

COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DE LA MUJER EN EL CONTEXTO MEXICANO

Jennifer Darvelia Miranda Sánchez*

 <https://orcid.org/0000-0002-4459-0298>

María del Carmen Sandoval Caraveo**

 <https://orcid.org/0000-0002-5482-3032>

Gilda María Bertolini Díaz***

 <https://orcid.org/0000-0001-5889-4420>

RECIBIDO: 15/08/2022 / ACEPTADO: 31/10/2022 / PUBLICADO: 15/01/2023

Como citar: Miranda Sánchez, J.; Sandoval Caraveo, M.; Bertolini Díaz, G. (2023). Competencias emprendedoras de la mujer en el contexto mexicano. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 25 (1), 52-70. www.doi.org/10.36390/telos251.05

RESUMEN

La participación de la mujer en la economía se ha incrementado a partir de su incursión por medio del emprendimiento, la cual no está exenta de retos y desafíos, desde la percepción social hasta políticas públicas deficientes que perpetúan la división del trabajo por roles de género. Es así como las mujeres que emprenden son entes disruptivos para el mundo empresarial que ha sido pensado en masculino, impactando en su forma de hacer negocios y requiriendo de competencias para perdurar y lograr su independencia económica. El objetivo del estudio fue identificar las competencias emprendedoras que poseen las empresarias en Tabasco, México. Se realizó con enfoque cuantitativo descriptivo transeccional, se aplicó un cuestionario compuesto por once dimensiones. Participaron 212 mujeres propietarias de negocios. Se identificó que las empresarias poseen competencias relacionadas con la necesidad de existir, la capacidad para reponerse y aprender y poseen espíritu emprendedor; y en menor medida poseen competencias para trabajar con otros, para priorizar el negocio y trabajar arduamente para mantener su emprendimiento; y tienen dudas sobre considerar a la empresa como un medio para emplear familiares. Los resultados contribuyen a la comprensión del comportamiento de las mujeres, siendo el primero de su tipo en el Estado, invitando a la realización de más estudios sobre el emprendimiento bajo enfoque de género.

* Doctoranda en Estudios Económicos Administrativos, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México. Maestra en Administración y Dirección Estratégica. jennifer15miranda@gmail.com

** Doctora en Gestión Estratégica y Políticas de Desarrollo. Profesora Investigadora de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México. sandovalcaraveo29@hotmail.com

*** 3Doctora en Gestión Estratégica y Políticas de Desarrollo. Profesora Investigadora de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. gildabertolini@hotmail.com

Palabras Clave: Competencias emprendedoras; emprendimiento femenino; mujeres emprendedoras; familia y negocio; espíritu emprendedor; emprendimiento; perspectiva de género.

Entrepreneurial competencies of women in the Mexican context

ABSTRACT

The participation of women in the economy has increased since their incursion through entrepreneurship, which is not exempt from challenges, from social perception to deficient public policies that perpetuate the division of labor by gender roles. Thus, women entrepreneurs are disruptive entities for the business world that has been masculinized, impacting their way of doing business and requiring competencies to endure and achieve women's economic independence. The objective of this study was to identify the entrepreneurial competencies possessed by businesswomen in Tabasco, México, using a quantitative descriptive cross-sectional approach, applying a questionnaire composed of eleven dimensions. A total of 212 women business owners participated. It was identified that women entrepreneurs possess competencies related to the need to exist, to replenish and learn and also possess entrepreneurial spirit; however, to a lesser extent, they possess competencies to work with others, to prioritize the business, and to work hard to maintain their entrepreneurship; they also have doubts about involving the family in the business. These results contribute to the understanding of women's behavior, being this study the first of its kind in the State, inviting more research on entrepreneurship with a gender perspective.

Keywords: Entrepreneurial competencies; female entrepreneurship; women entrepreneurs; family and business; entrepreneurial spirit; entrepreneurship; gender perspective.

Introducción

La participación de la mujer como propietaria de un negocio ha roto paradigmas sobre lo que debe o no debe hacer una mujer según el rol de género establecido socialmente (Elizundia, 2015). Sin embargo, al iniciar un emprendimiento, habrá barreras sociales que se ven expresadas en las limitaciones para el pleno ejercicio de la mujer, como lo son la asimetría en las relaciones de cuidado que retrasan el logro de su autonomía económica, así como el progreso de su negocio. Elementos presentes en la propia división sexual del trabajo, orillándolas a participar en sectores de menor riesgo, una inherente doble o triple jornada laboral (que incluye la actividad empresarial, la actividad doméstica y las actividades de cuidado) y a enfrentarse deberá al señalamiento y estereotipo de ser una mujer trabajadora; también deberá encarar la poca oportunidad de acceso a financiamiento para su negocio y a políticas públicas que dificulten su acceso a una formación para mejorar sus actividades empresariales (Chant y Pedwell, 2008; Instituto Nacional de las Mujeres [INMUJERES], 2016; Bear, 2019; Calanchez, et al., 2022).

En fechas recientes se implementaron nuevos programas y mecanismos con el fin de que la inclusión laboral de las mujeres se dé a mayores escalas, buscando su desarrollo económico y autónomo, como el denominado "Avancemos por la Igualdad", promovido por el

Nodo de ONU Mujeres México, que busca el empoderamiento económico de las mujeres, el desarrollo de sus habilidades empresariales, así como la formación de liderazgo y así facilitar el emprendimiento de un negocio a través de capacitaciones impartidas por organizaciones multinacionales (ONU Mujeres, 2019).

No obstante, tales esfuerzos promovidos por los programas emitidos de entidades no gubernamentales se limitan a las grandes urbes mexicanas, dejando de lado a un enorme porcentaje de mujeres que están en el camino del emprendimiento y que se localizan en regiones alejadas a las principales ciudades del país, haciéndose necesario que se visibilicen las condiciones en que las mujeres de las distintas zonas emprenden, para establecer mejores medidas de acción, mismas que estén acorde con las realidades que experimentan.

Aunado a la limitación de los alcances de este tipo de esfuerzos, se suma la carencia en la generación de datos estadísticos que registren la participación de las mujeres como empresarias, es decir, como “aquella mujer que es propietaria y dirigente de su empresa” (Zabludovsky, 2001, p.39), y aquellos que existen se encuentran en un punto incipiente de su desarrollo. Como lo son los Censos Económicos y el Atlas de Género, reportes implementados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, que se enfocan en medir los porcentajes de unidades económicas, personal contratado, valor generado por las empresas y comparativas entre hombres y mujeres en la actividad económica.

Este panorama coincide con lo destacado por Díaz y Ceyca (2022), quienes señalan que los indicadores que registran la participación de las emprendedoras se centran en criterios económicos, lo que conlleva a la implementación de políticas públicas de alcance limitado, como los mencionados por Monteith y Camfield (2019) tendiendo a ser programas de capacitación genéricos, promoción de apoyos crediticios o programas gubernamentales temporales, pero de poco impacto y sin perspectiva de género.

A pesar de tal piso disparado, se debe reconocer que existe un incremento en la participación de la mujer en la creación de empresas, según el Censo Económico 2019 en su informe sobre Propietarios y Propietarias de Pequeñas y Medianas Empresas en México, hubo un crecimiento del 2.7%, siendo las mujeres dueñas del 36.6% de este tipo de empresas en el país. Sin embargo, el 99.5% de estos negocios son de tamaño micro (menos de 10 empleados), además de que el 52.2% indicó formar parte del sector comercio. Demostrando nuevamente la dificultad que existe para que las mujeres se desarrollen y aseguren su independencia económica (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2021). Estos datos son la representación de la falta de igualdad entre hombres y mujeres, pues los emprendimientos de las mujeres tienden a ser de menor tamaño, participan en menos sectores y son tradicionalmente relacionados con lo femenino (comercio y servicio), lo que se refleja en negocios más pequeños, donde venden menos y tienen opciones limitadas de acceder a créditos, obteniendo su capital para operar de ahorros personales o préstamos de familiares y amigos. Finalmente, en comparación con los hombres, los negocios de mujeres tienen más probabilidad de desaparecer (INMUJERES, 2016; Elizundia, 2015; Alario y Morales, 2016).

Sin embargo, las mujeres que deciden emprender y tomarlo como el camino para el logro de la independencia económica, ya sea por una motivación laboral, profesional o familiar, por alcanzar el desarrollo personal y que responde a factores intrínsecos, como el logro de una meta personal o por el pleno deseo de crecer, se enfrentan a las barreras sistemáticamente impuestas para tener un negocio propio (Alario y Morales, 2016; Santander-Astorga et al., 2016).

Esta postura ha dado pie a lo que hoy se reconoce como el emprendimiento femenino, término que rescata las consideraciones preestablecidas para el perfil de un emprendedor (conceptualizado desde una visión masculina), pero que además considera el desarrollo de competencias duras y blandas más efectivas, interviniendo en nuevas formas de organización económicas y sociales, con un alto sentido de impacto social y con un enfoque más psicológico, como el autoconocimiento, la resiliencia y la gestión de las emociones (Ortiz y Olaz, 2018; Matharu y Juneja, 2021; Calanchez, et al., 2022)

Ante lo cual, la incursión de la mujer ha sido disruptiva en la estructuración del mundo empresarial como se conocía, impregnándolo de una nueva feminidad y con el establecimiento de límites que desafían las condiciones preestablecidas, pero que continúan impactando en la manera de emprender y diseñar los negocios. Pues sus misiones empresariales aún emergen en condiciones patriarcalmente diseñadas y que condicionan su actividad económica, debido principalmente a una aparente incompatibilidad entre femineidad y espíritu emprendedor (Flores-Novelo et al., 2021; Montoya, 2021). Sumándose a esto las barreras que normalmente representan el iniciar un negocio, pues por su propia condición, una nueva empresa requerirá de sacrificios y elementos que determinen su éxito y permanencia en el tiempo. Ante lo cual, la persona que emprenda deberá poseer (o desarrollar) competencias que le permitan sortear con las dificultades que la inmersión empresarial representa (Calanchez, et al., 2022).

Partiendo así desde la enmarcación de un contexto complejo, este trabajo tiene como objetivo el identificar las competencias emprendedoras presentes en las empresarias del estado de Tabasco, lugar situado al sureste de México y en el cual la mujer tiene una participación del 1.3% como generadora de empleos a nivel nacional (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2019).

Además de que, desde la gestión de las políticas públicas, los esfuerzos gubernamentales locales se han limitado a proponer medidas para reducir el abandono de los hijos por la incursión de la mujer en la economía resaltando que, al no ser responsable de sus cuidados, su participación en la vida económica acarrea problemas sociales como la violencia y la desintegración familiar, criterio expuesto en el Plan Estatal de Desarrollo del estado de Tabasco, 2019-2024, que en lugar de facilitar las vías de acceso a la mujer a mejores condiciones, perpetúa en su aseveración los roles de género ya mencionados (Gobierno del Estado de Tabasco, 2019).

De esta manera, este estudio busca dar visibilidad a la participación de la mujer en la actividad económica a través del emprendimiento, con el fin de identificar las competencias que poseen para el beneficio de su desempeño como empresarias, así como para reconocer las áreas de oportunidad y lograr mayores índices de participación de las mujeres en la vida pública con base en el empoderamiento económico a través de la generación de sus propios ingresos.

También genera información que puede repercutir en la autonomía para la toma de decisiones y en el beneficio de los familiares de las mujeres que participan en la vida económica, así como en el resto de la sociedad. Asimismo, y tal como reconocen Paredes, et al., (2019) y Paz y Espinosa (2019), es indispensable realizar investigaciones que faciliten la comprensión de las mujeres y su actividad económica, con el fin de contribuir en un área donde la generación del conocimiento es incipiente.

La emprendedora y su contexto

El emprendimiento está compuesto de una forma de pensar, razonar y actuar con el fin de alcanzar una oportunidad que permita la creación, la mejora o la realización de un proyecto, que va más allá de lo económico, generando valor a aquellos grupos de interés que estén vinculados con el emprendimiento (Urbano y Toledano, 2008). Entendiéndose al emprendimiento como una actividad que requiere de participantes que no solo cuenten con la personalidad para hacerlo, sino que en sí se gesten comportamientos y esquemas de pensamiento que tengan como fin el cambio del estilo de vida y en aquellos que los rodean. Es a partir de esta diferenciación entre las características, ya sea innatas o adquiridas, que surge una participación mayor del hombre en el mundo de los negocios que las mujeres; esto como consecuencia de una mayor confianza y capacidad de socializar de ellos, elementos necesarios para llevar al frente un emprendimiento (Ventura y Quero, 2013; Jordán et al., 2016).

En consecuencia, para el desarrollo del emprendimiento en la mujer se toma como un elemento destacable la educación, siendo este un factor determinante para ellas cuando deciden emprender o llevar de mejor manera un negocio, pues la mayoría de las emprendedoras en estudios de Coleman (2007), DeTienne y Chandler (2007) y Guzmán y Rodríguez (2008) mencionan que el estar mejor formadas disminuye las barreras al emprender, así como les permite identificar mejor los riesgos y las oportunidades en el mundo empresarial pues, por ejemplo, al estar mejor educadas pueden enfrentar la discriminación padecida cuando han buscado apoyo financiero para su negocio.

Se ha identificado además que las mujeres optan por participar en sectores de bajo riesgo, como actividades que requieran un menor desafío, optando por espacios donde puedan obtener beneficios pero que no les represente mayores dificultades (Langowitz y Minniti, 2007; Reyes et al., 2014). La segregación de sectores en que las mujeres emprenden se caracteriza por ser menos riesgosos, como el comercio minorista o el sector servicios. Principalmente desarrollan su emprendimiento en mercados locales, con un potencial limitado de crecimiento financiero, por lo que, el éxito de este se encuentra mal aspectado (Menches y Abraham, 2007; Sappleton, 2009).

Las empresarias en el contexto internacional, nacional y estatal

De acuerdo con el Banco Mundial [BM] (2020), en su Encuesta de Empresas (Enterprise Surveys), realizada en 141 países y con información compartida en el Blog de Datos de la organización, se menciona que al menos en 1 de cada 3 empresas a nivel global, una mujer tiene participación en la propiedad de la empresa, es decir, el 34% de las empresas en el mundo cuenta con una mujer dentro de los principales propietarios. La propiedad total de un negocio en las regiones de América Latina y el Caribe es solo el 20%. Así también, en el comportamiento de ahorro y solicitud de préstamos para el inicio, la operación y la ampliación de una empresa, los hombres tienen mayores tasas de ahorro y de solicitud de préstamos para metas empresariales que las mujeres. Estas diferencias, o brechas de género, para el acceso a servicios financieros resultan en un mayor desafío para las mujeres que desean iniciar un negocio, pues esta exclusión para acceder a capital para el comienzo, la operación o la ampliación de los negocios, representa una barrera a la autonomía económica (Halim, 2020).

En el caso de México existen cerca de 4,493,459 establecimientos de tipo MiPyME; de estos, el 99.5% reportó tener a una mujer como propietaria, además no se reportaron a mujeres

con propiedad en establecimientos medianos o grandes. De acuerdo con el contexto donde se desarrolló esta investigación, se reportó que en el estado de Tabasco existen 65,354 establecimientos que forman parte de la clasificación de Micro, pequeñas y medianas empresas; donde las mujeres son propietarias de 21,180 establecimientos, en los cuales se emplean cerca de 37,187 personas el 1.3% del total nacional. Este informe también reportó que, de cada 10 personas contratadas por las propietarias, 8 son mujeres; de forma inversamente proporcional, los hombres contratan solo a 2 mujeres por cada 10 personas. Es decir, las propietarias contratan y remuneran a más mujeres. Conforme a la capacitación recibida para el desarrollo de habilidades, destrezas y conocimientos que haya sido impartido al personal que contratado, el 99.4% de empresarias reportó no haber dado algún tipo de capacitación. De igual manera, las mujeres expresaron como sus principales problemáticas a la inseguridad pública (30.3%), la baja demanda de sus bienes o servicios (19.2%) y los altos gastos por servicios como la luz, agua, gas (18.5%) (INEGI, 2019).

Finalmente, se consultaron datos al respecto de las herramientas tecnológicas y financieras para el manejo de las MiPyMEs. Al respecto de los créditos, préstamos o financiamientos, 13 de cada 100 mujeres obtuvieron un crédito, ya sea por parte de bancos, cajas de ahorro popular, y familiares y amigos, donde mayormente el monto obtenido sirvió para la adquisición de insumos en el mercado nacional. Con respecto al uso de algún sistema para administrar las operaciones de gastos e ingresos, así como el registro de las finanzas, 6 de cada 10 mujeres propietarias reportaron no hacer uso de algún tipo de sistema contable. Y sobre las ventas por internet, el medio de pago para realizar compras más utilizado por las mujeres propietarias es el efectivo (91.2%), seguido por tarjetas bancarias (3.5%) y transferencia electrónica de fondos (2.5%). En cuanto a los medios para transacciones de ventas, también fueron el efectivo (92.9%), la tarjeta bancaria (3.5%) y la transferencia electrónica de fondos (2.0%) (INEGI, 2019).

Las competencias emprendedoras

Las competencias emprendedoras, o competencias del emprendedor, son aquellas características que permiten el correcto desempeño de las funciones y tareas necesarias para la concreción de un proyecto empresarial, mismas que están vinculadas con cada una de las etapas del proceso de creación y ejecución, por lo que son inherentes que se posean o desarrollen (Alda-Varas et al., 2012).

Es así como, las competencias emprendedoras son entendidas como aquellos elementos que le otorgan al sujeto la capacidad de desarrollar un emprendimiento con el fin de generar crecimiento económico y cohesión social, es decir, el emprendimiento a partir de las competencias emprendedoras debe ser visto como un proyecto social e integral (Martínez y Carmona, 2009), que considera el cultivo de valores y las prácticas sociales conjugadas con base en valores sociales y económicos.

Para comprender o poder clasificar tales competencias, varios autores a partir de investigaciones realizaron su propia lista de características necesarias para la creación, sobrevivencia y crecimiento de una empresa. Por ejemplo, Mitchelmore y Rowley (2010), categorizaron a las competencias en cuatro grupos: las competencias emprendedoras, propiamente; las competencias de administración de negocios, las competencias de relaciones humanas y las competencias conceptuales y de relaciones (Sopó et al., 2017).

Palacios (1999) por medio de un estudio de los emprendedores enlistó una serie de características que han sido replicadas en otros estudios como los realizados por Barroso et al., (2014) y Santos (2011), como el espíritu emprendedor, la necesidad de existir, la experiencia técnica previa, la tolerancia al riesgo, el trabajo arduo, la capacidad de reponerse y aprender, sociedad tolerante, la credibilidad, el priorizar, la cultura familiar y el profesionalismo del emprendedor. Tales son el resultado del análisis de las prácticas, conductas y estrategias en empresarios. Por su parte, Uribe y Valenciano (2011) en su trabajo enlistan una serie de características que los emprendedores adquieren o desarrollan a partir de un estudio de revisión teórica, por lo que señalan que quien desarrolla una actitud emprendedora cuenta con: ambición, aptitud mental positiva, creatividad, esfuerzo, iniciativa, tenacidad, visión de futuro, decisión, liderazgo, planificación y dotes sociales.

Tal como se puede apreciar, existen numerosas clasificaciones para identificar aquellas características o competencias que se perciben como necesarias para la creación de una empresa. Sin embargo, y de acuerdo con las aportaciones teóricas consultadas, se considera la contribución de Palacios (1999) al estudio de las competencias emprendedoras y sus dimensiones como la idónea para la realización de este trabajo, resultando un constructo de once dimensiones.

Tabla 1. Definición de las dimensiones de la variable Competencias Emprendedoras

| Dimensión | Interpretación |
|-------------------------------------|---|
| Espíritu emprendedor | Persecución de una idea de negocio, a pesar de los obstáculos |
| Necesidad de existir | Disposición de realizar el negocio a pesar de no obtener ganancias en el corto plazo. |
| Experiencia técnica previa | Conocimientos relacionados con los procesos, el producto y del negocio en sí. Haber tenido una relación con el giro del negocio previamente. |
| Tolerancia al riesgo | Capacidad de hacer frente a riesgos calculados con base en un estudio o plan previamente establecido. |
| Trabajo arduo | Disposición de trabajo y esfuerzo por muchas horas, frecuentemente sin recompensas inmediatas. |
| Capacidad para reponerse y aprender | Aprovechar los errores con tenacidad y perseverancia, en lugar de sentirse derrotado. |
| Sociedad tolerante | Capacidad de establecer relaciones con socios adecuados, saber entenderse con éstos y saber trabajar en equipo. |
| Credibilidad | Respeto a los clientes por medio de la entrega de productos de calidad; demostrar aprecio por los trabajadores. Ser íntegro y actuar con principios. |
| Priorizar | Capacidad de establecer prioridades y cumplirlas a cabalidad. |
| Cultura familiar | Capacidad de preparar una empresa familiar para la sucesión a partir de un manejo adecuado de las relaciones familiares y una gerencia profesional. |
| Profesionalismo del emprendedor | Capacidad de desarrollar habilidades internas y capacidades, como las estrategias y prácticas que la empresa requiera para asegurar su crecimiento y supervivencia. |

Fuente: Elaboración propia con base en Palacios (1999).

Metodología

El trabajo fue realizado en el estado de Tabasco, el diseño del estudio fue cuantitativo descriptivo transaccional y participaron 212 empresarias. Éstas fueron seleccionadas por un muestreo no probabilístico bajo intencionalidad del investigador. La justificación a este tipo de muestreo recae en falta de registros sobre las empresarias en el Estado. Los criterios de inclusión fueron: autoidentificarse como mujer, ser propietarias de un negocio activo y que éste tuviera más de seis meses en funciones. Aunque este tipo de muestreo no es representativo, si permite tener una aproximación a la realidad del sujeto de estudio.

Las dificultades para la realización del trabajo de campo fueron la localización de las participantes, la falta de interés para contestar el instrumento y el temor a contagio por COVID 19, ante lo que se decidió importar el instrumento a plataformas digitales para poder ser compartido y limitar el acercamiento con las participantes. Los datos se analizaron en el software estadístico IBM SPSS Statistics V.25, calculándose medidas de tendencia central y dispersión para establecer la normalidad de datos y estadísticos descriptivos. Se calculó el análisis de alfa de Cronbach, el análisis de concordancia del coeficiente *Kappa de Fleiss*, así como los análisis de la matriz de correlación y el análisis factorial exploratorio.

Composición y validación del instrumento para el estudio

El instrumento se conformó por dos secciones, en la primera se solicitaba información demográfica y características del negocio. La segunda incluyó el cuestionario diseñado por Palacios (1999), adaptado por Santos (2011) y replicado por Mandujano (2017) en un estudio a microempresarios en Villahermosa, Tabasco. Contó con 55 ítems clasificados en 11 dimensiones. A pesar de que este instrumento ya había sido previamente utilizado en el lugar de estudio, este no fue diseñado con enfoque de género, por lo que debió ser validado previamente con un grupo de empresarias a través de una prueba piloto. También se realizó un panel de juicio de expertos para obtener validez de criterio y contenido.

El juicio de expertos contó con tres expertas en temas de emprendimiento y enfoque de género, quienes determinaron los criterios de coherencia, relevancia, suficiencia y claridad según Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez (2008) de los ítems del cuestionario. Donde se obtuvo un nivel de concordancia *Kappa de Fleiss* de 0.426, siendo aceptable conforme a Landis y Koch (1977). Se incluyeron sugerencias para modificar la redacción de los ítems, con el fin de adaptarlos al contexto de las participantes. Se estableció la fiabilidad del instrumento con una prueba piloto a 37 empresarias, obteniéndose un alfa de Cronbach >0.90 , que según los criterios de Oviedo y Campo-Arias (2005) representa una consistencia interna aceptable.

La validación de constructo se realizó por medio del análisis factorial exploratorio (AFE) bajo el método de extracción de máxima verosimilitud con rotación *varimax* y normalización *Kaiser*. Previamente, se calcularon las medidas de adecuación de la muestra con el índice *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) y prueba de esfericidad de *Bartlett*, obteniéndose un KMO=0.876 y una prueba de esfericidad de *Bartlett*= $X^2=8396.281$, $df=1596$, $p \leq .000$; comprobándose que la matriz de correlaciones era apta para ser factorizada (Moral, 2006). Se confirmaron las dimensiones propuestas por el autor, determinándose once factores que explicaron el 58.42% de la varianza total, sin embargo, los ítems que los conformaron no respetaron tal distribución, quedando de la siguiente manera: F1=20, F2=14, F3=6, F4=6, F5=1, F6=2, F7=2, F8=2, F9=1, F10=1, F11=1.

A pesar de tal discrepancia, los ítems fueron respetados según cada factor propuesto por Palacios (1999), modificándose únicamente la redacción de acuerdo a las sugerencias de las expertas. No obstante, por medio de estos datos se puede generar una nueva aproximación a la distribución resultante, redefiniendo los elementos que integrarían a cada factor según los valores identificados en la población de estudio, lo que podría guiar a la generación de un constructo bajo enfoque de género para distinguir las competencias emprendedoras en mujeres.

Resultados

Las empresarias se encuentran entre los 26 y 30 años (29.7%), residen en el municipio de Centro (72.2%), tiene un nivel de estudio de nivel medio superior (preparatoria o bachillerato) (37.3%), son casadas (37.3%) y no tienen hijos (40.1%). Al respecto de sus negocios, principalmente venden ropa, calzado o accesorios (actividad comercial) (el 29.2%) y tienen entre seis meses y un año (28.3%) en funcionamiento. El 72.6% señaló no tener empleados, además el 96.8% indicó no pertenecer a alguna cámara formal de comercio. Para poder identificar las competencias emprendedoras con las que las mujeres se identificaban, los ítems se diseñaron como oraciones afirmativas con respuestas de opción según la escala ordinal de tipo Likert. Para interpretar los datos se creó una escala de puntos según el promedio total de las respuestas por cada ítem (véase Tabla 2), posteriormente se calculó el promedio por cada una de las once dimensiones. De esta manera se facilitó la interpretación de la prevalencia de las competencias en las participantes.

Tabla 2. Escala para interpretar resultados cuantitativos

| Escala de puntos | Interpretación del resultado |
|------------------|--|
| 1 a 1.49 | Totalmente en desacuerdo con la afirmación |
| 1.5 a 2.49 | En desacuerdo con la afirmación |
| 2.5 a 3.49 | Ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación |
| 3.5 a 4.49 | De acuerdo con la afirmación |
| 4.5 a 5 | Totalmente de acuerdo con la afirmación |

Dimensión Espíritu Emprendedor

El promedio general para la dimensión Espíritu Emprendedor es de 4.22, lo cual implica que las participantes están en promedio de acuerdo con el esforzarse por fabricar u ofrecer un servicio que rebase las expectativas de los clientes (4.52) y actuar por sí mismas antes que las circunstancias las obliguen. Sin embargo, les hace falta recolectar información antes de comenzar un nuevo proyecto (3.82).

Tabla 3. Resultados de la dimensión Espíritu Emprendedor

| Preguntas (ítems) por sección | Promedio por ítem | Desv. Est. | Promedio dimensión |
|--|-------------------|------------|--------------------|
| Actúo por mí misma antes de que las circunstancias me obliguen | 4.47 | 0.840 | 4.22 |
| Constantemente busco nuevos productos o servicios que me ayuden a mejorar mi trabajo | 4.25 | 1.254 | |

| | | | |
|--|------|-------|--|
| Aprovecho oportunidades innovadoras para hacer negocios y obtener recursos | 4.04 | 1.364 | |
| Me esfuerzo en fabricar un producto u ofrecer un servicio que considere cumple o rebasa las expectativas de mis clientes | 4.52 | 0.995 | |
| Recabo toda la información posible antes de comenzar una tarea o un proyecto nuevo | 3.82 | 1.413 | |

Dimensión Necesidad de Existir

Para la dimensión Necesidad de Existir, el promedio general es de 4.52, lo cual implica que las participantes están totalmente de acuerdo en que hacen un gran esfuerzo para que su trabajo satisfaga a los demás (4.75) y en invertir en el presente para obtener beneficios futuros (4.60), así como en afrontar todos los riesgos que implican tener una empresa (4.44) y observan constantemente oportunidades de negocio en el contexto donde se encuentran (4.30).

Tabla 4. Resultados de la dimensión Necesidad de Existir.

| Preguntas (ítems) por sección | Promedio por ítem | Desv. Est. | Promedio dimensión |
|---|-------------------|------------|--------------------|
| Afronto todos los riesgos que implican tener un negocio | 4.44 | 0.779 | 4.52 |
| Me es importante invertir ahora para obtener beneficios tiempo después | 4.60 | 0.712 | |
| Hago un gran esfuerzo para que mi trabajo deje satisfechos a los demás | 4.75 | 0.530 | |
| Constantemente observo oportunidades de negocio en el contexto en el que me encuentro | 4.30 | 1.169 | |

Dimensión Experiencia Técnica Previa

Para la dimensión Experiencia Técnica Previa, el promedio fue de 4.04, es decir, que las empresarias están de acuerdo sobre conocer sus fortalezas (4.48), están conscientes de las necesidades de abrir un negocio (4.37), cuentan con experiencia para elaborar los productos que ofrecen (4.29) y tienen conocimientos para operar una empresa (3.94). Sin embargo, pueden poseer poco conocimiento sobre el entorno empresarial (3.33).

Tabla 5. Resultados de la dimensión Experiencia Técnica Previa.

| Preguntas (ítems) por sección | Promedio por ítem | Desv. Est. | Promedio dimensión |
|---|-------------------|------------|--------------------|
| Tengo conocimientos para abrir un negocio | 3.86 | 1.099 | 4.04 |
| Tengo conocimientos para operar un negocio | 3.94 | 1.020 | |
| Cuento con la experiencia para elaborar los productos o brindar los servicios que le ofrezco a mis clientes | 4.29 | 1.047 | |
| Estoy consciente de las necesidades que llevan a abrir un negocio | 4.37 | 0.874 | |
| Conozco el entorno empresarial | 3.33 | 1.307 | |
| Conozco mis fortalezas | 4.48 | 0.751 | |

Dimensión Tolerancia al Riesgo

Para la dimensión Tolerancia al Riesgo se obtuvo un resultado promedio de 3.88, es decir que las empresarias actúan para reducir los riesgos (4.08) y los calculan intencionadamente (3.80), evalúan las alternativas antes de iniciar una actividad (3.95), controlan los resultados (3.90), sin embargo, les atraen las situaciones que conlleven riesgos moderados (3.67).

Tabla 6. Resultados de la dimensión Tolerancia al Riesgo

| Preguntas (ítems) por sección | Promedio por ítem | Desv. Est. | Promedio dimensión |
|--|-------------------|------------|--------------------|
| Calculo los riesgos de manera intencional cuando inicio alguna actividad | 3.80 | 1.192 | 3.88 |
| Evalúo todas las alternativas al iniciar una actividad | 3.95 | 1.070 | |
| Actúo para reducir los riesgos | 4.08 | 0.982 | |
| Controlo los resultados cuando asumo riesgos | 3.90 | 0.995 | |
| Me atraen las situaciones que conlleven un riesgo o reto moderado | 3.67 | 1.221 | |

Dimensión Trabajo Arduo

Al respecto de la dimensión Trabajo Arduo, las participantes indicaron que se encuentran de acuerdo (3.82), con realizar las actividades que no pueden omitirse (4.55), hacen las cosas sin necesidad de que otros se los pidan (4.41), terminan su trabajo a tiempo (4.12) y que éste les da mayor satisfacción que el dinero (4.01). También pueden llegar a sentir enojo si las cosas no se hacen debidamente (2.97), pero no perciben si su rendimiento en el trabajo es mejor que el de los demás (2.87).

Tabla 7. Resultados de la dimensión Trabajo Arduo

| Preguntas (ítems) por sección | Promedio por ítem | Desv. Est. | Promedio dimensión |
|--|-------------------|------------|--------------------|
| Me esmero en realizar actividades que necesitan hacerse | 4.55 | 0.717 | 3.82 |
| Termino mi trabajo a tiempo | 4.12 | 1.023 | |
| Me enojo cuando las cosas no se hacen debidamente al hacerlas otras personas | 2.97 | 1.574 | |
| Hago lo que se necesita sin que otros me lo pidan | 4.41 | 0.996 | |
| Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otros con quienes trabajo | 2.87 | 1.603 | |
| Creo que el trabajo me da mayor satisfacción que el dinero | 4.01 | 0.993 | |

Dimensión Capacidad para Reponerse y Aprender

En lo que respecta a la Capacidad para Reponerse y Aprender, las participantes en promedio indicaron que se encuentran totalmente de acuerdo (4.50) con asumir toda la responsabilidad por el logro de sus metas y en intentar diferentes formas de superar los obstáculos que se les presenten, así también, están de acuerdo en invertir tiempo para encontrar la solución a problemas difíciles (4.45) y en cambiar estrategias para enfrentar los retos (4.41).

Tabla 8. Resultados de la dimensión Capacidad para Reponerse y Aprender

| Preguntas (ítems) por sección | Promedio por ítem | Desv. Est. | Promedio dimensión |
|---|-------------------|------------|--------------------|
| Cuando enfrente un problema difícil, invierto tiempo en encontrar la solución más conveniente posible | 4.45 | 0.872 | 4.50 |
| Hago todo lo necesario o cambio de estrategia para hacer frente a un reto u obstáculo | 4.41 | 0.835 | |
| Asumo toda la responsabilidad en el logro de mis metas y objetivos | 4.62 | 0.653 | |
| Intento diferentes formas de superar obstáculos que se interpongan en el logro de mis metas | 4.50 | 0.751 | |

Dimensión Capacidad para trabajar con otros

En cuanto a la Capacidad para Trabajar con Otros, las participantes indicaron que en promedio se encuentran de acuerdo (3.62) con apoyarse en personas claves para alcanzar sus objetivos (4.06), en convencerlos para que las apoyen (3.89), también consideran que desarrollan y mantienen una red de contactos de negocios (3.72) y hacen uso de estrategias para persuadir e influenciar a los demás (3.54). Sin embargo, pueden no insistir para que los demás hagan lo que piden (2.91).

Tabla 9. Resultados de la dimensión Capacidad para Trabajar con Otros.

| Preguntas (ítems) por sección | Promedio por ítem | Desv. Est. | Promedio dimensión |
|---|-------------------|------------|--------------------|
| Hago uso de estrategias para influenciar y persuadir a otros | 3.54 | 1.493 | 3.62 |
| Me apoyo en personas clave para alcanzar mis objetivos | 4.06 | 1.171 | |
| Desarrollo y mantengo una red de contactos de negocios | 3.72 | 1.314 | |
| Convenzo a los demás para que apoyen mis recomendaciones | 3.89 | 1.130 | |
| Insisto varias veces para conseguir que otros hagan lo que quiero que hagan | 2.91 | 1.434 | |

Dimensión Credibilidad

Sobre la dimensión Credibilidad, en promedio (3.76), señalaron que cumplen las promesas que hacen y se esfuerzan de forma extraordinaria para realizar su trabajo. No obstante, dudan sobre su relación con los demás, como el valorar la buena voluntad de los otros sobre las ganancias a corto plazo (3.21), así como en colaborar (3.17) y ponerse en lugar de los demás para terminar un trabajo de requerirse (3.17).

Tabla 10. Resultados de la dimensión Credibilidad.

| Preguntas (ítems) por sección | Promedio por ítem | Desv. Est. | Promedio dimensión |
|---|-------------------|------------|--------------------|
| Me esfuerzo de manera extraordinaria para realizar mi trabajo | 4.62 | 0.767 | 3.76 |
| Colaboro con mis compañeros | 3.17 | 1.729 | |

| | | | |
|--|------|-------|--|
| Me pongo en el lugar de mis compañeros para terminar un trabajo de ser necesario | 3.17 | 1.724 | |
| Valoro la buena voluntad de los demás en el trabajo, por encima de las ganancias en el corto plazo | 3.21 | 1.719 | |
| Cumplo las promesas que hago | 4.64 | 0.642 | |

Dimensión Priorizar

Conforme a las respuestas para dimensión Priorizar están de acuerdo (3.82), en fijarse metas que tienen un significado personal e implican un reto para ellas (4.37), tienen una visión clara de lo que quieren a largo plazo (4.27), fijándose objetivos frecuentemente (3.70). Sin embargo, dudan al planificar un gran proyecto y dividirlo en tareas más pequeñas (3.41), así como en evaluar los objetivos (3.35).

Tabla 11. Resultados de la dimensión Priorizar.

| Preguntas (ítems) por sección | Promedio por ítem | Desv. Est. | Promedio dimensión |
|--|-------------------|------------|--------------------|
| Me fijo metas y objetivos que tienen significado personal y que implican un reto | 4.37 | 0.943 | 3.82 |
| Tengo una visión clara y específica de lo que quiero a largo plazo | 4.27 | 0.933 | |
| Me fijo objetivos frecuentemente | 3.70 | 1.402 | |
| Mido los objetivos frecuentemente | 3.35 | 1.477 | |
| Planifico un gran proyecto, dividiéndolo en tareas más pequeñas | 3.41 | 1.365 | |

Dimensión Familia y Negocio

Al respecto de la dimensión Familia y Negocio, en promedio se encuentran de acuerdo (3.99) con considerar que la familia y el negocio son importantes para ellas (4.71), en prestar atención a los demás cuando les hablan (4.56) y les importa la imagen que proyectan a la comunidad (4.53). Consideran que tener un negocio es un patrimonio familiar (3.99), sin embargo, dudan sobre involucrar a la familia en el negocio para que funcione mejor (3.11), así como en el traspaso del negocio en el futuro a sus hijos (3.04).

Tabla 12. Resultados de la dimensión Familia y Negocio.

| Preguntas (ítems) por sección | Promedio por ítem | Desv. Est. | Promedio dimensión |
|--|-------------------|------------|--------------------|
| Le presto toda la atención a los demás cuando hablan conmigo | 4.56 | 0.736 | 3.99 |
| Considero que mi familia y el negocio son importantes para mí | 4.71 | 0.651 | |
| En el futuro, pienso traspasar el negocio a mis hijos (en caso de tenerlos) | 3.04 | 1.644 | |
| Considero que tener un negocio es un patrimonio familiar | 3.99 | 1.442 | |
| Me importa la imagen que proyecto a la comunidad | 4.53 | 0.718 | |
| Considero que la familia debe formar parte de un negocio para que funcione mejor | 3.11 | 1.537 | |

Dimensión Profesionalismo del Emprendedor

Para la dimensión Profesionalismo del Emprendedor, las empresarias indicaron que en promedio se encuentran de acuerdo (3.90). Pues tienen confianza en sí mismas para terminar una tarea difícil (4.66), también buscan la independencia para evitar el control por las reglas de otros (4.15), consideran que planifican tareas más grandes en pequeñas y con plazos de finalización (3.65). Sin embargo, es posible que no hagan seguimiento a los planes para revisar resultados o las condiciones del entorno (3.18), así como de mantener un registro de sus actividades y usarlo como apoyo para la toma de decisiones (3.12).

Tabla 13. Resultados de la dimensión Profesionalismo del Emprendedor.

| Preguntas (ítems) por sección | Promedio por ítem | Desv. Est. | Promedio dimensión |
|--|-------------------|------------|--------------------|
| Busco independencia, evitando el control por las reglas y normas de los demás | 4.15 | 1.107 | 3.90 |
| Confío en mí misma para terminar una tarea difícil o enfrentarme a un reto | 4.66 | 0.638 | |
| Planifico tareas grandes en más pequeñas con plazos de finalización | 3.65 | 1.350 | |
| Hago un seguimiento de mis planes para revisar resultados y las nuevas condiciones del entorno | 3.18 | 1.459 | |
| Mantengo un registro de mis actividades y me apoyo de estos registros para tomar decisiones | 3.12 | 1.515 | |
| Confío en que puedo tener éxito en cualquier actividad que decida realizar | 4.66 | 0.598 | |

Conclusiones

Al analizar detenidamente los datos descriptivos, las competencias emprendedoras con las que las empresarias tuvieron respuestas más afines entre sí fueron Necesidad de Existir, Capacidad para Reponerse y Aprender y Espíritu Emprendedor. Por lo contrario, aquellas donde hubo un menor grado de acuerdo fueron la Capacidad para Trabajar con Otros, la Credibilidad, el Trabajo Arduo y Priorizar, lo cual indica que éstas pueden adolecer de habilidades para trabajar en ambientes cooperativos, así como considerar que no deben atarse al negocio debido a que en sus prioridades buscan más la libertad de horario que la realización de actividades relacionadas exclusivamente con el ejercicio empresarial, características necesarias según lo propuesto por Palacios (1999) para desarrollar el rol de emprendedor.

Si bien, hubo competencias con las que se identificaron en menor medida las participantes, es importante destacar que el desarrollo de estas capacidades responde a entornos colaborativos, como lo son la Capacidad de trabajar con otros, la Credibilidad y el Priorizar. Destacándose la influencia negativa que puede tener la labor en solitario de las mujeres en sus negocios, es decir que, el poseer un negocio donde solo intervenga el emprendedor y se limite la interacción con otros, no solo se impacta en los indicadores financieros del mismo, sino también, en el progreso como emprendedor y en las competencias que el empresario podría desarrollar, lo que en el caso de las mujeres, puede ser aún más notorio debido a las diversas limitaciones sistemáticas con las que pueda enfrentarse, coincidiendo con

lo identificado en los trabajos de Elizundia (2015) y Alario y Morales (2016), sobre las características de los negocios de mujeres, así como lo identificado por Calanchez et al., (2022), quienes también indican que el desarrollo de competencias determinará la capacidad de gestión de las empresarias en sus negocios.

También hay que retomar de los resultados el que no todas las participantes expresaron tener conocimiento sobre el entorno empresarial y tampoco llevan registros de sus actividades para apoyar su toma de decisiones, además de que, al reflexionar sobre los bajos índices de capacidad para trabajar con otros, se puede interpretar que la falta de competencias de trabajo en equipo es debido a que la gran mayoría no tiene empleados, como se ha señalado anteriormente. Lo que invita a destacar la importancia del fomento del espíritu de colaboración dentro del proceso de emprendimiento femenino, pues según Weeks y Seiler (2001), la afiliación y colaboración facilita que las mujeres ejecuten con seguridad su rol de empresarias.

Por medio de los resultados también se pudo vislumbrar una posible relación entre el desconocimiento del entorno empresarial como resultado de la nula vinculación de las empresarias con organismos formales que concentren al empresariado, tales como las cámaras comerciales. Ante lo cual, se refleja la necesidad de incluir activamente a las mujeres a organismos que fomenten el desarrollo del espíritu emprendedor, por lo que deben existir mayores esfuerzos para la creación de agrupaciones para empresarias que permitan mejorar sus oportunidades de crecimiento, pues tal como Kantis (2004), señala, las redes de colaboración entre empresarios permiten mejorar las capacidades emprendedoras. En este mismo sentido Weeks y Seiler (2001) mencionan que las mujeres que forman redes con sus pares se sienten identificadas y comprendidas y en consecuencia fortalecen sus negocios al percibirse asistidas en la labor empresarial por compañeras que las entiendan.

Dentro de los hallazgos que pueden considerarse como no esperados, éstos tienen relación con la competencia emprendedora Familia y Negocio, donde las empresarias dieron respuestas que derivaron en una postura polarizada sobre considerar que la familia debiera formar parte del negocio o no, así como sobre la idea de traspasarlo a sus hijos en un futuro, con lo cual se puede empezar a romper el paradigma propuesto por Kimmel (2000) sobre las razones principales que incentivan a las mujeres a iniciar un negocio, en el que se atribuye que el emprendimiento femenino se relaciona positivamente con las funciones de cuidado afines a la familia, como la procuración de trabajo para familiares o el ver al negocio como un legado; pues de acuerdo con la población estudiada, estas no son razones en común de las mujeres. Aquí hay que considerar que las participantes, en su gran mayoría, fueron mujeres jóvenes, solteras y sin hijos, ante lo que se podría apreciar que existe un cambio en cuanto a la prevalencia de los motivos para emprender en las mujeres según sus características demográficas.

Lo anterior también invita al desarrollo de estudios que contemplen la influencia de la familia en el comportamiento emprendedor, así como la influencia del origen de las empresarias, pues de acuerdo con Berdugo y Gámez (2015), las mujeres que provienen de hogares donde existen emprendimientos tienen mejores condiciones para continuar con sus negocios al contar con experiencia cercana o un modelo a seguir. Esto abre la posibilidad de que, por medio de metodologías más específicas, se puedan descubrir aquellas características que posean las mujeres que provienen de familias de emprendedores versus aquellas que están iniciando sin

esta experiencia en su entorno próximo, así como la visión que puedan tener sobre la perduración de su negocio a través de sus familiares.

Esta información puede también favorecer la integración y funcionamiento de la triple hélice, esto es, universidad, industria y Gobierno, con el fin de alcanzar el desarrollo económico de la región, fin en común de dichos actores, y donde la mujer, por medio de condiciones igualitarias, podría mejorar su participación a través de la generación y desarrollo de nuevos y mejores emprendimientos; sobre todo al considerar que hay una mayor participación de población joven emprendiendo, como puede apreciarse en parte de los resultados de este trabajo.

De igual manera, al profundizar en el comportamiento de las mujeres emprendedoras y empresarias, se pueden favorecer las posibilidades de cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, especialmente el ODS 5 sobre la igualdad de género, y contribuir en el desarrollo de los objetivos prioritarios del Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres (PROIGUALDAD), específicamente en sus ejes 1 y 5, propuestos por el Gobierno Federal para el cierre de brechas históricas de desigualdad (Instituto Nacional de las Mujeres [INMUJERES], 2020).

Finalmente, y conforme al contexto local tabasqueño, se debe recalcar que las participantes del estudio son mujeres solteras, jóvenes y cuentan con formación media superior o superior, así como no tener más dependientes económicos que ellas mismas o sus hijos; características que pueden diferir del resto de las 21,180 mujeres reportadas por el INEGI (2019) como propietarias de negocios en Tabasco. Por lo que a partir de los datos obtenidos y del alcance de este estudio, se propone el diseño de investigaciones que amplíen la comprensión del comportamiento empresarial de la mujer, con base en su entorno y sus particularidades; tanto para esta localidad, como para otras latitudes. Pues, aunque la teoría señale algunos rasgos sobre su participación en la economía, se requieren establecer líneas específicas de investigación en muestras más grandes y bajo la interacción de múltiples variables para obtener información que permita realizar diagnósticos con base en las necesidades reales de las mujeres, así como en políticas públicas que permitan su pleno desarrollo, reduciendo los prejuicios del rol emprendedor.

Referencias bibliográficas

- Alario, M. y Morales, E. (2016). Iniciativas de las mujeres: emprendimiento y oportunidades en el espacio rural de Castilla y León. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62 (3), 613-617. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.369>
- Alda-Varas, R.; Villardón-Gallego, L. y Elexpuru-Albizuri, I. (2012). Propuesta y validación de un perfil de competencias de la persona emprendedora. Implicaciones para la formación. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 10 (3), 1057-1080. <https://doi.org/10.25115/ejrep.v10i28.1549>
- Banco Mundial [BM] (2020). *Enterprise 2020 Surveys*. <https://espanol.enterprisesurveys.org>.
- Barroso, F.; Santos, R. y Patrón, R. (2014). Gestión del conocimiento, competencias emprendedoras y desempeño organizacional de micro y pequeños empresarios. Un estudio en el interior del estado de Yucatán. *Avances de investigación. Anáhuac Journal*, 11 (1), 9-34.

- https://revistas.anahuac.mx/the_anahuac_journal/issue/view/109/The%20An%C3%A1huac%20Journal%20PDF%20%281er%20Sem%202014%29
- Bear, J. (2019). The Caregiving Ambition Framework. *Academy of Management Review*, 44 (1), 99-125. <https://doi.org/10.5465/amr.2016.0424>
- Berdugo, E. y Gámez, J. (2015). Mujeres empresarias de Bogotá. *Revista CIFE*, 17 (26), 149-173. <https://doi.org/10.15332/s0124-3551.2015.0026.05>
- Calanchez, A.; Chávez, K.; Padrón, A. y Sulbaran, D. (2022). Competencias emprendedoras y espíritu empresarial en la nueva era feminista: Una revisión literaria. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 24 (3), 643-658. www.doi.org/10.36390/telos243.12
- Chant, S. y Pedwell, C. (2008). *Las mujeres, el género y la economía informal: evaluación de los estudios de la OIT y orientaciones sobre el trabajo futuro*. Oficina Internacional del Trabajo. <http://www.pensamientocritico.org/primer-epoca/sylcha1212.pdf>
- Coleman, S. (2007). The role of human and financial capital in the profitability and growth of women-owned small firms. *Journal of Small Business Management*, 45 (3), 303-319. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2007.00214.x>
- DeTienne, D. y Chandler, G. (2007). The role of gender in opportunity identification. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (3), 365-386. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00178.x>
- Díaz, I. y Ceyca, A. (2022). Empoderamiento e impacto del trabajo de cuidados en emprendedoras en Tijuana (México). *Economía Sociedad y Territorio*, 22 (70), 833-864. <https://doi.org/10.22136/est20221735>
- Elizundia, M. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y Administración*, 60, 4 68-485. [http://dx.doi.org/10.1016/S0186-1042\(15\)30010-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0186-1042(15)30010-3)
- Escobar-Pérez, J. y Cuervo-Martínez, Á. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Revista Avances en Medición*, 6 (1), 27-36. https://www.humanas.unal.edu.co/lab_psicometria/revista-avances-en-medicion/avances-en-medicion-no6
- Flores-Novelo, A.; Bojórquez, A. y Cuadrado, G. (2021). Driving and restraining forces of female latin american entrepreneurship. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 23 (3), 668-691. www.doi.org/10.36390/telos233.11
- Gobierno del Estado de Tabasco (2019). *Plan Estatal de Desarrollo de Tabasco 2019-2024*. <https://tabasco.gob.mx/plan-estatal-de-desarrollo-2019-2024>
- Guzmán, J. y Rodríguez, J. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global. *Revista de Economía Mundial*, 18, 381-392. <http://hdl.handle.net/11441/16461>
- Halim, D. (2020). *¿Se necesitan estadísticas sobre las mujeres emprendedoras?* <https://blogs.worldbank.org/es/datos/se-necesitan-estadisticas-sobre-las-mujeres-emprendedoras>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2019). Censos Económicos 2019, los hombres y las mujeres en las actividades económicas.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2021). Censos Económicos 2019, características de los establecimientos de propietarios y propietarias.

- Instituto Nacional de las Mujeres [INMUJERES] (2016). Diagnóstico sobre las causas que llevarían al fracaso (cierre) a las empresas fundadas por mujeres de la Ciudad de México.
- Instituto Nacional de las Mujeres [INMUJERES] (2020). Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, PROIGUALDAD 2020-2024.
- Jordán, J.; Serrano, B.; Pacheco, A. y Brito, L. (2016). Capacidad emprendedora desde la perspectiva de género. *Opción*, 32 (81). 238-261. <https://www.redalyc.org/journal/310/31048807012/html/>
- Kantis, H. (2004). Un enfoque sistémico de la creación de empresas. En Kantis, Hugo; Angelelli, Pablo y Moori, Virginia (editores). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Editorial BID. <https://publications.iadb.org/es/publicacion/16310/desarrollo-emprendedor-america-latina-y-la-experiencia-internacional>
- Kimmel, M. (2000). *The gendered society*. Oxford University Press.
- Landis, J. R. y Koch, G. (1977). The Measurement of Observer Agreement for Categorical Data. *Biometrics*, 33 (1), 159-174. <https://doi.org/10.2307/2529310>
- Langowitz, N. y Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (3), 341-364. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00177.x>
- Mandujano, J. (2017). Diseño y validación de un modelo de gestión de conocimiento para el mejoramiento del servicio al cliente de MyPEs del sector servicios en Villahermosa, Tabasco. [Tesis Doctoral]. Universidad Anáhuac Mayab.
- Martínez, F. y Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de "Competencias emprendedoras": Valor social e implicaciones educativas. *Revista Iberoamericana sobre calidad, eficacia y cambio en educación*, 7 (3), 82-98. <http://hdl.handle.net/10486/661237>
- Matharu, S. y Juneja, D. (2021). Factors Impacting Resilience of Women Entrepreneurs in India in the Face of COVID-19. *Vision*, 7 (8), 75-86. <https://doi.org/10.1177/09722629211043299>
- Menches, C. y Abraham, D. (2007). Women in construction – tapping the untapped resource to meet future demands. *Journal of Construction Engineering and Management*, 133 (9), 701-707. [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)0733-9364\(2007\)133:9\(701\)](https://doi.org/10.1061/(ASCE)0733-9364(2007)133:9(701))
- Mitchelmore, S. y Rowley, J. (2010) Entrepreneurial competences: A literature review and development. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16 (2), 92-111. <https://doi.org/10.1108/13552551011026995>
- Monteith, W. y Camfield, L. (2019). Business as family, family as business: Female entrepreneurship in Kampala, Uganda. *Geoforum*, 101. 111-121. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2019.03.003>
- Montoya, É. (2021). *Historias de mujeres empresarias*. Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Moral, J. (2006). Análisis factorial y su aplicación al desarrollo de escalas. En Landero, R y González, M (editores). *Estadística con SPSS y metodología de la investigación*. Editorial Trillas.
- ONU Mujeres (2019). *Avancemos por la igualdad*. <https://mexico.unwomen.org/es/noticias-y-eventos/articulos/2019/11/avancemos-por-la-igualdad>

- Ortiz, P. y Olaz, Á. (2018). Factores competenciales en el emprendimiento de la mujer. *Revista Española de Sociología*, 27 (3), 413-432. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2018.21>
- Oviedo, H. y Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34 (4), 572-580. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80634409>
- Palacios, L. (1999). *Sabiduría popular en la empresa venezolana*. Universidad Católica Andrés Bello.
- Paredes, S.; Castillo, M. y Saavedra, M. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, 10(23), 158-167. <https://dx.doi.org/10.14349/sumneg/2019.V10.N23.A8>
- Paz, Y. y Espinosa, M. (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>
- Reyes, L.; Pinillos, M. y Soriano, I. (2014). Diferencias de género en la orientación emprendedora. *Esic Market Economics and Business Journal*, 45 (3), 441-460. <https://doi.org/10.7200/esicm.149.0453.1e>
- Santander-Astorga, P.; Fernández-Robin, C. y Yáñez-Martínez, D. (2016). Motivaciones y condicionantes contextuales en el emprendimiento liderado por mujeres chilenas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXII (2), 63-77. <https://www.redalyc.org/journal/280/28049145006/>
- Santos, R. (2011). Competencias emprendedoras de jóvenes y oportunidades para su desarrollo laboral en su región. El caso de la zona maya denominada Camino Real de Campeche. Tesis doctoral no publicada.
- Sapleton, N. (2009). Women non-traditional entrepreneurs and social capital. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1 (3), 192-218. <https://doi.org/10.1108/17566260910990892>
- Sopó, G.; Salazar, M.; Guzmán, E. y Vera, L. (2017). Liderazgo como competencia emprendedora. *Revista Espacios*, 38 (24), 24. <http://www.revistaespacios.com/a17v38n24/17382424.html>
- Urbano, D. y Toledano, N. (2008). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Editorial UOC.
- Uribe, J. y Valenciano, J. (2011). Revisando el emprendedurismo. *Boletín Económico de ICE*, (3021), 3-62. <http://www.revistasice.com/index.php/BICE/article/view/5157/5157>
- Ventura, R. y Quero, M. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de Gestión*, 13 (1), 127-149. <https://doi.org/10.5295/cdg.v13i1.18991>
- Weeks, J. y Seiler, D. (2001). *Actividad empresarial de la mujer en América Latina. Una exploración del conocimiento actual*. BID.
- Zabludovsky, G. (2001). Las empresarias en México: una visión comparativa regional y global. En Barrera, D, *Empresarias y ejecutivas, mujeres con poder*. El Colegio de México. <https://doi.org/10.2307/j.ctvhn0d3f.4>