

Capítulo 2. Emprendimiento femenino: facilitadores y limitantes de las mujeres del Estado de Hidalgo para dirigir una micro o pequeña empresa.

Paola Pons Rodríguez
Blanca Cecilia Salazar Hernández

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
<https://doi.org/10.46990/iQuatro.2023.14.5.2>

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo explorar la percepción de los docentes con respecto a la aplicación del diseño instruccional (DI) en las experiencias de aprendizaje de los estudiantes. Se llevó a cabo un estudio con un grupo de 19 docentes adscritos a un centro universitario temático de educación superior de una universidad del occidente de México, quienes fueron capacitados con la intención de actualizar sus cursos bajo el enfoque del DI. Se sigue un diseño metodológico descriptivo-transversal, abordado desde una perspectiva mixta. Se recurre a la encuesta mediante la aplicación de un cuestionario ad hoc para recabar la información. Los datos cuantificables se analizan mediante estadística descriptiva y los no cuantificables mediante la técnica de análisis de contenido. Los resultados muestran que el DI ayudó de manera significativa para que los docentes transformaran sus cursos tradicionales en experiencias de aprendizaje activas centradas en el estudiante, con la inclusión de diversas estrategias didácticas que favorecen la integración y congruencia en cada una de las etapas del curso.

Palabras clave

Emprendimiento, facilitadores, motivación, mujer, obstáculos

Introducción

Desde hace algunas décadas, el emprendimiento se ha convertido en un factor determinante para la evolución de las economías; en el caso de México, las notables diferencias culturales y geográficas de las diversas zonas que lo conforman, incentivan a la población en la generación de nuevos negocios (Paredes Hernández et. al., 2019).

Desgraciadamente, cuando se habla de emprendimiento, la equidad de género es un concepto ajeno; es posible observar que las mujeres han ido ganando protagonismo en diversas áreas, históricamente reservadas para el hombre, cuando se habla de emprendimiento; en el caso de México, y según datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), a agosto de 2022 la población económicamente activa alcanzó una cifra de 57,612,485, de los

cuales 22,842,647 son mujeres, lo que representa el 39.58%, esto es, 0.4% más respecto al periodo anterior inmediato (INEGI, s.f.).

El proceso de emprendimiento es diferente en el caso de las mujeres, y obedece a una serie de factores, tanto económicos, como psicológicos y culturales que resultan determinantes en el éxito y permanencia de los nuevos negocios liderados por una mujer (Minniti y Arenius, 2003). Las condiciones para el emprendimiento femenino no son equitativas respecto al desarrollado por un hombre, los negocios dirigidos por mujeres tienden a concentrarse en el comercio, tanto mayorista como minorista; la inversión inicial en el caso de las mujeres corresponde a la mitad, en promedio, de lo que invierte un hombre para iniciar con un emprendimiento, razón por la cual, las mujeres suelen poseer empresas que trabajan de manera individual, en contraste con los hombres, que en una etapa inicial pueden dirigir empresas de entre 6 y 19 empleados y tienen aproximadamente 60% menos probabilidades de dirigir una empresa con más de 20 personas a su cargo; además las probabilidades de cierre son mayores en el caso de las mujeres (Elam, et. al., 2021).

El presente estudio pretende abordar el tema desde la perspectiva de las mujeres universitarias del estado de Hidalgo, ahondando en los motivos que las han llevado a crear y dirigir sus propias empresas a la par de estudiar una carrera universitaria o posgrado, así como los obstáculos que han encontrado en el camino y la manera en cómo lo afrontan, para tan efecto se entrevistó a 34 mujeres hidalguenses que fungen como directoras de sus propias micro y pequeñas empresas.

Revisión de la literatura

Emprendimiento

Desde 1755, año en el que el término “emprendimiento” se mencionó por primera vez por Richard Cantillon, ha sido motivo de estudio desde infinidad de perspectivas teóricas; en la rama de la economía, tuvo una primer aparición en el siglo XVIII, sin embargo, el tema se dejó de lado hasta ser retomado por la teoría neo-clásica, cerca de 50 años después, y a pesar de haber sido estudiado desde en diferentes facetas, todos los autores coincidieron en un aspecto particular, la presencia del juicio, es decir, la visión individual para la toma de decisiones (Terán-Yépez y Guerrero Mora, 2020).

Schumpeter, en su libro “Capitalismo, socialismo, democracia” hace referencia al emprendimiento como motor de cambio de la economía, esto a través de una invención o innovación, y es allí donde radica su importancia (Duarte y Ruíz, 2009).

Desde hace algunas décadas el emprendimiento ha ganado mucha difusión y reconocimiento; en las sociedades más desarrolladas es un tema prioritario; esto, debido a que, tal como lo indicó Schumpeter, se reconoce su fuerza impulsora de desarrollo, tanto nacional como regional, además de ser una fuente de empleo alterna y causante directo de productos y procesos innovadores. Es por eso por lo que, los gobiernos centran cada vez un mayor esfuerzo en fomentarlo; sin embargo, el emprendimiento es una decisión personal (Álvarez et. al., 2013).

El perfil de la persona emprendedora se distingue por una serie de características independientes al género, el primer lugar es una persona apasionada por el negocio, lo que le permite enfrentarse a todos los obstáculos que puedan surgir en el camino; en segundo lugar, los emprendedores, de manera general, muestran confianza en sí mismos y en su idea; poseen una marcada necesidad de lograr el éxito y reconocimiento; y además, poseen la habilidad para el manejo de riesgos, así como iniciativa y tolerancia al cambio (Briseño et. al., 2017).

La literatura sobre emprendimiento señala que existen dos motivaciones principales para el emprendimiento: emprendimiento por necesidad, y por oportunidad: el emprendimiento por necesidad hace referencia que este es la única opción disponible, esto coloca al emprendimiento como el único recurso para igualar sus oportunidades; por otro lado, el emprendimiento por oportunidad, implica una decisión tomada por el individuo de manera totalmente voluntaria, con el fin de explotar una idea de negocio. (Yagual y Pico, 2017).

Ahora bien, es importante destacar que el emprendimiento es un fenómeno sumamente complejo y sujeto a diversos factores, esto se debe a su capacidad para reestructurar los mercados, y con ellos la economía de la región en la que se desarrolla. A pesar de la importancia que ha ganado la actividad emprendedora, existe una clara diferencia de género; el número de mujeres emprendedoras es notablemente menor respecto a los hombres y esto obedece a una serie de factores económicos, culturales y psicológicos (Minniti y Arenius, 2003).

Emprendimiento Femenino

El acto de emprender es natural del ser humano, sin embargo, no se desarrolla de igual forma entre hombres y mujeres; el camino para las mujeres es notablemente más complicado, debido a la desigualdad de género (Castillo García et. al., 2022).

En lo que respecta al emprendimiento observado desde la distinción de género, se identifican 3 tipos de factores determinantes: 1) estructurales y sociales; 2) cognitivo-emocionales; y 3) impulsores y bloqueadores (Martín-Gutiérrez et. al., 2021).

Tal como en el caso del emprendimiento sin distinción de género, son dos los motivos para emprender; el primero se basa en el aprovechamiento de oportunidades, mientras que el segundo motivo es la necesidad; en el primer caso, la innovación juega un papel preponderante y se asocia a capacidades empresariales; en el caso del emprendimiento por necesidad, se asocia a una menor capacidad empresarial y se liga al ingenio o capacidades aprendidas de manera empírica (Navarro, 2016) y dependiendo de este motivo inicial, se asocia, tanto el éxito, como la perdurabilidad del negocio emprendido (Ruiz et. al., 2020).

Motivos para el emprendimiento femenino

Estudios empíricos sobre el entorno latinoamericano, refieren que, desde el punto de vista económico, el emprendimiento femenino responde a la falta de empleo que se atraviesa en las distintas regiones que conforman esta parte del continente, es decir que el motor del emprendimiento femenino es mayoritariamente por necesidad (Querejazu, 2021).

El estudio realizado por Briseño et al. (2017) menciona que la motivación de las mujeres va más allá de la simple generación de ganancias, y resalta la importancia en el hecho de que el emprendimiento se origina por una insatisfacción respecto a la carrera elegida, y a un factor social, las mujeres, de manera general, buscan generar un cambio en el ambiente, tanto de su familia como de la comunidad en la que se desarrollan.

- Poder generar un equilibrio entre la vida personal y la laboral.
- Control de su futuro.
- Afianzamiento de su autoestima (Viadana et. al., 2016).

Factores que favorecen en emprendimiento femenino

Facilitadores individuales

Características inherentes a las mujeres, tales como su liderazgo, capacidad de innovación, trabajo en equipo, flexibilidad, pasión, polivalencia, sentido de responsabilidad, claridad, sentido práctico y conciliación son factores que facilitan el proceso de emprendimiento femenino (Aranibar et. al., 2021).

Familia

La familia se identifica como una influencia positiva en el espíritu emprendedor, en el caso de las mujeres tiene dos ramificaciones, la primera es la motivación por parte del núcleo familiar, que brinda a la mujer una fuerza impulsora en el proceso; por otra parte, también es un factor que favorece el emprendimiento al ver a la mujer como cabeza de familia, la búsqueda de mayor flexibilidad, tiempo o incluso una nueva fuente de ingreso a la economía familiar, lo que resulta determinante para comenzar a emprender (Giménez, 2012).

Barreras para el emprendimiento femenino

Capital

El principal obstáculo para el emprendimiento femenino siempre ha sido la falta de capital (Orihuela-Ríos, 2022), en el caso de los países en vías de desarrollo, la mujer suele ser criada en ambientes conservadores, lo que representa en si misma una condición desfavorable, al momento de emprender, las mujeres no suelen contar con el apoyo financiero de la familia, ya que estos no las consideran confiables, y sus habilidades empresariales son puestas en tela de juicio, cosa que no pasa en el caso de los varones, donde el apoyo familiar es común al momento de iniciar un negocio (Castillo García et. al., 2022)

Financiamiento

Las mujeres emprendedoras suelen recibir un menor financiamiento, esto debido a la falta de confianza de las entidades financieras hacia sus capacidades empresariales y, en otros casos, a la insuficiencia de programas de apoyo especializado, por esta razón, en muchas ocasiones, las mujeres se ven orilladas a recurrir a prestamistas o fuentes de financiamiento irregulares, lo que afecta directamente sobre la rentabilidad del negocio y condicionan su permanencia (Giménez, 2012) (Orihuela-Ríos, 2022).

La falta de financiamiento obedece, de igual forma a que las empresas que son propiedad de mujeres tienen a presentar un incremento de ventas más lento, esto se puede explicar por la falta de formación o experiencia laboral (Giménez, 2012).

Autoevaluación subjetiva

La mujer, suele tener una imagen negativa de sí misma en cuando a capacidades empresariales; tal como se mencionó en párrafos anteriores, las mujeres crecen sometidas a un sistema conservador que influye directamente en su confianza (Viadana et. al., 2016). La inseguridad sobre sus capacidades suele reiterarse debido a los estereotipos negativos ligados a sus capacidades provenientes del entorno, lo que refuerza la pobre visión que la mujer tiene sobre ella misma (Saavedra y Camarena, 2015). Esta inseguridad trae consigo, sentimientos de incertidumbre y de un riesgo mayor al momento de emprender (Aranibar et. al., 2022).

Cultura

La mujer se enfrenta a una serie de estereotipos, que ven su origen desde el núcleo familiar, a menudo, las tareas de la casa se concentran en la mujer, lo que las lleva a abandonar sus estudios o descuidar sus trabajos, lo que las coloca en una evidente posición de desventaja frente a los hombres en el plano empresarial, derivado de su falta de desarrollo; adicionalmente, no puede dejarse de lado el tema de violencia de género, que en sus múltiples variables afecta al emprendimiento femenino, factores que van desde la celotipia o exceso de control, la violen-

cia financiera, psicológica o incluso física, disminuyen de manera significativa la posibilidad de emprender y por tanto generar ingresos propios (Aranibar et. al., 2022).

Educación

Se trata del conocimiento tanto desde su perspectiva teórica como práctica ligada a una disciplina; el conocimiento puede ser legitimizado o no; la complicación radica en que el conocimiento adquirido por las mujeres no siempre coincide con el demandado por el mercado, lo que las coloca en una franca posición de desventaja con las que las mujeres que pretenden iniciar con un negocio tienen que lidiar (Olaz y Ortiz, 2017).

Emprendimiento femenino en México

En el caso específico de México, según datos de 2019, 2.6 millones de personas decidieron iniciar un negocio por cuenta propia, siendo mujeres poco más de 500 mil, de las cuales poco más del 72% oscilaban entre los 30 y 59 años. Se pudo observar que la mayor parte de estas mujeres emprendedoras era casada o vivía en unión libre y tenían hijos (Paz y Espinosa, 2019).

Es un hecho innegable que la mujer mexicana se enfrenta a una notable dificultad para integrarse al mercado laboral, en parte por el rol de género que la limita a la vida doméstica, esta desigualdad complica su ingreso a las actividades productivas, haciendo más atractivo el emprendimiento; este puede presentarse en diferentes modalidades: 1) el autoempleo, 2) el emprendimiento corporativo, 3) emprendimiento familiar; y 4) emprendimiento social; la elección entre una y otra depende enteramente del ingreso disponible para tal efecto (Paz y Espinosa, 2019).

Metodología

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo, este tipo de investigación permite investigar a profundidad los motivadores y limitantes de las estudiantes universitarias del estado de Hidalgo en la tarea de dirigir una micro o pequeña empresa. Para recabar información se recurrió a una entrevista semiestructurada a 34 mujeres emprendedoras del estado de Hidalgo; cada entrevista tuvo una duración promedio de entre 20 y 30 minutos, con base en la literatura se identifican tres dimensiones de estudio: 1) motivadores; 2) facilitadores; y 3) obstáculos que las entrevistadas han identificado en su proceso de emprendimiento o dirección de una empresa.

La información obtenida de las entrevistas se transcribió en su totalidad para, posteriormente, ser analizada y procesada a través del software Atlas.ti 9; se recurrió a una codificación de variables (ver Tabla 2.1) con base en las tres dimensiones de estudio señaladas

previamente, se realizan nubes de palabras y tablas código-documento a fin de establecer la frecuencia de cada variable, para de ese modo identificar, los factores de mayor influencia sobre las mujeres emprendedoras del estado de Hidalgo.

Tabla 2.1

Definición de variables

Motivantes	Facilitadores	Obstáculos
Insatisfacción laboral	Liderazgo	Capital
Familia	Capacidad de Innovación	Financiamiento
Contribución a la comunidad	Trabajo en equipo	Autoevaluación subjetiva
Control del futuro	Flexibilidad	Cultura
Afianzamiento de la autoestima	Pasión	Educación
Necesidad	Sentido de responsabilidad Claridad Sentido práctico Conciliación Impulso familiar	Experiencia Tiempo

Resultados

Motivadores

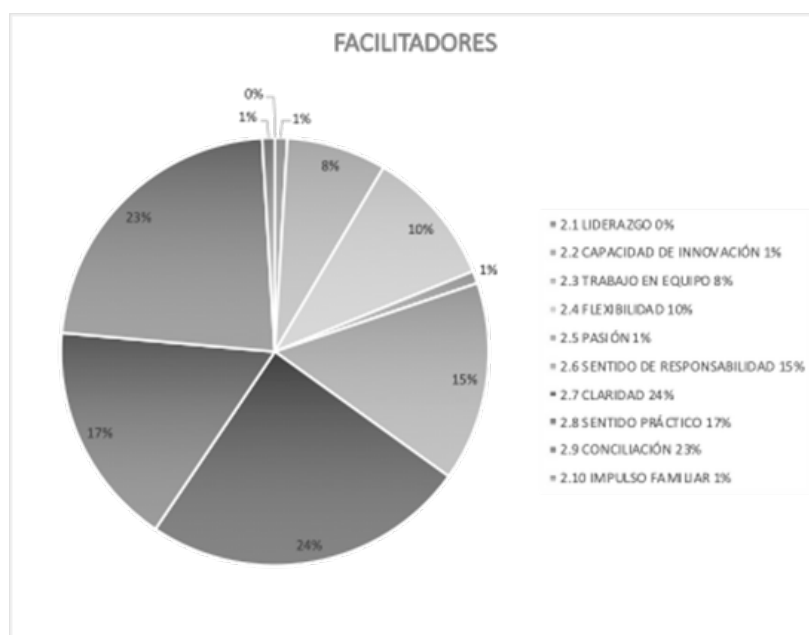
Al analizar la información, se identifica que, en el caso de las entrevistadas, el factor más influyente en la motivación para crear o dirigir una empresa fue la variable relacionada al afianzamiento de la autoestima, es decir, cuestiones relacionadas con el crecimiento personal y profesional, la realización y la satisfacción; en segundo puesto se encuentra todo aquello relacionado con el control del futuro, asegurar una fuente de ingresos, estabilidad, formar un patrimonio, ser su propia jefa, etc.; y en tercer puesto se encuentra la familia, ya sea porque vienen de un entorno emprendedor, porque algún miembro de la familia los alienta o porque las entrevistadas sienten que su familia necesita apoyo de su parte.

El resto de las variables a excepción del equilibrio de la vida personal y laboral, también fueron validados como factores de motivación, aunque no en el mismo grado de importancia.

Facilitadores

En cuanto a los factores que facilitan o impulsan a las mujeres a ponerse al frente de una empresa se puede ubicar la claridad, la conciliación, el sentido práctico, el sentido de responsabilidad y la flexibilidad, es decir, los denominados facilitadores individuales, es decir, características inherentes a la emprendedora (ver Gráfico 2.1).

Gráfico 2.1
Facilitadores



Gracias a la herramienta de nubes de palabras es posible identificar que estos facilitadores individuales se centran en la capacidad de las entrevistadas para identificar las acciones que deben adoptar para mitigar las complicaciones que se les presentan, resaltan la necesidad de priorizar, delegar, la perseverancia, el organización, paciencia y planificación, por nombrar las más relevantes.

Obstáculos

Derivado de este estudio es posible observar que el principal obstáculo para una mujer que decide emprender es el tiempo, este hecho está ligado con la cultura en la que se desarrollan las entrevistadas, pues sus distintos roles impiden que se dedique de lleno a la actividad empresarial, a menudo tienen que combinarlo con otros roles desempeñados, como el de madre, hija, esposa o estudiante.

Por otra parte, la autoevaluación subjetiva también juega un papel preponderante en el camino del emprendimiento femenino, en el transcurso de la entrevista las mujeres revelaron inseguridades en su mismas y su capacidad, lo que las frena al momento de dirigir sus empresas, truncando sus posibilidades de éxito.

Por último, la experiencia resulta, de igual forma, un obstáculo a considerar, pues la mayoría carece de la misma, a pesar de que en muchos casos cuentan con una formación afín,

desconocen cómo llevar adelante una empresa, recurriendo a métodos empíricos de prueba y error que dificultan sus posibilidades de crecimiento.

Discusión

Tal como lo indica la literatura al respecto, el emprendimiento femenino implica diferencias notables respecto al emprendimiento llevado a cabo por hombres; estas diferencias comienzan desde los factores que motivan a la persona a ponerse al frente de una empresa, en el caso de los hombres, la motivación se divide entre la necesidad y la oportunidad; sin embargo, en el caso de la mujer, los autores señalan que suelen iniciar en algún negocio o empresa por necesidad (Castillo García et. al., 2022). Entre las mujeres entrevistadas fue posible detectar que, a pesar de que la necesidad sí resulta una motivación importante, lo que las ha llevado a la vida empresarial se relaciona más con motivaciones propias, por afianzar su autoestima y cómo se presentan ante el mundo, además de la preocupación por tomar el control de su futuro, no depender de nadie más, ni familia ni empleadores, para lograr su estabilidad y la de su familia (Olaz y Ortiz, 2017).

Resalta el hecho de que, entre las entrevistadas, los principales facilitadores provengan de sí mismas, de aspectos propios de su personalidad y no de factores externos como podría ser la familia, tal como lo indica Aranibar et. al. en un estudio del 2021, aunque resalta el hecho de que no todos los facilitadores individuales resultan determinantes o significativos, resalta la ausencia en las respuestas de variables como el liderazgo y la pasión, en contraste con la claridad, sentido de responsabilidad o conciliación, lo que deja ver que las entrevistadas se sobreponen a los obstáculos que se les presentan en la dirección de sus empresas a través de su capacidad para adaptarse, encontrar alternativas, un alto sentido de compromiso e incluso, de sacrificio.

En cuanto a los obstáculos, queda claro que el principal resulta el tiempo, ya que las mujeres suelen representar diferentes roles en la sociedad, son madres, esposas, hijas, estudiantes e incluso trabajadoras, lo que no les permite dedicarse de lleno a sus empresas, poniendo en riesgo el crecimiento y permanencia de sus negocios en el mercado. Este factor limitante concuerda con estudios que señalan que las empresas dirigidas por mujeres suelen ser más pequeñas y tardar más en crecer, respecto a las empresas a cargo de hombres, el tiempo influye, de igual forma en que el emprendimiento femenino se limite al sector de servicios y comercio, ya que otros sectores implican un mayor consumo de este recurso.

Conclusiones

Las mujeres se están abriendo paso en el mundo, y la economía no es la excepción; estudios como el presente muestran que aunque la brecha de equidad de género es un hecho irrefutable, las mujeres trabajan día a día de manera activa para acortarla; a pesar de que el entorno no es del todo amigable, como resulta el caso del estado de Hidalgo, las entrevistadas demuestran que están mudando del emprendimiento por necesidad hacia el emprendimiento por oportunidad.

Las entrevistadas decidieron emprender por motivos personales, de igual forma, los facilitadores provienen de ellas mismas, lo que confirma que el ambiente aún no resulta un factor que favorezca el emprendimiento femenino, en cambio, si puede resultar un obstáculo.

Una futura línea de investigación es la de estudiar de manera longitudinal las empresas en las que las mujeres son directoras a fin de determinar las posibilidades de éxito y crecimiento de las mismas; de igual forma se propone indagar a fondo sobre los facilitadores individuales que presentan las emprendedoras para profundizar en su origen y como impacta en la mentalidad emprendedora.

Se propone estudiar el marco legal actual, a fin de conocer las condiciones bajo las cuales las mujeres inician una empresa; saber con que apoyos y estímulos pueden contar las mujeres, así como las trabas propias del sistema a fin de ofrecer soluciones en pro de la equidad de género en el ámbito empresarial del estado y el país.

Referencias

- Álvarez, M. J., Rebollo, A. y Rodríguez, R. (2013). Factores facilitadores y bloqueadores del emprendimiento femenino: orientar para el emprendimiento desde una perspectiva de género. AIDIPE Actas del XVI Congreso Nacional / II Internacional Modelos de Investigación Educativa, 427-435.
- Aranibar Ramos, E. R., Huachani Licon, D. Y. & Zúñiga Chávez, M. Y. (2022). Emprendimiento Femenino en el Perú: Puntos Fuertes y Débiles para su Sostenibilidad en el Tiempo. FIDES ET RATIO, 23(23). <https://doi.org/10.55739/fer.v23i23.115>
- Briseño García, O., Briseño García, A. & López Lira Arjona, A. (2017). El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México. Revista Innovaciones de Negocios, 13(25). <https://doi.org/10.29105/rinn13.25-2>

- Castillo García, L. Y., Salgado Barrizonte, Y., & Campos Sánchez, A. (2022). Emprendimiento femenino: ¿Necesidad u Oportunidad?. Repositorio De La Red Internacional De Investigadores En Competitividad, 15 (15). Recuperado a partir de <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/2031>
- Duarte, T. & Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et technica*, 15(43), 326-331.
- Elam, A. B., Hughes, K. D., Guerrero, M., Hill, S., Nawangpalupi, C., & del Mar Fuentes, M. (2021). Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Women's Entrepreneurship 2020/21 Report: Thriving Through Crisis. The Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, London, <https://gemconsortium.org/report/gem-202021-womens-entrepreneurshipreport-thriving-through-crisis>, accessed, 19, 2021.
- Giménez, D. (2012). Factores D S del emprendimiento femenino: Una revisión bibliográfica. *Revista venezolana de estudios de la mujer*, 17(38), 127-142.
- Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. Cepal. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5818>
- INEGI (s. f.). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), población de 15 años y más de edad. <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>
- Martín-Gutiérrez, A., Fernández-Salineró, M., C., & De La Riva-Picatoste, B. (2021). Factores determinantes del emprendimiento femenino en España: Identificación y análisis de una realidad . *Cuestiones Pedagógicas. Revista De Ciencias De La Educación*, 2(30), 57–76. <https://doi.org/10.12795/CP.2021.i30.v2.04>
- Minniti, M., & Arenius, P. (2003). Women in entrepreneurship. In *The entrepreneurial advantage of nations: First annual global entrepreneurship symposium* (Vol. 29). United Nations.
- Olaz Capitán, N. J. & Ortiz García, P. (2017). Aproximación a la caracterización del emprendimiento femenino: Una investigación cualitativa en clave competencial. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 22, 51-66. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i22.335>
- Orihuela-Ríos, N. C. (2022). Emprendimiento femenino: características, motivos de éxito, limitantes, involucrados y consecuencias. *INNOVA Research Journal*, 7(1), 109-122. <https://doi.org/10.33890/innova.v7.n1.2022.1946>
- Paredes Hernández, S. P., Castillo Leal, M. & Saavedra García, M. L. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, 10(23), 158-167. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2019.v10.n23.a8>

- Paz Calderón, Y. & Espinosa Espíndola, M. T. (2019). Emprendimiento femenino en México: factores relevantes para su creación y permanencia. *Tendencias*, 20(2), 116-137. <https://doi.org/10.22267/rtend.192002.117>
- Querejazu, V. (2021). Emprendimiento femenino en Bolivia y autoconfianza. *Revista Latinoamericana de Desarrollo Económico*, 36, 43-78. <https://doi.org/10.35319/lajed.202136452>
- Ruiz Sanchez, M. D. C., Peña Guerrero, J. V. & Prieto Cubillos, B. L. (2020). Caracterización y motivaciones para el emprendimiento femenino en MIPYMES de Villavicencio - Colombia. *Tendencias*, 21(2), 146-166. <https://doi.org/10.22267/rtend.202102.145>
- Saavedra García, M. L. & Camarena Adame, M. E. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en américa latina. *Criterio Libre*, 13(22), 129-152. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2015v13n22.129>
- Teran-Yepez, E., & Guerrero-Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(07).
- Viadana, C. A., Zubeldía, M. L., Tomarelli, J. L., & Morales, O. R. (2016). Mujeres emprendedoras: una aproximación empírica. Recuperado de <http://rephip.unr.edu.ar/handle/2133/7685>
- Yagual, R. C., & Pico, L. (2017). El emprendimiento por oportunidad versus el emprendimiento por necesidad en el Ecuador. *Revista Científica Ciencia y Tecnología*, 17(16).