figura 4. Horas al día que dedican a su negocio

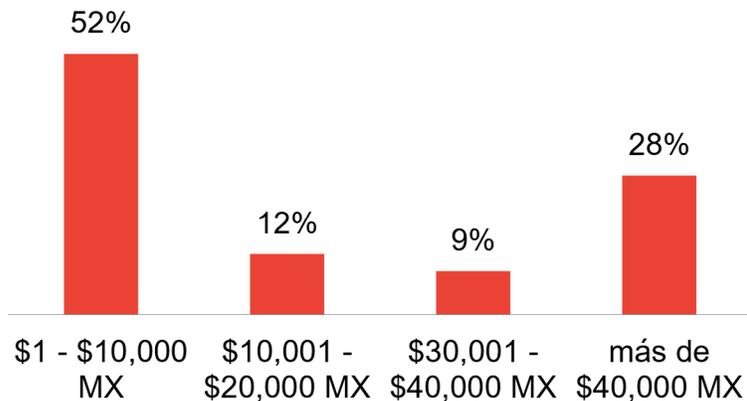


Con este dato y el anterior se puede comprobar la primera hipótesis referente a que las mujeres dedican poco tiempo a sus negocios ya que las encuestadas respondieron en un 31% que sólo dedican entre 4 y 6 horas a su negocio, seguido del 26% con 1- 3 horas y otro 26% con un tiempo de 7 – 9 horas por día. El dedicar poco tiempo a tiempo a sus negocios también ha llevado a las emprendedoras a tener negocios con vida menor de 2 años.

Fuente: elaboración propia.

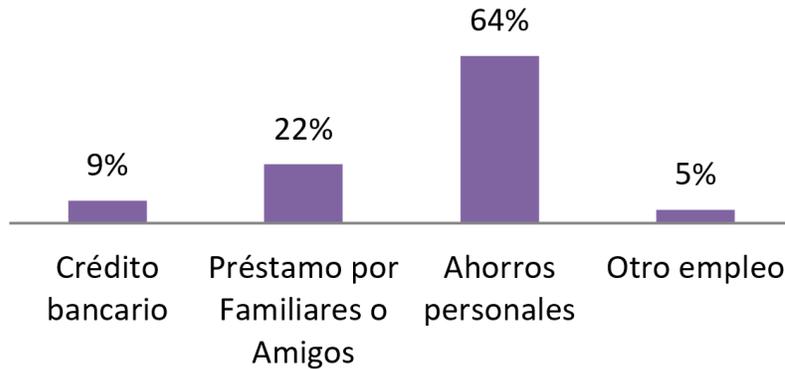
Figura 5. Monto de la primera inversión

El 52% de las poblanas invirtió por primera vez para apertura de su microempresa, entre \$1 – \$10,000 pesos mexicanos. Interesante que el otro 28% lo hiciera con más de \$40,000 pesos mexicanos.



Fuente: elaboración propia.

Figura 6. Fuente de financiamiento

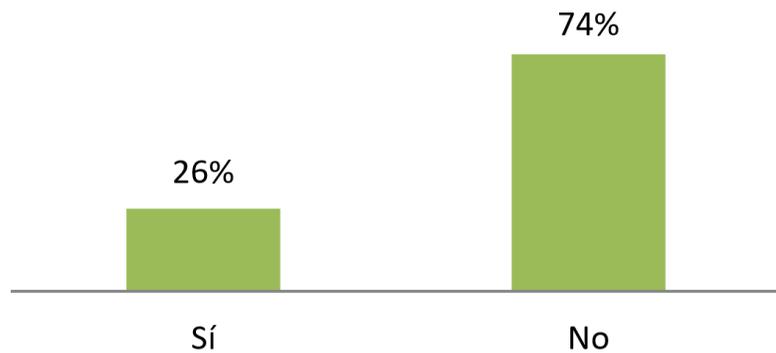


Las encuestadas se financiaron en un 64% con ahorros personales, mientras que el 22% lo hizo con un préstamo por parte de familiares y/o amigos.

Fuente: elaboración propia.

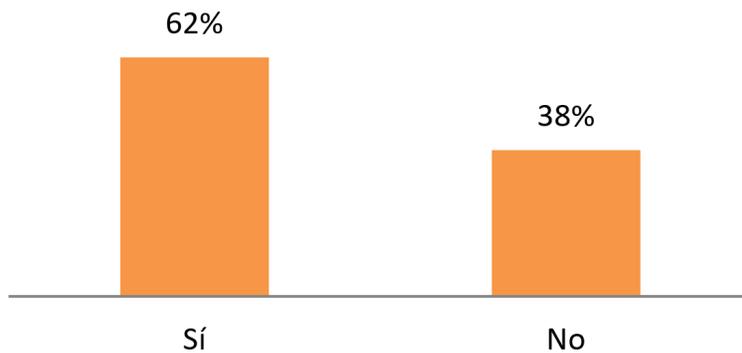
Figura 7. Referente a la realización previa de un estudio de mercado

Gran parte de los emprendimientos carecen del estudio de mercado tal como lo demuestra la figura 7 en donde el 74% no realizó un estudio de mercado previo, lo que permite señalar a esta como una de las causas principales del fracaso de los negocios.



Fuente: elaboración propia

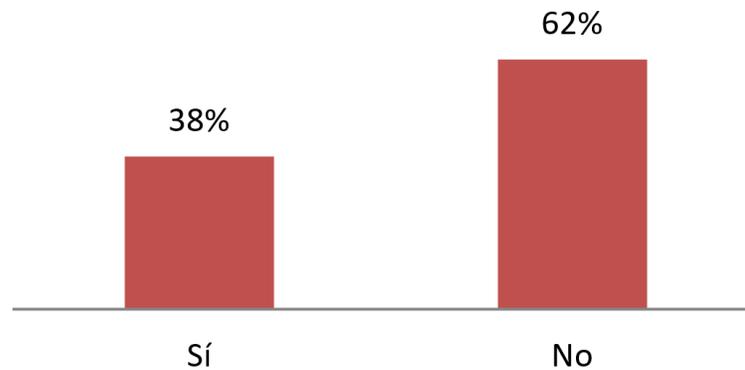
Figura 8. Referente a si lleva algún tipo de contabilidad.



Aunque el 62% de las encuestadas reportó que sí lleva una contabilidad de su microempresa, el 38% no lo hace.

Fuente: elaboración propia.

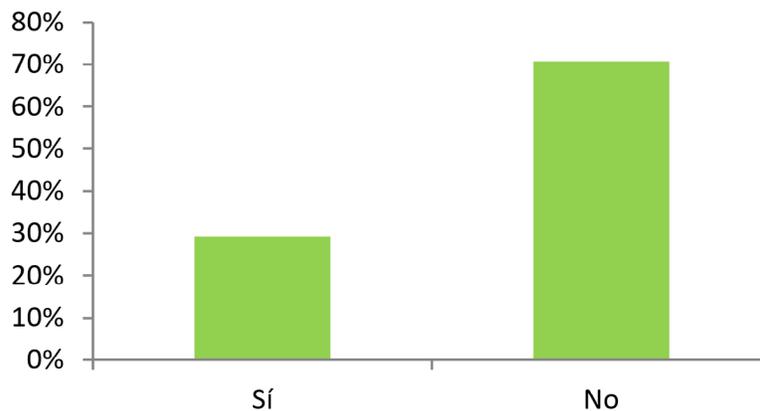
Figura 9. Inscritas al Registro Federal de Contribuyentes (RFC)



Fuente: elaboración propia.

Sólo el 62% de las emprendedoras han inscrito su negocio al RFC, el 38% opera de manera informal.

Figura 10. Creencia de tener más dificultades en el ámbito empresarial por ser mujer



Fuente: elaboración propia.

El 70% de las encuestadas considera que no tiene dificultades en el ámbito empresarial por ser mujer; mientras que el otro 30% considera que sí hay una brecha por factores como la falta de tiempo por labores del hogar y cuidado de los hijos.

Medidas de tendencia central de las variables cuantitativas

Dentro del análisis de las variables se encontraron cuatro variables cuantitativas, a continuación se muestran sus medidas de tendencia central:

Tabla 3. Medidas de tendencia central del número de empleados

<i>¿Con cuántos empleados cuenta tu negocio?</i>		
Media	1.03448276	1 - 10 empleados
Error típico	0.02416816	
Mediana	1	1 - 10 empleados
Moda	1	1 - 10 empleados
Desviación estándar	0.18405922	

Fuente: elaboración propia.

Esta variable no considera las medidas de tendencia central debido a que todas las encuestadas pertenecen a microempresas al tener entre 1 – 10 empleados.

Tabla 4. Medidas de tendencia central de la edad en años de las microempresas

<i>¿Cuántos años lleva en marcha tu negocio?</i>		
Media	1.948275862	4 - 6 años
Error típico	0.137874308	
Mediana	2	4 - 6 años
Moda	1	1 - 3 años
Desviación estándar	1.050019445	

Fuente: elaboración propia.

La media de los años que llevan en marcha las microempresas es de 4-6 años. El dato de en medio también pertenece a los 4-6 años y la moda es de 1-3 años.

Tabla 5. Medidas de tendencia central de las horas que dedican al día a su microempresa

<i>¿Cuánto tiempo dedicas al día a tu negocio?</i>		
Media	2.655172414	4 - 6 horas
Error típico	0.138157708	
Mediana	3	4 - 6 horas
Moda	3	4 - 6 horas
Desviación estándar	1.052177761	

Fuente: elaboración propia.

En esta variable las medidas de tendencia central: media, mediana y moda coinciden en que las mujeres emprendedoras dedican entre 4-6 horas al día a sus negocios.

Tabla 6. Medidas de tendencia central del monto de la primera inversión

<i>¿De cuánto fue tu primera inversión?</i>		
Media	2.12068966	\$10,001 - \$20,000 PMX
Error típico	0.17230789	
Mediana	1	\$1 - \$10,000 PMX
Moda	1	\$1 - \$10,000 PMX
Desviación estándar	1.31225781	

Fuente: elaboración propia.

La media nos indica que el promedio de inversión de las emprendedoras por primera vez fue de \$10,001 - \$20,000 pesos mexicanos, sin embargo, el dato medio y más repetido fue de \$1 - \$10,000 pesos mexicanos.

Conclusiones

El objetivo de esta investigación fue analizar el emprendedurismo femenino en el municipio de Puebla, a través de un diagnóstico situacional protocolario, que permitiera evaluar su comportamiento en el sector empresarial. Con resultados obtenidos se pudo realizar el análisis de los distintos factores que demuestran como las mujeres van desarrollando actividades que las apoyan en sus emprendimientos, cumpliendo con esto el objetivo.

Con el cuestionario que se aplicó a 58 emprendedoras del municipio de Puebla se obtuvo información que demuestra porque sus emprendimientos fracasan. Dentro de su comportamiento, se identificó el capital con el que inician, la fuente de financiamiento, si realizaron algún estudio de mercado e incluso si llevan algún tipo de contabilidad y su número de empleados; lo cual proporciona herramientas y conocimientos específicos para contribuir a la mejora o éxito de sus negocios, lo que permite comprobar la hipótesis.

Los hallazgos más significativos fueron los siguientes:

- Inversión inicial: El 52% de las emprendedoras invirtió entre \$1,000 y \$10,000 pesos para iniciar sus negocios, principalmente financiados con ahorros personales.
- El 62% no cuenta con su negocio inscrito al RFC
- El 74% no realizó un estudio de mercado previo y
- El 38% no lleva ningún tipo de contabilidad.

Con la pregunta de las horas al día que dedican a su negocio, el 31% respondió que sólo dedican entre 4 y 6 horas a su negocio, seguido del 26% con 1- 3 horas y otro 26% con un tiempo de 7 - 9 horas por día. Esto evidentemente influye en la dedicación que les dan a sus negocios.

La investigación sobre el emprendedurismo femenino en Puebla revela importantes hallazgos que subrayan tanto los desafíos como las oportunidades para las mujeres emprendedoras. A pesar de la dedicación y el esfuerzo que muchas mujeres invierten en sus negocios, enfrentan barreras significativas.

Sin embargo, la identificación de estas problemas, proporciona una base sólida para desarrollar estrategias y herramientas que puedan apoyar a las emprendedoras en su camino hacia el éxito. Es crucial fomentar programas de capacitación y acceso a recursos financieros que permitan a las mujeres superar estos obstáculos y maximizar su potencial empresarial.

Referencias

- Aguilar, J. y Recaman, A. (2015). *Factores que determinan el cierre de la micro y pequeña empresa. Comparativo entre empresas activas e inactivas en México y Colombia*. Pearson Education. 6-16.
- Altamonova, A. Murillo, J. y Mosquera, P. (2015). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en América Latina. *Revista de Estudios de Género*, 8, 45-60. <https://www.revistadegenero.org/article/view/123456>
- Barhate, B. y Patgaonkar, R. (09 de septiembre de 2024). Rural Women Entrepreneurs in the Informal Sector of India. *The IUP Journal of Entrepreneurship Development*, IX, 69-79. <https://ssrn.com/abstract=2154759>
- Camarena, M. (2018). Capacitación de las PYMES dirigidas por mujeres en Ciudad de México. *Universidad & Empresa*, 21, 76-107. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6467>
- Carayannis, E. G. y Campbell, D. F. J. (2019). *Democracy and innovation: Governance and ethics of innovation policy*. Springer.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2023). *Tiempo total de trabajo*. Observatorio de Igualdad de Género. <https://oig.cepal.org/es/indicadores/tiempo-total-trabajo>
- Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX). (2024, 09 de septiembre). *México es por sus mujeres*. <https://coparmex.org.mx/mexico-es-por-sus-mujeres/>
- Corbeta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación Social*. McGraw Hill.
- Deming, W. E. (1986). *Out of the Crisis*. Cambridge University Press.
- Gilbert, P. (1997). The evolution of social attractiveness and its role in shame, humiliation, guilt and therapy. *British Journal of Medical Psychology*, 70, 113-147. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8341.1997.tb01893.x>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (09 de septiembre de 2024). Women's Report. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2014-womens-report>
- González, R. y Sánchez, F. (2021). Las PyMES dirigidas por mujeres en Puebla: los retos ante la crisis económica. *Vinculatégica EFAN*, 7(1), 868-881. <https://doi.org/10.29105/vtga7.2-15>
- Goyal, M. y Yadav, V. (2014). To be or not to be a woman entrepreneur in a developing country? <https://ad-dletonacademicpublishers.com/contents-pihrm/255-volume-2-2-2014/2309-to-be-or-not-to-be-a-woman-entrepreneur-in-a-developing-country>
- Gurdián, A. (2021). El paradigma cuantitativo en la investigación socio-educativa. Colección IDER, 179-203.
- Hernández, R. (1997). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2024, 09 de septiembre). *Participación Económica de la Mujer*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_Mujer22.pdf
- J. Hay, E. (2014). *Justo a Tiempo la técnica japonesa que genera mayor ventaja competitiva*. Grupo Editorial Norma.
- Kollind, T. (2015). El crecimiento del emprendimiento en América Latina. *Journal of Business Studies*, 12, 78-92. <https://www.journalofbusinessstudies.org/article/view/78910>

- Ledesma S. (2018). *La planeación como herramienta para superar los primeros cinco años de vida de las micro y pequeñas empresas de comercio y servicio dirigidas por mujeres*. [Tesis de Maestría]. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://repositorio.unam.mx/contenidos/63044>
- Martínez-Salgado, M. y Rojas, L. (2016). Distribución de tareas domésticas y tiempo de trabajo en el hogar. *Revista de Estudios de Género*, 12, 84-102. <https://revistadegenero.uaem.mx/article/view/123456>
- Moreno, A. (2024, 09 de septiembre). Empresarias poblanas: un motor de competitividad en México. *Mundo Ejecutivo Puebla*. <https://mundoejecutivopuebla.com/empresarias-poblanas-un-motor-de-competitividad-en-mexico/>
- Narendran, R. (2012). Impacto de la criminalidad y el acoso sexual en el emprendimiento femenino. *Journal of Women's Studies*, 15, 78-92 <https://www.journalofwomensstudies.org/article/view/78910>
- Ohno, T. (1988). *Toyota Production System: Beyond Large-Scale Production*. Productivity Press.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2024, 09 de septiembre). *Estudios Económicos de la OCDE: México 2022*. https://www.oecd.org/es/publications/estudios-economicos-de-la-ocde-mexico-2022_8b913f19-es.html
- Rodríguez, A. (2013). El emprendimiento femenino en el siglo XXI. *Revista de Estudios de Género*, 9, 45-60. <https://www.revistadegenero.org/article/view/123456>
- Rodríguez, A. (2024, 09 de septiembre). Marcas orgullosamente poblanas que seguro has consumido. *El Universal Puebla*. <https://www.eluniversalpuebla.com.mx/economia-y-negocios/marcas-orgullosamente-poblanas-que-seguro-has-consumido/>
- Saavedra, M. L., Briseño Aguirre, N. de la L. y Velázquez Rojas, K. G. (2022). Análisis y evolución del emprendimiento femenino en Latinoamérica. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 11(32), 1-29. <https://doi.org/10.36677/recai.v11i32.19391>
- Sánchez Vargas, J., Herrera Merino, M. y Perrotini Hernández, J. (2015). La participación laboral femenina y el uso del tiempo en el cuidado del hogar en México. *Contaduría y administración*, 60(3), 651-662. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.05.013>