# Capítulo ~no\_capitulo~. Los obstáculos que tienen las estudiantes de la Universidad Autónoma de Chihuahua que dirigen una micro o pequeña empresa en Chihuahua, Chihuahua. México.

* María del Carmen Gutiérrez Diez
* Laura Cristina Piñón Howlet
* Alma Lilia Sapien Aguilar

## Resumen

La participación de la mujer en la esfera pública toma sin duda cada vez mayor relevancia, el ingreso a la educación superior y su participación en el ámbito laboral cada vez es más destacada, sin embargo, el camino sigue siendo difícil para la gran mayoría de ellas y lo es más aún cuando a la par llevan a cabo ambas actividades: son estudiantes universitarias y son directoras de una micro o pequeña empresa. Es por ello que la presente investigación ha sido desarrollada con el fin de conocer aquellos obstáculos a los que se enfrentan las mujeres universitarias al dirigir una micro o pequeña empresa. En este capítulo se presentan los resultados del estudio cualitativo llevado a cabo en Universidad Autónoma de Chihuahua, en Chihuahua, Chihuahua. México. Se lleva a cabo el análisis de resultados bajo el contexto de los estudios de género, resultados pertinentes para la toma de decisiones que beneficie a la equidad entre hombres y mujeres.

## Palabras clave

Mujeres directivas / Estudiantes Universitarias /Micro y Pequeñas empresas/ Obstáculos.

## Introducción

Para las mujeres estudiar una carrera universitaria y dirigir una micro o pequeña empresa les proporciona un doble acceso a la esfera pública, una esfera que les abre oportunidades permitiendo tener una participación activa fuera de su espacio privado, ganando espacios que les permiten aportar en la economía del país y de la región en la que se desarrollan.

En México el 51.2% de la población total son mujeres (Instituto Nacional de Geografía y Estadística [INEGI], 2020) y de acuerdo con el Instituto Mexicano de la Competitividad (2022) **4 de cada 10 mujeres** participan en la economía, mientras que **7 de cada 10 hombres lo hacen**. De estas mujeres que participan en las actividades económicas del país, se encuentran quienes dirigen a 1,472,000 micro y pequeñas empresas mexicanas[[1]](#footnote-1) De acuerdo, al análisis de datos proporcionados por el INEGI el 31.14% de la Micro y Pequeña Empresa[[2]](#footnote-2) es liderada por mujeres en México y por lo tanto de acuerdo con los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo-Nueva Edición [ENOEN] (2023) estas mujeres dieron empleo a 2.9 millones de personas (cifra que contempla a las propietarias mismas).

El porcentaje de mujeres que en México estudian nivel superior, es del 51% (INEGI, 2023), es importante señalar que a pesar que el porcentaje está por encima del total de hombres universitarios, al momento de ingresar al campo laboral, la cifra de mujeres se reduce, ésta situación deriva de una serie de factores que impiden que las mujeres puedan desarrollarse en el campo laboral, y se reduce aún más la cifra de aquéllas que se encuentran estudiando una carrera universitaria y al mismo tiempo dirigen una micro o pequeña empresa siendo dueñas o empleándose lo que conlleva enfrentar a estas estudiantes-directoras de mypes una serie de obstáculos que determina el contexto en el que se desenvuelven con sus actividades. Obstáculos que provienen tanto de su espacio privado, su espacio doméstico y del propio espacio público, lo que dificulta que se lleven de manera eficiente los resultados de su organización y/o su desempeño académico.

¿Cuáles son entonces estos obstáculos que impiden a estas universitarias de Universidad Autónoma de Chihuahua de Chihuahua, Chihuahua la correcta gestión de sus empresas?, de esta pregunta parte el análisis que en este capítulo se presenta y para el cual se llevó a cabo un estudio cualitativo aplicando un total de 30 a mujeres estudiantes universitarias que dirigen una micro o pequeña empresa, un estudio que es parte de una investigación con otras 30 universidades mexicanas en las cuales se aplicó a estudiantes universitarias la misma entrevista y se llevo a cabo el análisis de resultados bajo el mismo proceso, lo que permitirá tener una radiografía de este grupo importante de la sociedad, un grupo con una gran necesidad de visibilizar.

## Revisión de la Literatura

Este capítulo ha sido desarrollado en el contexto de la investigación cualitativa “Los obstáculos que tienen las estudiantes universitarias que dirigen una micro o pequeña empresa”, por lo que la argumentación teórica para el análisis de resultados se retomó del apartado general de “Revisión de la Literatura” de esta misma obra.

## Método

Esta investigación por la naturaleza del planteamiento de su objetivo fue abordada desde un enfoque cualitativo, toda vez que se busca conocer los obstáculos que tienes las estudiantes universitarias mexicanas en la dirección de su micro o pequeña empresa:

Del porqué de la selección del diseño de investigación cualitativa radica principalmente en las siguientes características:

1.- La investigación cualitativa permite al investigador estudiar a las personas en su contexto, en las situaciones en las que se encuentra (Álvarez-Gayou, 2007).

2.- En la perspectiva cualitativa existe una visión holística que “que evita que los sujetos y las acciones nos sean reducidos a variables, sino entendidas como partes de un todo” (Vega, 2004, p. 226).

3.- La perspectiva cualitativa y su carácter humanista, que permite al investigador un acercamiento íntimo al mundo de los sujetos investigados (Taylor y Bodgan, 1996).

En tanto, el marco referencial interpretativo utilizado para la presente investigación fue el análisis fenomenográfico (Álvarez-Gayou, 2007), dado que se busca conocer las formas en cómo experimentan y perciben las mujeres de este estudio el fenómeno de los obstáculos que se presentan en la gestión de sus organizaciones.

De igual forma, para la presente investigación se utilizaron elementos de lo que se conoce como diseño sistemático, en el cual se consideran ciertos pasos para el análisis de los datos obtenidos, a partir de los cuales se desarrolla una codificación y luego se efectúa la generación de categorizaciones (Hernández Sampieri et al., 2014, p. 473), estos elementos derivan a partir de lo que se conoce como teoría fundamentada donde la teoría va emergiendo de los hallazgos, fundamentada en los datos obtenidos durante la investigación, por lo tanto, su propósito general es descubrir una teoría (Álvarez-Gayou, 2007; Hernández Sampieri et al., 2014).

## Contexto o ambiente inicial

Tal como se mencionó en el capítulo de Método General, en el mes de mayo del 2022, las autoras de este capítulo recibimos capacitación por parte del Comité Académico de la Red Latinoamericana de Estudios de Género, para la determinación de la muestra así, aplicación del instrumento, captura de información y análisis de resultados.

Esta investigación se llevó a cabo en la Institución pública Universidad Autónoma de Chihuahua en Chihuahua, Chihuahua. México

Se aplicaron un total de 30 entrevistas a alumnas de la institución, las cuales se llevaron de manera presencial dentro de los cubículos de las docentes y en otros casos se solicitó que fuera vía la plataforma zoom o alguna similar, la elección de esta modalidad dependía de la disponibilidad de la entrevistada. En ambas modalidades las universitarias se encontraban en lugares de desarrollo de sus actividades cotidianas. El promedio de duración de cada entrevista fue de 15 a 20 minutos en promedio. Al finalizar la aplicación de las entrevistas se llevó a cabo el llenado de la bitácora con todos aquellos aspectos pertinentes para la interpretación de información. Todas las entrevistas fueron grabadas y colocadas en el espacio virtual que desarrolló RELEG para captura de información. Posteriormente se hizo de manera manual o apoyadas en software especializado la transcripción de las entrevistas. De igual manera se creo un directorio con los datos para de las universitarias con el fin de mantener el contacto con ellas para cualquier aclaración durante el análisis de los datos.

El levantamiento de datos se ejecutó en los meses de mayo y junio del año 2022.

## Muestra

Se contó con la participación de 30 estudiantes, universitarias, quienes fueron reclutadas por 3 docentes investigadoras (es) de la institución estudiada.

Las entrevistadas contactadas fueron alumnas, tutoradas, asesoras o conocidas de que contaban con las características solicitadas, no era necesario que dichas entrevistas hubiesen sido alumnas directas de las investigadoras.

La muestra para esta investigación es de tipo homogénea, donde las unidades que fueron seleccionadas “poseen un mismo perfil o características, o bien comparten datos similares” (Hernández Sampieri et al., 2014, p. 388), es por ello que los criterios de selección solicitados por RELEG fueron los siguientes:

1. Mujer estudiante universitaria o nivel académico equivalente.
2. Que se encuentre estudiando cualquier grado académico.
3. Que dirija o sea dueña de una micro o pequeña empresa, la cual cuente por lo menos con 1 año de operación.
4. Las estudiantes universitarias pertenecen a la misma institución.
5. Directora o dueña de una micro o pequeña empresa (Mype):
   1. Tal como se ha señalado se considera directora a la persona que toma la mayoría de las decisiones en la organización.
   2. Una Mype es una organización en la que se gestionan diversas clases de recursos, que tiene fines de lucro y en la que participan diversos actores como clientes, proveedores, que tenga al menos un empleado y 1 año de operación.

Alternativamente en la muestra también se encuentran estudiantes universitarias que dirigen o son dueñas de una organización que cuenta con todas las características, salvo el requisito de tener empleados, es decir, puede podían no tener empleados, pero: Se excluyeron particularmente las estudiantes en un esquema de autoempleo que implicaba la pérdida de la autonomía en la gestión de la organización, tales como: la venta por catálogo o esquemas piramidales.

## Características de las universitarias de Universidad Autónoma de Chihuahua

Muestra: 30 universitarias directivas de micro o pequeñas empresas.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Característica** | **Promedio** | **Característica** | **Porcentaje** |
| **Edad promedio** | 28.10 | **Estado Civil** |  |
|  |  | Casada | 13.33% |
|  |  | Soltera | 76.66% |
|  |  | Divorciada | 3.33% |
|  |  | Concubinato | 6.66% |
| **Característica** | **Porcentaje** | **Característica** | **Porcentaje** |
| **Hijos (as)** |  | **Grado académico** |  |
| **Tiene hijos (as)** | 30% | **TSU** | 0% |
| **No tiene hijos (as)** | 70% | **Licenciatura** | 60% |
|  |  | **Maestría** | 30% |
|  |  | **Doctorado** | 10% |

Conforme a los datos obtenidos a través del instrumento se identificaron características de las Mypes dirigidas o propiedad de las universitarias de Universidad Autónoma de Chihuahua. La modalidad en la que trabajan estas empresas es: 46.66% de manera física, 10% de manera virtual y 43.33% de manera mixta.

Las Mypes que dirigen estas estudiantes tienen en promedio 2.83 personas que trabajan permanentemente en estas organizaciones, de las cuales en promedio 1.96 son mujeres y 0.86 de ellos son familiares contratadas (os).

## Instrumento y recolección de datos

La técnica que se utilizó para esta investigación cualitativa fue la entrevista y cuyo diseño de cuestionario fue proporcionado a todos los equipos participantes de esta investigación a nivel nacional por el Comité Académico de RELEG.

La entrevista está estructurada por 5 bloques. El primero que aborda los Datos Generales de la aplicación de la entrevista los cuales apoyarán para la confiabilidad de la información, así como la validez y seguimiento si es necesario. El segundo bloque que aborda “Las características sociodemográficas de la universitaria dueña o administradora de la Mype”, tercer bloque contempla los datos de la institución donde estudia la directiva y el cuarto sobre los datos de la Mype. La entrevista contempla 24 preguntas y fue diseñada para ser contestada por la directora de la empresa (persona que toma la mayor parte de las decisiones de la organización), y para ser aplicada por cualquiera de las y los integrantes del equipo de investigación, por lo que se pudo dividir el número total de entrevistas a aplicar. Cada entrevistadora o entrevistador conocía el protocolo de aplicación y llevó a cabo en totalidad el proceso de la entrevista hasta la captura, así como lo necesario para darle seguimiento a las siguientes fases del proceso de investigación.

El equipo de investigación también pudo apoyarse con algún equipo de alumnas para la realización de la entrevista, sin embargo, éstas debían tener una capacitación previa para tal aplicación.

Finalmente se capturó la información obtenida en las entrevistas en la Plataforma para Estudios Cualitativos Redesla *Comprende*™, en el apartado creado para el estudio de Universidad Autónoma de Chihuahua

La primera fase consistió en que se tuvieron que transcribir las entrevistas del dispositivo móvil o de lo guardado a partir de la plataforma de telecomunicación (si es que fue utilizado) en el que se grabaron las sesiones de la entrevista a la plataforma *Comprende*™ donde fueron archivadas, así como el apartado de la bitácora con todos los aspectos necesarios para el análisis de texto y contexto.

Posteriormente se realizó un análisis para determinar las categorías encontradas, de acuerdo a la categorización que el Comité Académico de RELEG realizó con los resultados de la investigación nacional donde emergieron 21 categorías y las cuales se describen en el capítulo de “Resultados Generales de la Investigación” y cuya relación se nos envió con sus respectivas descripciones; partir de ello se identificó en las transcripciones de las entrevistas que realizamos, las frases o textos que argumentaban las informantes para darle significado de acuerdo al contexto. La plataforma *Comprende*™ permitió señalar y categorizar cada categoría emergida, cabe aclarar que el orden de estas categorías fue de acuerdo a cómo según iban emergiendo. A cada categoría, dentro de la plataforma se le iba asignando un color. Es así como cuando se iba analizando cada respuesta, si brotaba una nueva categoría que no viniera en la relación enviada por RELEG, entonces se definía y se enviaba a la coordinación general de la red con el objetivo de la autorización y que fuese integrada para los resultados a nivel nacional. Teniendo las 5 categorías con mayor saturación para el caso de la Universidad Autónoma de Chihuahua, se fueron presentando las categorías que definen los obstáculos hallados, cuyo análisis se detalla en el apartado de resultados de este capítulo.

## Resultados

En este apartado se presenta el análisis de resultados de la investigación cualitativa realizada a 30 estudiantes universitarias de Universidad Autónoma de Chihuahua en Chihuahua, Chihuahua. México.

Las unidades de análisis son los párrafos que conforman las respuestas a las preguntas eje de este trabajo. A partir del análisis a estas unidades surgieron los códigos en vivo que dieron origen a las categorías (Hernández Sampieri et al., 2014).

Las categorías que emergieron en esta institución de educación superior y que describen los obstáculos de las mujeres universitarias que dirigen una Mype son: la doble jornada (empresarial-formación académica), competencia, falta de experiencia, desventajas de clases presenciales, desventajas de clases a distancia, factores económicos, carencia de habilidades o manejo de herramientas tecnológicas, gestión del recurso humano, la triple jornada, la doble jornada (doméstica-empresarial, identidad de género, violencia social, el nivel educativo, eventos extraordinarios o imprevisto, distancia y transporte y la edad.

Para fines de este capítulo, se determinó analizar las 5 categorías más importantes que describen los obstáculos que presentan las mujeres universitarias de Universidad Autónoma de Chihuahua, que dirigen o son dueñas de una micro o pequeña empresa. La importancia fue determinada a partir del orden y constancia con la que fueron emergiendo a lo largo del proceso de análisis de las entrevistas.

Las categorías y su análisis se presentan a continuación:

**CATEGORÍA 2: La doble jornada (empresarial-formación académica).**

Descripción de la categoría:

Son las diferentes actividades que tienen que llevar a cabo las universitarias dueñas de empresa: labores del trabajo en la empresa y las labores propias de su formación académica universitaria. Actividades que se pueden resumir en un doble turno laboral por el número de horas que dedican a cada una de ellas y que finalmente tienen un impacto en el cansancio físico y emocional de estas mujeres. La doble jornada empresarial-formación académica, entonces se percibe como un fenómeno factor de obstáculo por la cantidad de tiempo y esfuerzo que tiene que ser dividido en dos tipos de labores: las labores propias de la actividad de la dirección de una empresa y las propias de las actividades de formación académica universitaria y que por lo tanto complican la labor diaria de las mujeres universitarias en el logro de sus objetivos tanto académicos como empresariales.

*"Se podría decir que ser estudiante, porque aquí no estoy a lo que yo diga, estoy a lo que la escuela me dice y a la hora que me dice... Y lo que es mi negocio es como de... esto sí se puede posponer."*

Entrevista 66. Estudiante universitaria de 21 años, soltera, de licenciatura, institución pública.

*"me encargo de todo en el negocio... Sin embargo la escuela me ha ayudado a lograr posicionar el negocio, pero también es muy demandante con tareas, trabajos, exámenes, etc."*

Entrevista 82. Estudiante universitaria de 22 años, soltera, de licenciatura, institución pública.

**Análisis**

Las afirmaciones corresponden a estudiantes de licenciatura de los últimos semestres, quienes han iniciado su negocio. La dificultad para equilibrar sus obligaciones respecto a la doble jornada, esforzándose por cumplir con ambos aspectos, a pesar de las limitantes y exigencias enfrentadas. Percibiendo mayor flexibilidad en la parte empresarial.

**CATEGORÍA 5: Falta de experiencia.**

Descripción de la categoría:

La percepción por parte de las mujeres universitarias de la falta de conocimiento, la carencia de algunas habilidades o carencia de práctica respecto a las actividades propias de la dirección de su micro o pequeña empresa

*"ha sido difícil emprender porque ahí tienes que convencer a los clientes que te compren, que eres comprometido y que eres responsable..."*

Entrevista 93. Estudiante universitaria de 24 años, concubinato, de licenciatura, institución pública.

*"La búsqueda de proveedores de calidad y con buenos precios ha sido un reto para mí ya que a veces me prometen algo y al momento de entregar la mercancía es de todo lo contrario a lo que me decían y terminó perdiendo el dinero que invertí y el tiempo."*

Entrevista 70. Estudiante universitaria de 22 años, soltera, de licenciatura, institución pública.

**Análisis**

La mayoría son estudiantes del área económico-administrativa, con la misma licenciatura, algunas con hijos, pero todas enfrentaron su inexperiencia en diferentes situaciones particularmente administrativas. La comunicación, atención al cliente y trato con proveedores son fundamentales para lograr éxito en cualquier emprendimiento.

**CATEGORÍA 10: Factores económicos.**

Descripción de la categoría:

Son todas aquellas dificultades estructurales que no permiten a las mujeres universitarias el acceso a diversos tipos de créditos, así como la falta de recursos económicos, derivados de los problemas propios de la economía del país, que impacta en el poder adquisitivo tanto de la mujer universitaria para la mejora de su negocio o la percepción de un deficiente poder adquisitivo por parte de los consumidores (as) de la empresa en cuestión.

*"Mantener el dinero... administrar todo para invertir, gastos, casa, comida, escuela."*

Entrevista 72. Estudiante universitaria de 23 años, soltera, de maestría, institución pública.

*"Establecer precios de acuerdo al mercado... a veces se pierde al cliente por $5-$10."*

Entrevista 76. Estudiante universitaria de 31 años, casada, de maestría, institución pública.

**Análisis**

Las afirmaciones corresponden a estudiantes de posgrado dentro del área económico administrativa, tanto solteras como casadas, con hijos. Se desea invertir dinero en el negocio para crecer y competir, pero el crédito es escaso y caro. Adicionalmente, el poder adquisitivo de los clientes disminuye, buscando precios bajos o pagos en abonos.

**CATEGORÍA 12: Carencia de habilidades o manejo de herramientas tecnológicas.**

Descripción de la categoría:

La falta de habilidades tecnológicas, el manejo de la tecnología tanto en el ámbito empresarial como el ámbito de su formación académica para el logro de objetivos.

*"Creo que las presiones y de hecho ahora que utilizamos mucho la la computadora me abrumaba mucho yo como que me bloqueaba a veces, así de tanto ver los documentos"*

Entrevista 91. Estudiante universitaria de 22 años, soltera, de licenciatura, institución pública.

*"... El aprender a utilizar nuevas herramientas tecnológicas."*

Entrevista 55. Estudiante universitaria de 23 años, soltera, de licenciatura, institución pública.

**Análisis**

La revolución causada por la pandemia en todos los sectores obligó a que el uso de herramientas tecnológicas fuera indispensable. Desafío que para algunas entrevistadas fue mayor que para otras. Como empresarias, consideran que les genera conflicto el uso de las redes sociales y descuidarlas impacta en las ventas, careciendo de capacitación.

**CATEGORÍA 3: La triple jornada.**

Descripción de la categoría:

Entendida como el conjunto de diferentes actividades que tienen que llevar a cabo las universitarias, actividades divididas en tres jornadas: las actividades propias de la empresa, las actividades propias del hogar y las actividades propias de su formación académica. Tienen un impacto en el cansancio físico y emocional de estas mujeres. La triple jornada se percibe como un fenómeno que es un obstáculo por la cantidad de tiempo y esfuerzo que tiene que ser dividido en tres labores y que por lo tanto complican el desempeño eficiente de las mujeres universitarias en el logro de los objetivos académicos como empresariales.

*"Mi trabajo en la empresa.... también trabajó... en el hogar o sea es un obstáculo también que tengo, sobre todo la falta de tiempo para entregar tareas, trabajos y proyectos"*

Entrevista 70. Estudiante universitaria de 22 años, soltera, de licenciatura, institución pública.

*"Obstáculos académicos la disponibilidad del tiempo ya que toda la semana tengo que organizar mi hogar, tengo que atender la joyería, tengo muchas cosas y eso me ha incurrido también a hacer un poco impuntual en la escuela..."*

Entrevista 52. Estudiante universitaria de 24 años, soltera, de licenciatura, institución pública.

**Análisis**

La mayoría de las mujeres trabajan en su empresa en modalidad mixta, buscando mayor flexibilidad de horario, debido a sus múltiples roles. Se destaca el estrés generado precisamente por esta diversidad de responsabilidades, que a su vez limitan el crecimiento del negocio. La tecnología les ha permitido combinar mejor las actividades.

## Discusión

Pendiente de redactar por el grupo de investigación.

## Referencias

Ahl, H. (2006). Why Research on women entrepreneurs needs new directions. entrepeneurship: Theory y practice, 30(5), 595-621

Ahl, H. J. (2002). The making of the female entrepreneur: A discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship. Jönköping, Suecia: Parajett AB

Aldrich, H. (1989). Women on the verge of a break-through: Networking among entrepreneurs in the United States and Italy. Entrepreneurship and Regional Development, 1(4), 339-356.

Alimo-Metcalfe, B. (1995). Investigation of female and male constructs of leadership and empowerment. Women in Management Review, 10(1), 3-8.

Amorós, C. (2008). Espacio público, espacio privado y definiciones ideológicas de “lo masculino” y ' lo femenino '. Feminismo y Filosofía, 6, 2-21.

Amorós, J. E., Guerra, M., Pizarro, O., y Poblete, C. (2006). Mujeres y actividad emprendedora en Chile. Santiago de Chile, Chile: Global Entrepreneurship Monitor

Anker, R. (1997). La segregación profesional entre hombres y mujeres. Repaso de las teorías. Revista Internacional Del Trabajo , 116(3), 343-370.

Aranda, J. J., Oreza, W., Solorzano, M., y Madero, J. (2015). Criterios de conceptualización de la empresa familiar. 3c Empresa, 4(3), 185-199. http://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2015.040323.185-199

Ayman, R., y Korabik, K. (2010). Leadership: Why gender and culture matter. Psychologist, 65(3), 157-170.

Azcárate, T. (2006). Propios. Nueva sociedad, 135, 78-91.

Barbieri, M. T. De. (2007). Los ámbitos de acción de las mujeres. Revista mexicana de sociología, 53(1), 203-224.

Baum, J. (2004). The Relationship of entrepreneurial traits, skill and motivation to subsequent venture growth. Journal of Apllied Psychology, 89(4).

Baum, J., Locke, E., y Smith, K. (2001). A multidimensional model of venture growth. Academy of management review, 44(2), 292-303.

Berg, N. . (1997). Gender, place and entrepreneurship. Entrepreneurship and regional development, 9(3).

Bermúdez-Carrillo, L. (2014). Características de las pymes de Guanacaste. Revista de las sedes regionales, XV, 1-17.

Bonder, G. (2003). Construyendo el protagonismo de las mujeres en la sociedad del conocimiento : Estrategias educativas y de formación de redes (mujer, ciencia y tecnología en América). Bilbao, España: UNESCO.

Booth, S., Darke, J., y Yeandle, S. (1998). La vida de las mujeres en las ciudades. La ciudad, un espacio para el cambio. Madrid, España: Narcea.

Brush, C. G., Carter, N., Gatewood, E., Greene, P., y Hart, M. (2004). Clearing the hurdles: Women building high-growth businesses. Upper Saddle River, EEUU: Pretince Hall.

Carter, N., y Allen, K. (1997). Size determinants of women-owned business: choice or barriers to resources? Entrepreneurship and regional development, 9, 211-222.

Cheung, F., y Halpern, D. (2010). Women at the top. Powerful leaders define success as work + family in a culture of gender. American psychologist, 65(3), 182-193.

Citro, S. (2009). Cuerpos significantes: travesías de una etnografía dialéctica. Reseñas, 17(1), 208-210.

Cornet, A., y Constatinidis, C. (2004). Entreprendre au féminin: Une réalité multiple et des attentes différenciées. Revue Francaise de Gestion, 30(1), 191-205.

Delic, S. (2006). Income determinants and factors affecting the choice of self-employed canadians to invest in RRSPS and health-related benefits: an empirical analysis and policy reflection. University of Canada

Delmar, F., y Shane, S. (2003). Does planning facilitate product development in new ventures? Strategic Management Journal, 24(12), 1165-1185.

Eaglye, A. (2005). Achieving relational authenticity in leadership: Does gender matter? The Leadership Quarterly, 16, 459-474.

Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (28 de agosto de 2023). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), población de 15 años y más de edad. INEGI.

Escapa, R., y Martínez, L. (2010). Estrategias de liderazgo para mujeres directivas (Departamen). Barcelona, España: Departament de Treball.

Espinar, E., y Ríos, J. (2002). Producción del espacio y desigualdades de género. Alicante, España: Espagrafic

Fagenson, E., y Marcus, E. (1991). Perceptions of sex-role stereotypic characteristics of entrepreneurs: women's evaluations. Entrepeneurship: Theory y Practice, Summer, 33-47.

Fernández, J. (1998). Género y sociedad. Madrid, España: Pirámide.

Flores, C. (2002). Potencial social de las mujeres microempresarias. Cuadernos de Trabajo Social, 15, 83-92.

Forbes (27 de junio de 2023). Mujeres encabezan 1.6 millones de mipymes en México; lanzan plan para que exporten. FORBES. https://www.forbes.com.mx/mujeres-encabezan-1-6-millones-de-mipymes-en-mexico-lanzan-plan-para-que-exporten/

Frutos, L., y Titos, S. (2011). Formación y trabajo autónomo desde la perspectiva de género. X Jornadas de la Asociación de la Economía de la Educación (pp. 309-320). Servicio de Publicaciones.

Gamber, W. (1998). A gendered enterprise: Placing nineteenth-century businesswomen in history. Business Hisotry Review, 72(2), 188-218.

García, B., Blanco, M., y Pacheco, E. (1998). Género y trabajo extradoméstico.

Gascón, M. I. (2012). Las Mujeres entre la intimidad doméstica y espacio público : libros de cuentas femeninos y ordenanzas municipales. Revista de Historia Moderna, 30, 283-300.

Grant, J. (1989). “Women as managers: What can they offer to organizations.” Organizational Dynamics, 56-63.

Guerrero, L., Gómez, E., y Armenteros, M. del C. (2014). Mujeres emprendedoras: Similitudes y diferencias entre las ciudades de torreón y saltillo, coahuila. Revista Internacional Administracion y Finanzas, 7(5), 77-91.

Harmon, S. (1997). Do gender differences necessitate separate career development theories and measures? Journal of Career Assessment, 5(4), 463-470.

Heras, I., Encinas, L., y Ochoa, I. (2006). Participación de la mujer en el ejercicio del poder y la toma de decisiones dentro de los actuales escenarios laborales. Vértice Universitario, 31, 1-9.

Hisrich, R., y Brush, C. G. (1986). The woman entrepreneur: Starting, financing and managing a successful new business. Lexington: Lexington Books.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2022). Estadística a propósito del días Internacional de la Mujer (8 de marzo). https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP\_Mujer22.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2023). Matrícula escolar por entidad federativa según nivel educativo, ciclos escolares seleccionados de 2000/2001 a 2022/2023. INEGI.

Langowitz, N., y Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. Theory and Practice, 31(3), 341-364.

Lee, F. C., Newton, K., Sharma, B., Gadenne, D., Stevenson, L., Amboise, G. D., Pleitner, H. J. (2001). Innovation of SMEs in the knowledge-based economy quality management strategies and performance : An empirical investigation sources in location decisions problems, motivations. Journal of Small Business y Entrepreneurship, 15(4).

Lamas, M. (1995). La perspectiva de género. Revista de educación y cultura de La Sección 47 Del SNTE, (8), 14-20.

Mavin, S. (2001). Women's career in theory and practice: Time for change? Women in Management Review, 16(4), 183-192.

Medrano, M. C. (2012). Cazando a la cazadora : Cuestiones sobre la posición de la mujer toba en los ámbitos políticos y públicos, domésticos y privados. Bulletin de I'Institu Francais d' Etudes Andines, 41(1), 123-146.

Murillo, S. (1997). El mito de la vida privada: De la entrega al tiempo propio. Madrid, España: Siglo XXI de España Editores.

Ochman, M. (2006). En busca de una nueva sociedad. Los aportes de la teoría feminista a la reformulación del mundo moderno. Desafíos, (15), 371-387.

Organización Internacional del Trabajo. (2014). La mujer en la gestión empresarial.

Posada, R., Aguilar, O., y Peña, N. (2015). Análisis Sistémico de la micro y pequeña empresa. Ciudad de México: Pearson.

Powell, G., y Butterfield, D. (1994). Investigating the “glass ceiling” phenomenon: An empirical study of actual promotions to top management. Academy of Management Journal, 37, 68-86.

Riger, S. (2002). Debates epistemológicos. Voces del feminismo. American Psychologist, 47.

Rigg, C., y Sparrow, J. (1994). Gender, diversity and working styles. Women in Management Review, 18(3), 9-16.

Rosa, P., y Hamilton, D. (1994). The Impact of Gender on Small Business Management: Preliminary Findings of a British Study. Internacional Small Business Journal, 12, 25-32.

Robles, L. (2009). Balance y perspectivas del campo mexicano : In P. Sesia y V.

Shane, S. (2003). A general theory of enttrepreneurship- The Individual oportunity nexus. New York, Nueva York, EE.UU.: Edward Elgar Editores.

Shane, S., y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of Management Review, 25, 217-226.

Shelton, L. M. (2006). Female entrepreneurs, work-family conflict, and venture performance: New insights into the work-family interface. Journal of Small Business y Entrepreneurship, 44(2).

Suárez, M. (2008). Barreras en el desarrollo profesional femenino. Reop, 19(1), 61-72.

Swanson, J., y Tokan, D. (1991). A college students perceptions of barriers to career development. Journal of Vocational Behavior, 38, 92-106.

Taylor, S., y Bodgan, R. (1996). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Barcelona, España:Paidós Educador.

Varela, H. (2012). Iguales , pero no tanto. El acceso limitado de las mujeres a la esfera pública en México. CONfines de Relaciones Internacionales Y Ciencia Política, VIII, 39-67.

Vázquez, V., Cárcamo, N., y Martínez, N. (2012). Entre el cargo, la maternidad y la doble jornada. Presidentas municipales de Oaxaca. Perfiles Latinoamericanos, (39), 31-57.

Vega, A. (2004). La decisión de voto de las amas de casa mexicanas y las noticias electorales. Universidad Autónoma de Barcelona.

Vega, A. (2007). Por la visibilidad de las amas de casa: Rompiendo la invisibilidad del trabajo doméstico. Política y Cultura, (28), 173-193.

Vega, A. (2014). Igualdad de género, poder y comunicación: Las mujeres en la propiedad, dirección y puestos de toma de decisión. La Ventana, 40, 186-213.

Verheul, I., Van Stel, A., y Thurik, R. (2006). Explaining female and male entrepreneurship at the country level.

Watson, J. (2002). Comparing the performance of male and female-controlled businesses: Re- lating outputs to inputs. Entrepeneurship: Theory y Practice, Primavera, 91-100

Welsh, D., y Dragusin, M. (2006). Women-entrepreneurs: A dynamic force of small business sector. Amfiteatru Economic, 20, 60-68.

Wiklund, J., Davidsson, P., and Delmar, F. (2003). What Do They Think and Feel about Growth? An Expectancy-Value Approach to Small Business Managers Attitudes Toward Growth1. Entrepreneurship theory and practice, 27(3), 247-270.

Zabludovsky, G. (1998). Las mujeres empresarias en México (1st ed.). Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.

1. Cifra obtenida a partir del análisis de datos proporcionados por INEGI (2020) y Secretaría de Economía [SE] (citado en Forbes, 2023), al considerar el número total de unidades económicas y a partir de ello determinar la proporción de únicamente el porcentaje de Micro y Pequeñas Empresas, para posteriormente considerar el porcentaje que correspondería para las unidades económicas propiedad de mujeres. [↑](#footnote-ref-1)
2. Porcentaje obtenido a partir del análisis de datos proporcionados por INEGI (2020) y SE (citado en Forbes, 2023), de acuerdo a la cifra obtenida en cuanto al número de micro y pequeñas empresas lidereadas por mujeres. [↑](#footnote-ref-2)