

Capítulo 4

Equidad de género y resiliencia climática en los emprendimientos de mujeres: Áreas urbano-marginales

Alfredo Valadez García

Esthela Galván-Vela

Nataly Medina Rodríguez

Ana Marcela Sosa Arámburo

<https://doi.org/10.61728/AE20253226>



Introducción

Una de las formas más importantes de generar ingresos es, sin duda, el emprendimiento, que tiene una presencia significativa a nivel mundial, independientemente de si se analiza una economía desarrollada, en desarrollo o subdesarrollada. En México, la creación de negocios constituye una fuente de ingresos crucial a nivel nacional. Según datos del Censo Económico 2019 (Inegi, 2020), la tasa de crecimiento de las empresas entre 2014 y 2019 fue del 2.4 %, alcanzando un total de 6 373 169 establecimientos comerciales. Esta estructura empresarial está dominada en gran medida por las microempresas, que representan el 94.9 % del total de negocios en el país.

Por lo anterior, se hace necesario resaltar la magnitud que tienen los negocios en México como sustento económico de los hogares. Ahora bien, típicamente la creación de empresas obedece a dos principales causas: necesidad y oportunidad. Respecto a los emprendimientos que obedecen a la primera causa señalada, por lo general, tienen el rasgo de ser empresas familiares, con poca especialización, mínima esperanza de vida y una serie de condiciones que obstaculizan su crecimiento.

Este eje se centra en los emprendimientos femeninos en áreas urbano-marginales en Tijuana, que es el municipio más poblado del país, con más de 1 900 000 habitantes, de los cuales el 49.8 % son mujeres. Esto resulta en una proporción de hombres a mujeres de 101.6, lo que significa que, por cada cien mujeres en Tijuana, hay 101.6 hombres.

De acuerdo con el último censo económico, cerca del 90 % de las unidades económicas son microempresas, es decir, cuentan con 0 a 10 empleados. Estas ocupan un 21.27 % del total de los empleados en alguna empresa. Un punto a destacar es que concentran únicamente el 13.73 % del total de ingresos que captan todas las empresas en la ciudad, esto es, una participación mínima (Inegi, 2020).

Otros puntos importantes del tejido empresarial en esta ciudad fronteriza son que la tasa de rentabilidad promedio fue mayor para los negocios

de 0 a 10 empleados que para los medianos y grandes (un 35.49 % contra un 26.96 %). De igual manera, en promedio, en las microempresas se trabaja más horas diarias que en el resto de las empresas (9.56 respecto a 9.08).

Cuando se analizan los sectores de comercio al por menor, servicios educativos y preparación de alimentos y bebidas, que son los tres más comúnmente asociados a las emprendedoras entrevistadas en este eje, se observaron los siguientes datos a nivel municipio: estas tres categorías de empresas representaron un 52.74 % del total de las unidades económicas en Tijuana, por lo cual se puede inferir que estas emprendedoras se sitúan en sectores clave de la economía local. Asimismo, este tridente de sectores económicos es el que da empleo al 24.76 % del total de la población ocupada en los negocios de Tijuana; es decir, 1 de cada 4 personas que trabajan en alguna empresa en dicho municipio lo hacen para algunos de los tres sectores ya mencionados.

De acuerdo con el último censo económico, el 90 % de las unidades económicas tenían entre 0 y 10 empleados. Esta cifra es significativa, ya que se asume que las mujeres emprendedoras de antecedentes urbano-marginales forman parte de este universo. Estos negocios no solo son dirigidos por mujeres, sino que también brindan oportunidades de empleo para ellas, ya que el 44.47 % de la fuerza laboral remunerada está compuesto por mujeres.

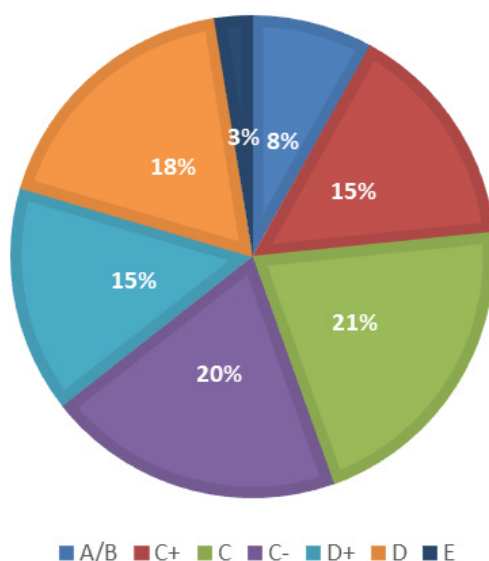
Para efectos de este trabajo, se considerarán áreas urbano-marginales a aquellas que son de perfil con ingreso medio, medio-bajo y bajo. En ese sentido, diversas coinciden en la proporción de zonas en Tijuana que no se ubican en zonas de ingreso medio-alto y alto. Un ejemplo de ello se tiene a partir de datos de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación (AMAI), ubican a un 52.62 % de los hogares en Tijuana con niveles socioeconómicos C-, D+, D y E, mismos que son equivalentes a ingresos medio, medio-bajo y bajo (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación [AMAI], 2024)

En ese tenor, a nivel municipal, 1 de cada 5 hogares en Tijuana pertenece al nivel socioeconómico C-, tal como se puede apreciar en la figura 1. Este nivel se distingue porque, en la categoría de educación, el 67 % de los jefes de hogar tiene estudios de secundaria, lo que indica un nivel educativo básico; en el rubro de vivienda, un 78 % habita en viviendas con uno o dos dormitorios, lo que sugiere un espacio más limitado en comparación

con niveles superiores; respecto a su capacidad para conectividad, 8 de cada 10 hogares cuentan con internet fijo en la vivienda, lo que es fundamental para la comunicación y el acceso a información. En términos de tecnología, el 28 % de los hogares tiene al menos una computadora, lo que muestra una adopción básica de tecnología y, en lo que respecta al gasto, cerca del 38 % se asigna a alimentación, y el 20 % se destina al transporte.

Figura 1

Distribución de los hogares por nivel socioeconómico en Tijuana, 2024.



Fuente: elaboración propia con datos de AMAI.

Emprendimiento femenino en contextos urbano-marginales

En México, las empresas dirigidas por una mujer tenían la siguiente estructura en 2021: 8.8 % de las empresas medianas, 20 % de las pequeñas y 23.5 % de las microempresas. Estos escenarios clarifican la desigualdad notoria, pues incluso en la categoría más común, como lo son las microempresas, se puede decir que por cada mujer emprendedora hay 3 hombres emprendiendo (Inegi, 2023).

De igual forma, cuando se analiza el emprendimiento femenino, se debe hacer énfasis en que este se complica en mayor medida cuando se lleva a cabo en zonas de bajo ingreso, es decir, en contexto de marginación, pobreza y demás circunstancias que existen en muchas zonas del país y, desde luego, en Tijuana.

Si bien es cierto que Tijuana presenta una serie de oportunidades y ventajas respecto a muchas otras ciudades, derivadas de su vecindad con California, sin embargo, no está exenta de tener condiciones de marginación económica. Para poner en perspectiva el panorama de Tijuana, se enlistan los siguientes datos:

- En 2020, existía un 23.7 % de la población que vivía en condiciones de pobreza y un 1.9 % en pobreza extrema.
- En 2020 ocupó el octavo lugar nacional en número de personas en condición de pobreza.
- Es el municipio más poblado de México, con la frontera más transitada del mundo.
- El 2.2 % de las viviendas particulares habitadas tienen piso de tierra.
- El 2.9 % de las viviendas particulares habitadas tienen tres o más ocupantes por cuarto.

Aunado a lo anterior, el Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social 2023, elaborado por la Secretaría del Bienestar (2023), señala que en Tijuana existen aspectos como la carencia social, el rezago educativo, la falta de acceso a servicios de salud o de seguridad social, la falta de una alimentación nutritiva o de calidad, la falta de una vivienda de calidad o el acceso a los servicios básicos en la vivienda como luz, agua potable y drenaje. El número de personas afectadas por las carencias enunciadas se puede apreciar en la Tabla 1.

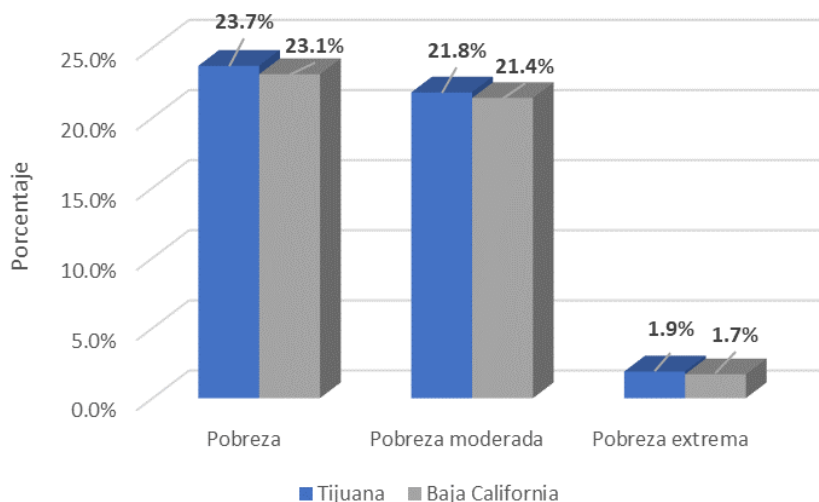
Tabla 1*Indicadores de carencias sociales en Tijuana, 2020.*

Tipo de carencia social	Número de personas
Rezago educativo	263 670
Acceso a servicios de salud	525 284
Acceso a seguridad social	872 629
Calidad y espacios de la vivienda	124 493
Acceso a los servicios básicos en la vivienda	65 531
Acceso a la alimentación nutritiva y de calidad	259 353

Fuente: elaboración propia con datos de Secretaría de Bienestar.

Los datos de la Tabla 1 muestran la existencia notoria de carencias socioeconómicas en Tijuana, las cuales van desde temas de salud hasta educación. Por ejemplo, casi 900 000 personas no tienen acceso a seguridad social, lo cual es una señal de la informalidad laboral y de condiciones de empleo no digno que un porcentaje considerable de la población tiene que afrontar. Esto no es un problema minúsculo, dado que muchos emprendimientos que se llevan a cabo se dan precisamente en estos escenarios sin acceso a opciones como IMSS, ISSSTE, entre otras.

Por otro lado, cuando se realiza la comparación de las condiciones de pobreza a nivel estatal respecto a Tijuana, este municipio presenta cifras menos favorecedoras. Ello se observa en la Figura 2, en la que se muestran las tres categorías de pobreza y cómo las cifras de Baja California son relativamente menores respecto a Tijuana.

Figura 2*Población en situación de pobreza en Tijuana y Baja California, 2020.**Fuente:* elaboración propia.

De manera que el panorama mostrado en esta sección indica la heterogeneidad de ingresos y condiciones socioeconómicas que permean en Tijuana. Esto da lugar a aseverar que los emprendimientos se condicionan a la mitigación de alguna necesidad y no por la detección de alguna oportunidad. Esto, de alguna manera, cuestiona o pone en la mesa de discusión si realmente Tijuana es una ciudad que garantiza mejores condiciones y una calidad de vida óptima para su población, sea nativa o migrante.

Emprendimiento femenino en escenarios de movilidad

Como base de esta sección, se debe establecer que no existe un único concepto generalizado y ampliamente aceptado que recoja el significado de movilidad o de migración de forma mundialmente aceptada y estandarizada. De hecho, se trata de un concepto que no tiene carácter estático, sino dinámico y volátil, que va evolucionando con las tendencias sociales, políticas, climáticas y demás circunstancias propias de la humanidad. Sin embargo, para efectos de este trabajo, de manera genérica, se puede definir a la movilidad como todo movimiento o desplazamiento de una persona o un número de personas desde un lugar geográfico a otro.

Para entender más este proceso social, el punto de partida será la definición académica de migración señalada por Cruz et al. (2015), quienes la conciben como el desplazamiento de una persona a partir de un área de origen a un área de destino, cuya esencia es el cambio de residencia habitual. Entre estos desplazamientos hay los de carácter externo e interno. Los internos son el cambio de residencia al interior del país, lo que, en México, organismos como el Consejo Nacional de Población (CONAPO) llaman migración interna, en tanto que los externos o la migración internacional son los cambios de residencia hacia un país distinto al de origen, situación que se da con mucha intensidad alrededor del mundo, particularmente en México y Estados Unidos. Dentro del trabajo en este proyecto, en concreto a este eje, ambas modalidades son cruciales.

De acuerdo con Zenteno (2012), el interés en el estudio de los fenómenos migratorios tiene más de cien años de existencia, siendo medular la identificación de los factores vinculados a la misma. En la década de los sesenta, Sjaastad (1962) incorporó la noción de capital humano en los estudios de los fenómenos migratorios, al conceptualizarse como una inversión, misma que contempla los costos y beneficios asociados. Su trabajo es considerado como el pionero dentro de la perspectiva neoclásica de la migración.

Aragónés (2000) señaló que el salario es el principal determinante de expulsión y atracción de migrantes; expulsando a las personas de regiones de bajos ingresos que buscan conseguir un mejor salario hacia zonas o regiones más ricas. Por ello es que, dado el contexto de esta investigación, típicamente se analizarán algunos emprendimientos de personas que llegaron a Tijuana, derivados de flujos migratorios de México o de otras partes del continente americano con destino a Estados Unidos, dado que los salarios son superiores en el segundo país respecto al primero.

Domínguez (2009) señaló que el diferencial salarial o la expectativa de ingresos, es el principal factor que determina la emigración, considerando que el aumento de salario compensa los costos asociados a migrar. Aunque la decisión de migrar, de acuerdo con esta teoría es de carácter personal e individual, está incentivada por factores sociales como la falta de empleo, la pobreza o la escasez de recursos.

Según Malthus (1998), la movilidad de personas tiene efectos sobre el uso y desgaste de recursos naturales, tales como agua, suelo, flora, fauna, minerales y otros. En ese sentido, un componente crucial de este estudio

es justamente la resiliencia climática y todas aquellas prácticas que llevan a cabo las emprendedoras y que aportan al cuidado del medio ambiente.

Todos estos postulados económicos que vinculan la movilidad y el emprendimiento son un componente importante en el estudio de este eje, ya que la evidencia sugiere que la cercanía que tiene Tijuana con Estados Unidos la convierte en una ciudad receptora de migrantes internos y externos, mismos que verán en la creación de empresas la oportunidad para obtener ingresos. Asimismo, el género femenino es parte crucial de esta dinámica socioeconómica y, muy particularmente, presenta una realidad distinta al migrante masculino.

De acuerdo con el Censo Nacional de Población y Vivienda 2020, en Tijuana el 45.2 % de las mujeres nacieron en una entidad federativa distinta a Baja California, es decir, hay indicios de migración en una proporción importante de la población femenina (Inegi, 2021). También se conoce que, para marzo de 2015, es decir, cinco años previo al levantamiento del censo 2020, el 91.4 % de la población femenina de cinco años y más vivía ya en Baja California. Esto revela que cerca del 10 % arribó a la entidad de manera reciente, previa al ejercicio que contabiliza a toda la población. Incluso, la ciudad presenta cualidades no únicamente de migración interna, sino también de migración internacional, pues las cifras del último censo revelan que casi el 5 % de la población total nació en otro país, pero a la fecha del censo residían en Baja California.

Ello lleva a rescatar ideas asociadas en Peláez y Espinoza (2021), quienes analizan la existencia de una paradoja en la ciudad fronteriza y sus niveles de ingreso vinculados a la migración, enfatizando las palabras de Mungaray et al. (2014): “Baja California es atractivo para la población del resto del país, que busca mejores oportunidades de vida; y, con el tiempo, se ha convertido en un estado que importa pobreza” (p. 61). Estos autores basan esa conclusión en el “efecto Todaro” que, aplicado al caso, implica que “los migrantes renuncian a zonas de bajos salarios seguros a cambio de otras de mayor salario esperado, incluso cuando [este salario] está asociado a la posibilidad de estar desempleado” (p. 75).

Todaro (1969), fue quien introdujo el concepto de rentas esperadas en el marco de los supuestos de la teoría neoclásica de las migraciones, argumentando que la decisión de emigrar no solo depende de la diferencia salarial entre las regiones de origen y de destino, sino que también de las probabi-

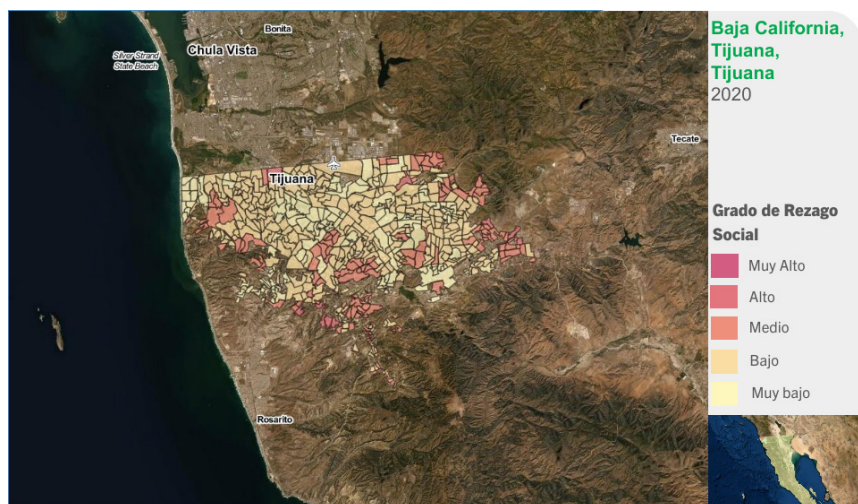
lidades de encontrar empleo y tener acceso a mejores salarios. Las migraciones se darían entonces desde las regiones con bajos salarios hacia las de altas remuneraciones, esto sí y solo si las diferencias salariales compensen los costos del traslado y las pocas probabilidades de encontrar empleo.

Se entiende que Tijuana es una ciudad receptora de migrantes, por diversas razones. De modo que una manera de atender las necesidades económicas de ingreso es que estas se vean solventadas por medio de algún emprendimiento, el cual puede fortalecerse por las redes de apoyo. En ese sentido, Banerjee y Duflo (2020) argumentaron que existe una clara tendencia favorable a realizar emprendimientos en ciudades donde ya residen personas originarias del mismo país o sitio de donde provienen los migrantes potenciales a iniciar un negocio. En su obra Buena economía para tiempos difíciles, plantean una serie de ejemplos para Estados Unidos donde demuestran con evidencia empírica que hay un fuerte vínculo entre migración y emprendimientos de alto impacto.

Problemática de las zonas urbano-marginales en Tijuana

Como se ha hecho mención en la introducción de este capítulo, para efectos de este estudio, se definirá como áreas urbano-marginales a aquellas que son de perfil con ingreso medio, medio-bajo y bajo. En ese sentido, diversas coinciden en la proporción de zonas en Tijuana que no se ubican en zonas de ingreso medio-alto y alto. Un ejemplo de ello lo tenemos a partir de datos de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación, que ubican a un 52.62 % de los hogares en Tijuana con niveles socioeconómicos C-, D+, D y E, mismos que son equivalentes a ingresos medio, medio-bajo y bajo (AMAI, 2024).

Por lo anterior, se identifica una cantidad importante de áreas geoestadísticas básicas (AGEB) que cumplen con la definición de área urbano-marginal en Tijuana. Por ejemplo, uno de cada cinco hogares en el municipio pertenece al nivel socioeconómico C-. Este perfil de zonas suele concentrarse mayormente en la periferia urbana, como se observa en la siguiente Figura 3, tomada de CONEVAL (2021). Para atender la metodología de este eje, se logró entrevistar a emprendedoras que viven en las zonas de: Camino Verde, El Pípila, Obrera y otras colonias que recaen en esta clasificación.

Figura 3*Grado de rezago social a nivel AGEB en Tijuana, 2020.**Fuente:* CONEVAL (2021).

De manera que la dinámica en que los emprendimientos femeninos se llevan a cabo en las mencionadas zonas obedece a una realidad en donde prevalece la informalidad; existe más delincuencia; persiste una modalidad de negocios de bajo precio, así como una excesiva competencia derivada de las empresas que nacen por necesidad. Por ello, el poner en marcha un negocio en estas zonas de Tijuana representa una serie de retos para las emprendedoras, entre los que destacan: baja formación educativa, escasa capacidad financiera y altas restricciones para su crecimiento (Ramírez et al., 2017).

Lo anterior, se agudiza cuando el emprendimiento es llevado a cabo por mujeres. Ortiz (2017), realizó una revisión de estudios empíricos en América Latina y señaló que los emprendimientos desarrollados por mujeres ofrecen una relación entre oportunidades precarias, tanto laborales como económicas y el desarrollo de emprendimientos como una alternativa ante la desigualdad de género.

La evidencia empírica sugiere que típicamente los emprendimientos en zonas de bajos ingresos no tienen los conocimientos sobre el cambio climático ni realizan las acciones correspondientes en cuidado del medio ambiente. Esto último, entre otras cuestiones, por los costos que puede generar o bien, porque la dinámica de esas microempresas no les permite

generar planes que mitiguen el cambio climático y demás daños a la naturaleza (Martínez et al., 2016).

Inmersión a campo del eje

Se ejecutó una estrategia metodológica cualitativa, no experimental, transversal y exploratoria. Se llevaron a cabo 12 entrevistas individuales y dos grupos focales, con un total de 25 participantes emprendedoras. La validación de los instrumentos se realizó anteriormente de manera conceptual, por medio de la técnica Delphi. La muestra analizada tuvo como criterios de inclusión: ser mujeres emprendedoras residentes en áreas de ingresos medio bajo y bajo en la ciudad de Tijuana.

Las doce entrevistas semiestructuradas y a profundidad tuvieron una duración media de 97 minutos. Algunas fueron realizadas de manera presencial, otras por modalidad de videollamada, pero en ambos casos, se aplicó el consentimiento informado para respetar cuestiones de ética en la investigación. La edad media de las emprendedoras entrevistadas de manera individual fue de 39.4 años, en tanto que la de ambos grupos focales fue de 47 años. Este levantamiento de información se llevó a cabo durante diciembre del 2023 y marzo del 2024, utilizando el software de análisis cualitativo ATLAS.ti versión 24, con apoyo de sus funciones asociadas a inteligencia artificial.

La guía de entrevistas consistió en 26 preguntas, de las categorías introductoria, de transición, claves y de cierre, todas orientadas a tres grandes temas: emprendimiento, equidad de género y resiliencia climática. Las entrevistas fueron grabadas en audio, con el previo consentimiento de las entrevistadas y posteriormente fueron transcritas. La siguiente tabla concentra la información demográfica de las doce entrevistas individuales.

Descripción de la muestra de las entrevistas

Como parte de la recolección de datos, al inicio de cada entrevista individual se cuestionó una serie de preguntas del perfil sociodemográfico, migratorio y aspectos generales del emprendimiento de las mujeres. En este sentido, la Tabla 2 muestra la diversidad de perfiles que fueron parte de la muestra, ya sea que se analicen variables como edad, nivel de escolaridad, lugar de origen y desde luego condición migratoria, la cual es una particularidad de este segundo eje.

Haciendo referencia a la situación migratoria de las participantes, hay que subrayar que prácticamente ninguna es originaria de Tijuana, lo cual ofrece una dinámica distinta ya que algunas de ellas incluso son migrantes internacionales en calidad de refugiadas. Este contexto es relevante para comprender el tipo de negocio que lideran y todo lo que rodea a sus emprendimientos en materia de equidad de género y resiliencia climática.

Tabla 2

Descripción demográfica de las empresas entrevistadas.

Entrevista	Actividad	Edad	Nivel educativo	Estado civil	Lugar de origen	Condición migratoria	Tiempo pro-yecto	Personas involucradas H/M	Personas beneficiarias directas/indirectas	Constituido formal	Expectativas crecimiento
1	Cursos en centro comunitario	54	Secundaria	Viuda	México	Ciudadana	18 años	3	3	No	Sí
2	Salón de belleza	56	Licenciatura completa	Casada	Chiapas	Migrante interna	20 años	2	2	No	Sí
3	Directora de Sonriendo Juntos	36	Licenciatura completa	Casada	México	Ciudadana	3 años	4		Sí, como Asociación Civil	Sí
4	Venta de pupusas	28	Secundaria completa	Casada	El Salvador	Migrante internacional con papeles	2 años	4	4	No	Sí
6	Abarrotes y antojitos Arroyo Alamar	36	Secundaria	Casada	Chiapas	Ciudadana	6 meses	2	4	No	Sí

Entrevista	Actividad	Edad	Nivel educativo	Estado civil	Lugar de origen	Condición migratoria	Tiempo proyectado	Personas involucradas H/M	Personas beneficiarias directas/indirectas	Constituido formal	Expectativas crecimiento
7	Decoraciones manuales	52	Universidad	Soltera	Nicaragua	Migrante internacional sin papeles	9 años	2	2	No	Sí
9	Escuela preescolar	43	Licenciatura normal	Soltera	Venezuela	Residente permanente	2 años	1	3	No	Sí
11	Decoración de fiestas con globos	23	Preparatoria	Unión libre	México	Ciudadana	3 años	1	3	No	Sí
12	Modelo y Maquillista	32	Preparatoria	Divorciada	México	Ciudadana	10 años	3	3	No	Sí

Nota: Las entrevistadas 5, 8 y 10, no proporcionaron información de clasificación para preservar en la mayor medida posible su anonimato. Fuente: elaboración propia con recolección de datos en trabajo de campo.

Resultados

Resultados de la saturación de respuestas en las entrevistas

Con base en la información transcrita de las entrevistas individuales, se procedió a un análisis exploratorio de los datos mediante el software ATLAS.ti, al que se le solicitó un análisis de concentración de información por medio de las herramientas de inteligencia artificial (IA), que fue revisado manualmente y adecuado para plasmar el contenido más relevante (Tabla 3). En tales resú-

menes se concentró información relacionada a aspectos demográficos de las entrevistadas, con el contexto que motivó sus emprendimientos, la dinámica del negocio, las principales barreras que identifican para sus emprendimientos y otras cualidades relacionadas a la equidad de género y resiliencia climática.

Tabla 3

Resúmenes de las entrevistas elaborados a partir de inteligencia artificial.

Entrevistada	Resumen
1	La emprendedora, de 23 años, tiene un negocio de decoraciones con globos llamado Glo Flex, que opera desde su casa y cuenta con ayuda ocasional de una amiga. No ha enfrentado barreras por ser mujer en su emprendimiento y ha recibido apoyo a través de programas como “Capital Semilla”. Su empresa está creciendo y ella valora la independencia económica. Se destaca por su enfoque detallado en el trabajo y su organización en los eventos. Ha recibido capacitación que ha influido en el éxito de su emprendimiento, aprendiendo a establecer precios y gastos correctos. Ha ayudado a otras mujeres emprendedoras a no rebajar sus precios y destaca la importancia de valorar el trabajo de estas mujeres. Considera que las capacitaciones son una inversión valiosa. Aunque no ha experimentado discriminación en su negocio, reconoce la importancia de apoyar a las mujeres emprendedoras y superar estereotipos de género en los negocios. Dedicar tiempo para sí misma, practicando voleibol y mostrando interés en cuidar el medio ambiente en su emprendimiento, prefiriendo opciones más ecológicas como cortinas de tela en lugar de plástico. Destaca la importancia de apoyar a proveedores locales y nacionales responsables con el medio ambiente. Implementa medidas para disminuir la contaminación en su negocio y promueve la equidad y diversidad en emprendimientos. Se recomienda separar desechos adecuadamente, reciclar y mantener limpias las calles para fomentar una cultura de cuidado ambiental. En resumen, es una emprendedora exitosa que no ha enfrentado obstáculos significativos en su negocio. Valora la independencia económica, la capacitación y el apoyo a mujeres emprendedoras, y muestra interés en prácticas sostenibles y responsables con el medio ambiente.
2	Emprendedora de un salón de belleza en Tijuana, destacando la importancia de la educación, la perseverancia y el equilibrio entre vida laboral y personal para el éxito empresarial. Afronta desafíos como competencia desleal y discriminación de género, pero sigue adelante por su familia y comunidad. Destaca la necesidad de fomentar el emprendimiento femenino, superar estereotipos y promover la educación para el desarrollo sostenible. Recomienda concienciar sobre la responsabilidad ambiental en los negocios y apoyar la equidad de género en el emprendimiento.

Entrevistada	Resumen
3	Con una edad de 36 años, licenciada en Criminología, es directora de la asociación Sonriendo Juntos, un organismo que busca apoyar a mujeres vulnerables, quienes han sido violentadas o cuentan con alguna situación de emergencia. La emprendedora social busca con este proyecto apoyar a más mujeres en dicha situación; sin embargo, no ha encontrado la manera de hacer crecer el organismo. Requieren del apoyo de la comunidad para continuar trabajando. La intención de este organismo es lograr que las mujeres que reciben apoyo logren reestructurar su vida, al continuar con sus estudios, encontrar ofertas laborales y lograr el crecimiento económico para mantener a sus hijas e hijos. En aspectos de sostenibilidad ambiental, el tema de aprovechamiento de los recursos y reducción de desperdicios ha sido de suma importancia, puesto que este organismo reutiliza ropa para proveer a las mujeres que requieren del apoyo.
4	Mujer casada que emprende un negocio de comida salvadoreña, enfrenta desafíos como equilibrar maternidad y emprendimiento. Aunque no hay programas de apoyo para mujeres emprendedoras cerca, su negocio contribuye a la economía local. Destaca la importancia de la educación y capacitación para el éxito de las mujeres emprendedoras. A pesar de la falta de valoración social, más mujeres se sienten capacitadas para emprender. Reconoce desafíos en encontrar equilibrio entre roles y falta de respeto en el negocio por ser mujer. Destaca la importancia de proteger el ambiente en su emprendimiento.
5	Se trata de un proyecto que apoya emprendimientos de mujeres en Tijuana, promoviendo la equidad de género y la resiliencia climática. Genera ingresos a través de contribuciones mensuales y apoyo de una asociación de EE. UU. Busca replicar su modelo y obtener más apoyos, maximizando donaciones y apoyando a la comunidad. Enseñan a mujeres a ser autosuficientes, promoviendo la colaboración y la independencia financiera. Incentivan a emprender y cambiar la mentalidad, con la motivación de brindar un mejor futuro a sus hijas e hijos. También trabajan con niños de hogares de acogida, ampliando sus horizontes y enseñándoles habilidades básicas. El objetivo es empoderar a mujeres vulnerables, brindándoles un espacio seguro y apoyo continuo. Se busca equiparar oportunidades educativas y mitigar las dificultades económicas de la comunidad, promoviendo prácticas sostenibles y la conciencia sobre el cambio climático. Se discute la importancia de capacitarse, usar la tecnología y fortalecer la presencia en redes sociales para promover el proyecto y empoderar a más mujeres.

Entrevistada Resumen

- | | |
|---|---|
| 6 | Emprendedora con una edad de 31 años, cuenta con un puesto de antojitos mexicanos, estilo Chiapas, en la acera de su casa; se apoya principalmente de su esposo y sus tres hijos. La emprendedora presenta dificultades en su emprendimiento en temporada de lluvias, ya que no cuenta con los recursos económicos para establecer formalmente su negocio, por lo que no cuenta con carpas o un local comercial. Sus ingresos se ven afectados en estas temporadas por lo difícil que suele ser la venta al no poder establecerse. Comenzó su emprendimiento debido a que su anterior trabajo en la industria maquiladora le consumía el tiempo que requería para dedicarle a sus hijos, por lo que decidió emprender para permanecer más tiempo con su familia, que es su principal motivación para continuar este proyecto. Comenta que ha sido complicado recibir apoyo gubernamental para emprendimientos no formalizados. Se discute la importancia de generar entornos accesibles para mujeres, tales como programas de apoyo, capacitaciones, entre otros aspectos que permitan el progreso de estos proyectos. |
| 7 | Se trata de una emprendedora refugiada de Nicaragua, fabrica artesanías y ha involucrado familias y animales en su proyecto. Ha cambiado de ubicación varias veces y, a pesar de las dificultades actuales, sigue teniendo expectativas de crecimiento. Habla sobre la importancia de valorar la artesanía mexicana y la seguridad en la búsqueda de empleo. Comparte experiencias sobre la dificultad de conseguir entrevistas y la importancia de la educación para las mujeres emprendedoras. Discute sobre desafíos personales, el medio ambiente y la creatividad en manualidades. También habla sobre la necesidad de materiales para seguir creando y compartir impresiones artísticas. |
| 9 | Se trata de una emprendedora venezolana en México que ha creado una escuela de arte y terapia del lenguaje para niños. Su motivación principal es la independencia económica. Identifica necesidades urgentes en su colonia y percibe barreras culturales para la educación de las y los jóvenes. Ha recibido apoyo de su pareja y capacitaciones para emprendedores, contribuyendo a la economía local. Reconoce desafíos en el emprendimiento femenino y la importancia de la educación. No ha experimentado discriminación de género en su negocio. Reconoce la carga de responsabilidades no remuneradas en casa, lo que a veces dificulta su negocio. Destaca la importancia del equilibrio y el apoyo en la pareja para no descuidar metas personales. Se resalta la necesidad de equilibrar responsabilidades domésticas y laborales, encontrar tiempo para uno mismo y recibir apoyo. Se menciona el impacto del cambio climático en el negocio y la importancia de prácticas amigables con el ambiente. Se sugiere promover la equidad y diversidad en emprendimientos locales, así como fomentar prácticas ambientales en negocios mediante educación y campañas. Se plantea el valor de apoyar a emprendedores y se agradece la participación en el estudio. |
-

Entrevistada	Resumen
11	La emprendedora de 23 años describe la experiencia que ha tenido, ha recibido apoyo para emprender su negocio de decoración con globos, a través de un programa de “capital semilla” del gobierno. Ella cuenta cómo, a pesar de ser tímida, se animó a pedir este apoyo gracias al impulso de una amiga. Ya había empezado a comprar materiales con sus ahorros y recibe ayuda de familiares que le venden insumos a precios accesibles. Ella valora el apoyo de su familia, aunque mantiene el profesionalismo en las transacciones. Además, considera que su emprendimiento podría contribuir a la economía local y ayudar a otras personas en la comunidad, como su amiga que también tiene un pequeño negocio y con quien podría colaborar en el futuro. La emprendedora está consciente de que el uso de globos de plástico en la actualidad no es amigable con el medio ambiente, por lo que ha buscado opciones con materiales biodegradables, sin embargo, no ha logrado concretar su proyecto, por lo pronto, ha buscado que, al terminar un evento, ella misma recupera el material para desecharlo en los lugares apropiados para no generar residuos libres en el ambiente.
12	Maquillista y modelo ocasional en pasarelas, apasionada por la fotografía y el arte. Ha trabajado en cortometrajes y vídeos musicales de bandas locales. Como madre soltera, enfrentó la depresión postparto y ha sacado fuerzas para estudiar y trabajar por sus hijos. Realiza maquillaje social, de efectos especiales y de cine, y sueña con estudiar diseño de modas en la Universidad de las Californias, aunque la falta de recursos económicos es un obstáculo. Quiere crear su propio canal de YouTube para mostrar su talento y creatividad, y aspira a diseñar vestuarios para los personajes que maquilla, fusionando su pasión por el arte y la escritura en un proyecto único.

Fuente: elaboración propia con datos de entrevistas en ATLAS.ti.

El análisis de los resultados de las entrevistas se realizó mediante el método comparativo constante, con el fin de desarrollar conceptualizaciones de las posibles relaciones entre segmentos de información. Estos fueron categorizados y codificados con la finalidad de representar los hallazgos más relevantes en materia de necesidades apremiantes en el emprendimiento, equidad de género y resiliencia climática. En las tablas siguientes, se presentan los resultados de la saturación de respuestas para cada categoría y sus códigos correspondientes.

Tabla 4*Motivaciones para emprender (ME).*

Código	Fundamentado
ME: Hijos o familia	11
ME: Fuentes de ingreso	8
ME: Potencializar mis habilidades	6
ME: Crecimiento personal	6
ME: Tocar fondo	5
ME: Trabajar para uno mismo	4
ME: Trabajar en casa	4
ME: Redes de apoyo	4
ME: Emprendimiento por migración	4
ME: Explotación laboral	4
ME: Bajos salarios	4
ME: Conocimientos propios	3
ME: Edad de contratación en empresas	2
ME: Búsqueda de independencia	2
ME: Detección de necesidad/oportunidad	2
ME: Disponibilidad de tiempo	2
ME: Amistades o aspectos sociales	2

Fuente: elaboración propia a partir de análisis en ATLAS.ti.

En la Tabla 4 se presenta la categoría: Motivaciones para emprender (ME), en la cual se observa que las mujeres entrevistadas revelaron una gran variedad de motivos que alientan sus emprendimientos, entre ellos la motivación de ofrecer una mejor calidad de vida a sus hijas e hijos o familia, lo cual fue mencionado por 11 de las encuestadas. Otras razones importantes incluyen la necesidad de generar fuentes de ingreso y el deseo de potencializar sus habilidades. Asimismo, el crecimiento personal también fue un motivo significativo para 6 emprendedoras.

Algunas de ellas decidieron emprender tras tocar fondo o debido al anhelo de trabajar para sí mismas. La posibilidad de trabajar desde casa y las redes de apoyo fueron igualmente importantes. Además, el emprendimiento surgió como una respuesta a la migración, la explotación laboral y los bajos salarios.

Otros factores incluyen la aplicación de conocimientos propios, las limitaciones de edad para la contratación en empresas, la búsqueda de independencia, la detección de necesidades u oportunidades, la disponibilidad de tiempo y las amistades o aspectos sociales.

Tabla 5

Retos para emprender.

Código	Fundamentado
RE: Miedo a asumir un riesgo y perder	8
RE: Falta de credibilidad	7
RE: Falta de estudios - dinero o trabajo infantil	7
RE: Falta de conocimiento: leer, investigar	6
RE: Competencia de grandes negocios	5
RE: Temporadas de altos y bajos ingresos	5
RE: Trámites ante el SAT	3
RE: Transporte público	3
RE: Tener un local propio	2
RE: Retos asociados con consecuencias de la pandemia	2

Fuente: elaboración propia a partir de análisis en ATLAS.ti.

En la Tabla 5 se presenta la categoría: Retos para emprender (RE); dichos hallazgos revelaron que uno de los desafíos más comunes para las mujeres emprendedoras en situación de vulnerabilidad es el miedo de asumir riesgos y perder. La falta de credibilidad y la carencia de estudios, dinero o la necesidad de trabajo infantil son también obstáculos importantes.

Además, la falta de conocimiento necesario para leer e investigar fue señalada como un reto importante. La competencia de grandes negocios y las temporadas de altos y bajos ingresos también representan desafíos considerables. Otros retos mencionados incluyen los trámites ante el SAT y el transporte público, así como la falta de un local propio y las consecuencias de la pandemia.

Tabla 6*Retos del emprendimiento femenino.*

Código	Fundamentado
REF: Trabajo de cuidados	14
REF: Balanza entre emprendimiento y familia	8
REF: Estar tiempo con la familia	5
REF: Enfrentar tus miedos	5
REF: Violencia en la zona	5
REF: Abandono de la pareja	4
REF: Adquisición de equipo o maquinaria	4
REF: Falta de apoyo de gobierno	3
REF: Falta de tiempo	3
REF: No ha enfrentado discriminación	3
REF: Acoso	2
REF: Horarios de capacitaciones	2
REF: Sensación de vulnerabilidad	2
REF: Flojera	2
REF: Miedo a perder un trabajo seguro	2
REF: Miedo por los hijos	2
REF: Madre soltera	2
REF: Síndrome del impostor	1

Fuente: elaboración propia a partir de análisis en ATLAS.ti.

Aunado a los retos que presenta el emprendimiento en general en las comunidades vulnerables de Tijuana, se encontraron algunos que solo se contemplan en los negocios representados por mujeres, dentro de la categoría “retos del emprendimiento femenino” en la Tabla 6. Entre los más significativos se enuncian aquellos que se encuentran relacionados con la familia, como lo es el ejercer labores de cuidado; la balanza entre el emprendimiento y la familia, y estar tiempo con la familia. Asimismo, el área en que se desarrollan estos emprendimientos suele ser percibida como “violenta”.

Entre otros aspectos, no menos importantes, se encuentran el abandono de la pareja, la imposibilidad de adquirir maquinaria o equipo para hacer crecer los emprendimientos; la falta de apoyo gubernamental; el

tiempo para desarrollar sus actividades; el acoso y la sensación de vulnerabilidad; la flojera; el miedo a perder un trabajo seguro; el miedo atribuido al descuido de los hijos; el ser madre soltera o bien el no tener la seguridad para creer que son dueñas de su propio negocio (comportamiento atribuido al síndrome del impostor). Sin embargo, es importante señalar que algunas de las entrevistas no han percibido algún tipo de discriminación.

En esta categoría, en las entrevistas manifestaron también sentimientos y percepciones relacionados con la falta de oportunidades y recursos económicos, además de no contar con la formación indispensable para el manejo de un negocio. El acceso a recursos económicos, como capital inicial, es uno de los principales desafíos iniciales, ya que algunas emprendedoras son migrantes y aún no cuentan con los trámites correspondientes para obtener su ciudadanía mexicana y con ello ser acreedoras a créditos formales; la mayoría de las entrevistadas recurrieron a sus ahorros personales o inversión familiar. Motivos que inspiraron el desarrollo de la siguiente categoría.

Tabla 7

Inicios del emprendimiento.

Código	Fundamentado
IE: Cuenta/inversión propia	8
IE: Apoyo familiar	6
IE: Sobre ruedas	3
IE: Financiamiento a través de otras actividades	2

Fuente: elaboración propia a partir de análisis en ATLAS.ti.

La categoría de “inicios del emprendimiento” de la Tabla 7, se refiere a la forma en que las mujeres iniciaron sus operaciones. Entre los aspectos que destacaron como alicientes fueron: el contar con recursos propios; el apoyo familiar; el tener la oportunidad de vivir cerca de sobre ruedas, y el financiamiento a través de otras actividades como la venta de algún bien o la práctica de capitalización informal como tandas o préstamos informales.

Tabla 8*Barreras para el estudio.*

Código	Fundamentado
BE: Económica	2
BE: Edad	2
BE: Falta de voluntad	2
BE: Familia	2
BE: Ignorancia de la importancia del estudio	2
BE: Miedo	1
BE: Percepción de baja calidad en educación gratuita	1
BE: Transporte público	1

Fuente: elaboración propia a partir de análisis en ATLAS.ti.

En este eje, se detectó una ligera tendencia a señalar algunas limitaciones o impedimentos relacionados con la posibilidad de recibir una formación superior o educación universitaria o especializada en los emprendimientos. Esa categoría fue llamada “barreras para el estudio” y se presenta en la Tabla 8, dentro de ellas, las emprendedoras señalaron como principal impedimento la falta de recursos económicos, la edad, la falta de voluntad, la familia, la ignorancia de la importancia del estudio, el miedo, la percepción de la baja calidad de los cursos ofrecidos de manera gratuita y la carencia de transporte público de calidad.

Tabla 9*Rol esperado de la mujer.*

Código	Fundamentado
RM: Trabajo de cuidados	9
RM: Juzgar apariencia	7
RM: Trabajo doméstico o no remunerado	6
RM: Minimizar el trabajo	6
RM: Ejercer doble trabajo	5
RM: Falta de credibilidad en liderazgo	5
RM: Abandono de sueños o metas	4
RM: Miedo al género masculino	4
RM: Ser mujer inspira más confianza	3
RM: Matrimonio joven	3
RM: Depresión postparto	1
RM: Embarazo no deseado	1
RM: Huir de la violencia	1

Fuente: elaboración propia a partir de análisis en ATLAS.ti.

En la Tabla 9, se presenta la categoría: Rol esperado de la mujer (RM), en la cual se destaca que dicho rol está profundamente arraigado en la familia y el hogar. Algunas de las entrevistadas señalaron que se espera que las mujeres sean las principales responsables del cuidado de hijas e hijos y las tareas domésticas. Los códigos asociados a este aspecto fueron el trabajo de cuidados, el trabajo doméstico, la percepción de que ellas están ejerciendo un doble trabajo del cual no todos son conscientes, o la percepción de abandono de sus metas o sueños debido a su género. Este rol tradicional limita significativamente el tiempo y la energía que pueden dedicar a sus emprendimientos.

Entre otros aspectos enunciados, se encontró la falta de credibilidad que tienen los clientes o los trabajadores hacia el liderazgo femenino; el miedo que algunas poseen hacia el género masculino, el cual fue un sentimiento que se manifestó en mujeres que fueron víctimas de la violencia en algún momento de su vida; la depresión postparto y el embarazo no deseado.

Tabla 10*Evolución de la mujer.*

Código	Fundamentado
EM: Apoyo familiar	10
EM: Intención de estudiar/capacitarse	8
EM: Más de un emprendimiento	6
EM: Diversificación de productos/servicios	5
EM: Varias fuentes de ingreso	3
EM: Intención de crecer en el negocio	3
EM: Enfrentar tus miedos	3
EM: Crecimiento acelerado del negocio	2

Fuente: elaboración propia a partir de análisis en ATLAS.ti.

En la Tabla 10, se presenta la categoría: Evolución de la mujer (EM); esta categoría revela una clara evolución en el rol de la mujer; tradicionalmente, las mujeres eran vistas principalmente como responsables del hogar y la familia, sin embargo, las mujeres emprendedoras están desafiando estas expectativas al involucrarse activamente en el desarrollo de emprendimientos. Este cambio ha sido gradual y ha requerido mucho esfuerzo, pero ha permitido a las mujeres no solo contribuir económicamente a sus hogares, sino también ganar independencia y autonomía.

El cambio de roles es uno de los aspectos más destacados en la evolución de la mujer; las mujeres han pasado de ser consideradas principalmente como amas de casa a ser vistas como parte importante del núcleo familiar, así como agentes de cambio económico. Este cambio no ha sido fácil y ha implicado enfrentar y superar numerosos obstáculos, incluyendo la resistencia de sus propias familias y comunidades.

Muchas mujeres entrevistadas mencionaron que el apoyo de sus parejas y familias ha sido crucial para este cambio de roles. Asimismo, se encontró que la mayoría tiene la intención de capacitarse o formarse en el ámbito de su emprendimiento; que algunas inclusive poseen más de un emprendimiento y que buscan constantemente la diversificación de sus productos o sus servicios. Ellas poseen la intención de hacer crecer sus negocios y de enfrentar sus miedos.

Tabla 11*Necesidades apremiantes.*

Código	Fundamentado
NA: Capacitación	13
NA: Redes de apoyo	8
NA: Talleres de ventas/marketing	5
NA: Talleres de digitalización/redes sociales	5
NA: Infraestructura urbana	5
NA: Aprender a monetizar / aspectos financieros	5
NA: Seguridad	4
NA: Servicios básicos	4
NA: Apoyo legal contra violencia de género	2
NA: Apoyo psicológico contra violencia de género	1

Fuente: elaboración propia a partir de análisis en ATLAS.ti.

Las entrevistas revelaron que las necesidades de las mujeres emprendedoras en zonas urbano-marginales se centran en el acceso a capacitación y redes de apoyo. Específicamente se refirieron a capacitaciones relacionadas con las ventas, el marketing, la publicidad digital, el manejo de las redes sociales para la activación de sus comercios y el aprender a monetizar su negocio.

Entre otros aspectos, el área en el que se desarrollan los emprendimientos de estas mujeres requiere de atención prioritaria en servicios básicos, de infraestructura social y en materia de seguridad. Asimismo, se mencionaron otros aspectos como la necesidad de contar con apoyo legal en cuestiones de violencia de género y apoyo psicológico contra la violencia de género.

Tabla 12*Conciencia del cambio climático.*

Código	Fundamentado
CCC: Preocupación por temporada de lluvias	7
CCC: No lleva a cabo prácticas de cuidado al ambiente	6
CCC: Preocupación por el clima	4
CCC: Conciencia de inundaciones	4
CCC: Desconocimiento del término	3
CCC: Preocupación por enfermedades	2
CCC: Conciencia de la importancia del cuidado del agua	2
CCC: Preocupación por la contaminación del aire	1

Fuente: elaboración propia a partir de análisis en ATLAS.ti.

En lo que se refiere al cambio climático, las mujeres revelaron poco interés en las prácticas relacionadas con el cuidado ambiental, tal como se refiere en la Tabla 12. Sin embargo, demostraron ser conscientes de las transformaciones que se han vivido en la ciudad en los últimos años. Algunas se muestran notablemente preocupadas por aspectos como las lluvias y las inundaciones, el clima, las enfermedades, la contaminación y el cuidado del agua.

Tabla 13*Medidas de mitigación del cambio climático.*

Código	Fundamentado
MCC: No uso de desechables en el negocio	8
MCC: Intención de uso de productos ecológicos	4
MCC: Intención de uso de productos libres de crueldad	3
MCC: Compras a productores locales	3
MCC: Trabajar con material reciclado	3
MCC: Limpiar parques	2
MCC: Invertir en productos ecológicos es muy caro	2
MCC: Recoger la basura	1

Fuente: elaboración propia a partir de análisis en ATLAS.ti.

A pesar del desconocimiento que se manifestó sobre el cambio climático, las encuestadas manifestaron interés en apoyar en aspectos como el evitar

el uso de recipientes de un solo uso; la utilización de productos ecológicos o libres de crueldad animal; su compromiso con la compra de artículos de proveedores locales; el trabajar con materiales de segunda mano o reciclados; la limpieza de parques o la recolección de basura. Sin embargo, un par de encuestadas manifestó que el seguir prácticas de cuidado ambiental involucra la compra de material más caro para su negocio, lo que limitaba la competitividad de sus emprendimientos.

Tabla 14

Recomendaciones para la resiliencia climática.

Código	Fundamentado
RCC: Cursos de capacitación en el cuidado del medioambiente	8
RCC: Centros de acopio	4
RCC: Concientizar	4
RCC: Consultar a expertos	4
RCC: Dar un buen ejemplo	3
RCC: Investigar	2
RCC: Limpiar parques	2
RCC: Uso de productos ecológicos	2

Fuente: elaboración propia a partir de análisis en ATLAS.ti.

Aunado a este mismo tema, las emprendedoras manifestaron que, como medidas para la resiliencia climática, recomiendan la impartición de cursos de capacitación en el cuidado del medio ambiente; la incorporación de centros de acopio de envases reciclables; el concientizar a la ciudadanía sobre la importancia del medio ambiente; la consulta a expertos; el dar un buen ejemplo como ciudadanos; la limpieza de parques o el uso de productos verdes, tal como se expresa en la Tabla 14.

Tabla 15*Iniciativas de empoderamiento actuales.*

Código	Fundamentado
IEA: Esfuerzos de asociaciones civiles	9
IEA: Cursos de asociaciones civiles	9
IEA: Concursos de emprendimiento	4
IEA: Prestaciones sociales (Tarjeta violeta, becas, etc.)	4
IEA: Cursos del DIF	3
IEA: Certámenes de talento	3
IEA: Despensa	1

Fuente: elaboración propia a partir de análisis en ATLAS.ti.

En lo que respecta al empoderamiento femenino, en la Tabla 15 se expresa que las emprendedoras detectaron, principalmente, la existencia de algunas iniciativas por parte de asociaciones civiles como la Casa de las Ideas, ACNUR, El Dorado, Whittaker, entre otros organismos autónomos; estas iniciativas incluyeron los cursos de capacitación. Entre otros aspectos, manifestaron conocer algunos certámenes de emprendimiento o de talento, así como los cursos de la iniciativa pública como el DIF y los apoyos que se brindan por parte del gobierno, como la Tarjeta Violeta, las becas o el acceso a alguna despensa.

Tabla 16*Recomendaciones para la equidad de género.*

Código	Fundamentado
RCE: Creer en sí mismas	7
RCE: Empoderarse	5
RCE: Prepararse por todos los medios (TV, internet, radio)	4
RCE: Estudiar en una buena escuela	3
RCE: Entender la igualdad	2
RCE: Reconocer nuestros derechos	2

Fuente: elaboración propia a partir de análisis en ATLAS.ti.

En cuanto a las recomendaciones que las emprendedoras pudieron señalar para la promoción de la equidad de género, se encuentran el creer en las

capacidades y habilidades propias, el buscar maneras de empoderarse, el prepararse por distintos medios como la televisión, el internet, las redes sociales, la radio o bien, por medios formales como la escuela. Entre otros aspectos señalaron, de acuerdo con la Tabla 16, la necesidad de generar una conciencia y entendimiento general sobre lo que es la igualdad, así como del reconocimiento de sus derechos.

Resultados de los grupos de enfoque

Aunado a los hallazgos de las 12 entrevistas individuales, también se presenta todo aquello que a modo de sugerencias, ideas y solicitudes realizaron las mujeres emprendedoras en los dos grupos focales. Cabe señalar que estas inquietudes se centraron en tres dimensiones: equidad de género, estrategias ambientales y aprendizajes. Las opiniones expresadas se resumen en las Tablas 17 y 18.

Tabla 17

Opiniones de emprendedoras en grupo focal 1.

Dimensión	Resumen de comentarios	Participantes
Equidad de género	Uso de colores indistinto al género y productos LGBTQ+	1, 2, 3, 4
	Educación en equidad de género	2, 3, 4
	Actividades empresariales indistintas al género	3, 4
Medio ambiente	Uso de productos orgánicos y amigables con el medio ambiente	1, 2, 3, 4
	Crear conciencia en acciones para mitigar la afectación al medio ambiente (cuidado del agua, reciclaje, etc.)	1, 2, 3, 4
Aprendizajes	Aprendizaje en tecnología, redes sociales, inteligencia artificial	1, 2, 3, 4
	Aprendizaje en creación de marca y marketing digital	1, 3
	Aprendizaje en Administración de empresas	1, 2, 3

Fuente: elaboración propia a partir de ejecución de grupo focal 1.

Tabla 18*Opiniones de emprendedoras en grupo focal 2.*

Dimensión	Resumen de comentarios	Participantes
Equidad de género	Facilitar a las mujeres con horarios extendidos en guarderías, actividades para los hijos, etc.	5, 6, 7
	Educación en equidad de género	5, 7, 8, 9, 10
	Actividades de aprendizaje y empoderamiento de la mujer	5, 6, 7, 8, 9, 10
Medio ambiente	Uso de productos orgánicos y amigables con el medio ambiente	5, 10
	Crear conciencia en acciones para mitigar la afectación al medio ambiente (cuidado del agua, reciclaje, etc.)	5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12
Aprendizajes	Aprendizaje en tecnología, redes sociales, inteligencia artificial	5, 7, 8, 9, 12
	Aprendizaje en creación de marca y marketing digital	5, 6, 7, 9, 12
	Aprendizaje en administración de empresas	5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12

Fuente: elaboración propia a partir de ejecución de grupo focal 2.

Para el grupo focal 1, las emprendedoras relacionaron la dimensión de equidad de género con emprendimientos inclusivos, enfocados en la no discriminación de género, a diferencia del grupo focal 2. En este grupo, las emprendedoras se centraron principalmente en el empoderamiento de la mujer y en temas de igualdad de oportunidades para las mismas; para la dimensión de medio ambiente, tanto el grupo focal 1 como el grupo focal 2 se centraron principalmente en crear conciencia de acciones para mitigar la afectación del medio ambiente.

Finalmente, se puede apreciar que, en la dimensión de aprendizajes, ambos grupos focales destacan la importancia de aprender sobre los siguientes aspectos principalmente: tecnología, administración de empresas y marketing, siendo estos tres aspectos los más importantes para las emprendedoras, puesto que consideran que son los aspectos que permitirían incrementar sus utilidades.

Discusiones

A partir del análisis de las condiciones externas e internas en que se desenvuelven las mujeres emprendedoras en áreas urbano-marginales en Tijuana, Baja California, se dispuso a la generación de propuestas en materia de acciones que les permitan incentivar la equidad de género y la resiliencia climática en sus respectivos sectores.

Las entrevistas revelaron una amplia gama de sectores en los que las mujeres en situación de vulnerabilidad están emprendiendo en la ciudad de Tijuana, desde negocios de decoraciones con globos, manualidades, salones de belleza, postres, puestos de comida y artesanías. Estos negocios se pueden clasificar en diversos tipos: fijos y ambulantes, formales e informales, de reciente creación y antiguos.

Con el material recabado en las entrevistas y grupos focales, se pueden enumerar los siguientes aspectos a modo de implicaciones y reflexiones:

- La participación de la mujer en el ecosistema emprendedor cada vez es más nutrida, pero aún persisten brechas en cuanto a la percepción que se tiene en la sociedad de las capacidades que la mujer puede tener respecto al hombre.
- Hay un componente del apoyo familiar que puede jugar a favor o en contra de los emprendimientos femeninos, lo que refleja que el apoyo del cónyuge o hijos es, en algunos casos, relevante para la permanencia del negocio en el mercado.
- Existen elementos suficientes para proponer acciones en política pública sobre la impartición de talleres, capacitaciones, cursos y demás estrategias que concienticen a la emprendedora sobre la necesidad de comprender los daños que el cambio climático tiene y seguirá ejerciendo sobre sus negocios.
- Al tratarse, en su mayoría, de emprendimientos en contextos de informalidad, existen efectos en los que el clima complica su labor de ventas.
- Ante el incremento de personas en contextos de movilidad, han salido de sus países para buscar mejores oportunidades laborales ante escenarios de marginación, violencia de género, entre otros aspectos; mujeres han encontrado seguridad en México, gracias a organismos como ACNUR, COMAR, entre otros, por lo que se han adoptado medidas

para facilitar la integración de más personas en contexto de movilidad, tales como capacitaciones en términos de emprendimiento y apoyo en trámites de residencia.

De lo anterior se deduce que el contexto de las emprendedoras en áreas urbano-marginales de Tijuana tiene implicaciones en múltiples aspectos de la vida social del municipio. No se debe descartar que el perfil de las mujeres sujetas de estudio en este proyecto presenta problemáticas que deben ser sometidas a un profundo análisis de carácter migratorio, laboral, educativo y demás aspectos que salen a la luz una vez que se exploró a detalle sus necesidades manifestadas.

En ese tenor, una de las más llamativas implicaciones que arroja el eje 2 deriva de las inquietudes y temores que presentan las mujeres en cuestión de equidad de género y respeto a su rol dentro de la sociedad. Las expresiones otorgadas por ellas sugieren que hay una percepción errónea en el grueso de la población que despectivamente ubica a las mujeres dentro del ecosistema empresarial.

Este estudio presenta algunas limitaciones, entre las que se encuentra que, por la amplia extensión territorial de Tijuana y su población, que la ubica como el municipio más poblado del país, no se pudieron cubrir muchas colonias o zonas urbano-marginales y, con ello, lograr una mayor representatividad. Lo anterior no implica la ausencia de saturación en las respuestas de las entrevistadas, pero sí es de reconocer que, en cuanto al lugar de residencia de las emprendedoras, hubo puntos geográficos que no pudieron ser cubiertos.

Por todo lo anterior, se sugiere diseñar la realización de los talleres, los cuales deben estar centrados en las principales necesidades y áreas de oportunidad que se detectaron en el trabajo de campo. Donde se destacan los siguientes puntos:

- Concientización sobre el cambio climático: las respuestas de las emprendedoras sugieren que hay un desconocimiento sobre los estragos que las diversas manifestaciones del calentamiento global y otras cualidades del cambio climático pueden tener en su empresa. Parece ser que las emprendedoras son capaces solo de observar los costos directos, más no los indirectos que esto puede tener en sus negocios.

- Manejo de redes sociales y estrategias de marketing para ventas: hubo prácticamente un consenso en las mujeres participantes en los grupos focales, donde hicieron referencia a su interés y necesidad de aprender sobre cuestiones de redes sociales y estrategias de marketing digital a fin de aumentar su participación en el mercado, clientes, ventas y demás elementos que inciden en sus ingresos.
- Conocimientos sobre administración y contabilidad: también es necesario brindar herramientas sobre el manejo administrativo y contable en sus negocios. De acuerdo con sus opiniones y experiencias, entienden que estas habilidades pueden evitarles problemas con el fisco, pero también les ayudaría a darle formalidad a sus negocios y las convertiría en emprendedoras con mayor conocimiento para sobrevivir en el mercado.

