

## Artículo de investigación

# Factores socioculturales y emprendimiento femenino en Saltillo (Coahuila) y Oaxaca de Juárez (Oaxaca), México 2019-2020

Silvia Patricia Paredes Hernández<sup>1\*</sup>, Maricela Castillo Leal<sup>2</sup>, María Luisa Saavedra García<sup>3</sup> y César Julio Martínez Castro<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Doctora en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico. Profesora-investigadora de la Universidad del Papaloapan, Campus Tuxtepec, Oaxaca, México (autor de correspondencia). Correo electrónico: [pparedesh@hotmail.com](mailto:pparedesh@hotmail.com)

<sup>2</sup>Doctora en Ciencias en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional. Profesora-investigadora de la de División de Estudios de Posgrado e Investigación. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Oaxaca, Oaxaca, México. Correo electrónico: [cleal@itoaxaca.edu.mx](mailto:cleal@itoaxaca.edu.mx)

<sup>3</sup>Doctora en Administración. Profesora-investigadora de la Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, México. Correo electrónico: [lsaavedra@fca.unam.mx](mailto:lsaavedra@fca.unam.mx)

<sup>4</sup>Doctor en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico. Profesor-investigador de la Universidad del Papaloapan Campus Loma Bonita, México. Correo electrónico: [cmartinez@unpa.edu.mx](mailto:cmartinez@unpa.edu.mx)

### INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Recibido el 01 de diciembre de 2022

Aceptado el 31 de enero 2023

Online: 10 de febrero de 2023

Códigos JEL:

JEL, B54, J16, J23, L26.

Palabras clave:

Emprendimiento,  
mujeres,  
factores motivantes,  
obstáculos,  
contexto sociocultural.

### RESUMEN

**Introducción/objetivo:** el emprendimiento femenino es un proceso de suma importancia en la medida en que contribuye a la generación de empleos y el desarrollo económico de los países. Por ello, es necesario indagar cuáles son los factores que motivan a las mujeres a iniciar negocios. El objetivo de este estudio fue describir los factores socioculturales y su importancia como impulsores de este tipo de emprendimiento, así como la existencia de posibles diferencias en cuanto a estos factores entre mujeres empresarias de las ciudades de Saltillo, Coahuila y Oaxaca de Juárez, Oaxaca, México, durante la pandemia de Covid-19.

**Metodología:** con ese fin, se analizaron ocho factores socioculturales impulsores del emprendimiento femenino. Se aplicó un cuestionario a 74 empresarias de Saltillo y 72 de Oaxaca de Juárez. Se usó estadística descriptiva para determinar los factores con mayor importancia como impulsores del emprendimiento. Para determinar diferencias de los factores de emprendimiento entre ciudades se emplearon los análisis de Chi cuadrada y de U de Mann-Whitney.

**Resultados:** el apoyo familiar fue el mayor determinante para el emprendimiento de las mujeres de ambas ciudades. Existen evidencia de diferencias ( $p < 0.05$ ) entre los factores socioculturales que motivaron el emprendimiento de negocios de las empresarias de ambas ciudades en cuanto a antecedentes familiares, igualdad de género, dependientes económicos, reconocimiento de la sociedad y apoyo externo.

**Conclusiones:** las mujeres pueden tener motivos similares que las impulsan a iniciar un negocio; algunos influyen de manera diferente de acuerdo con el contexto económico, sociocultural al que ellas pertenezcan.

## Sociocultural factors and female entrepreneurship in Saltillo (Coahuila) and Oaxaca de Juárez (Oaxaca), México 2019-2020

### ABSTRACT

#### Keywords:

Entrepreneurship, women, motivating factors, obstacles, sociocultural context.

**Introduction/Objective:** Female entrepreneurship is of utmost importance as it contributes to the generation of jobs and to the economic development of countries. Therefore, it is necessary to investigate what are the factors that motivate women to start businesses. The objective of this study was to describe the sociocultural factors and their importance as drivers of female entrepreneurship, as well as the existence of possible differences in these factors among women entrepreneurs in the cities of Saltillo, Coahuila, and Oaxaca de Juárez, Oaxaca, Mexico, during the global pandemic period by Covid-19.

**Methodology:** Eight sociocultural drivers of female entrepreneurship were analyzed. A questionnaire was administered to 74 female entrepreneurs in Saltillo and 72 in Oaxaca de Juárez. Descriptive statistics were used to determine the most important factors as drivers of entrepreneurship. Chi-square and Mann-Whitney U analyses were used to determine possible differences in entrepreneurship factors between the two cities.

**Results:** Family support was the major determinant of entrepreneurship among women in both cities. There is evidence of differences ( $p < 0.05$ ) between the sociocultural factors that motivated business entrepreneurship of women entrepreneurs in both cities in terms of family background, gender equality, economic dependents, societal recognition, and external support.

**Conclusions:** Women may have similar motives that drive them to start a business, but there may also be some that influence them differently according to the economic, sociocultural context to which they belong.

## Introducción

El emprendimiento femenino contribuye a lograr objetivos de crecimiento, desarrollo e innovación, para afrontar problemas económicos y sociales de las naciones, como la falta de empleo y la inequitativa distribución de ingresos (Orihuela-Ríos, 2022; Rubio & Esteban, 2016). Además impulsa el desarrollo personal y profesional de las mujeres, al mejorar la calidad de vida propia y la de sus familias. Contribuye también a superar estereotipos y paradigmas del rol *tradicional* en la sociedad, en la búsqueda de igualdad e independencia económica (Arteaga & Valencia, 2022; Barros-Elizalde et al., 2022; Bunay & Ordóñez, 2022; Miranda-Sánchez et al., 2023).

En México, el 36.6% de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) es propiedad de mujeres y genera el 24.7% de los empleos a nivel nacional. La mayoría de estos emprendimientos está constituida por micronegocios (99.5%), que tienen menos de dos empleados (84.5%), y se encuentran en el sector informal (78.4%). Este tipo de empresa suele contratar a sus similares como empleadas. Asimismo, solo trece de cada cien emprendimientos femeninos han tenido acceso a un crédito o financiamiento (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [Inegi], 2021).

Dada la importancia del emprendimiento femenino, los estudios se han incrementado considerablemente en la última década (Mayorga-Meléndez et al., 2020). Destacan los relacionados con los factores que lo motivan o impulsan. Esto se debe a que las mujeres han encontrado en el

emprendimiento una manera de autoemplearse que se adapta a sus necesidades (Instituto Mexicano para la Competitividad [Imco], 2023).

Se considera que son múltiples los factores que influyen en la decisión de las mujeres para emprender un negocio. Sin embargo, no actúan de manera aislada, sino que se relacionan y pueden afectar de manera positiva o negativa el desarrollo de los emprendimientos (Arteaga & Valencia, 2022). Un ejemplo de esto es que las mujeres deciden emprender en negocios donde se requieren bajos niveles de inversión, pequeños, y con escasos ingresos. Ello les impide acceder a crédito financiero (Arteaga & Valencia, 2022; Barros-Elizalde et al., 2022). O bien, el hecho de que los hijos sean un motivo impulsor de emprendimiento, de la supervivencia y crecimiento del negocio.

Entre los factores que condicionan el emprendimiento femenino, están los referentes al contexto sociocultural de los territorios donde se ubican las emprendedoras, con recursos y oportunidades que pueden aprovechar (Bunay & Ordóñez, 2022). Moreno y Espíritu (2010) mencionan que las condiciones sociales en las que las personas se desenvuelven pueden motivar o impedir los emprendimientos, mientras que la cultura patriarcal y el contexto espacial marcan diferencias en el tipo de empresas y el sector en que se desenvuelven (García & Fernández, 2016).

Por su parte, Sabater (2018) menciona que el papel asignado social y culturalmente a las mujeres, como el cuidado de los hijos, puede contribuir al emprendimiento por necesidad, más que por oportunidad. Esto, debido a que ellas deberán conciliar las actividades empresariales con las del

hogar, por lo que se orientarán a emprender con bajo nivel de ingresos y tecnología, pero que les permita participar en la supervivencia de la familia (Martín-Gutiérrez et al., 2021; Valerio-Nolasco et al., 2023).

Diversos factores socioculturales se han analizado como determinantes del emprendimiento femenino, entre ellos, el contar con antecedentes familiares de emprendimiento. Sobre esto, en un estudio realizado en Ciudad de México, se reportó que el 15.4% de una muestra de 272 mujeres empresarias señaló que la herencia familiar fue una de las cinco principales razones que motivaron el emprendimiento (Camarena-Adame et al., 2017). En Ecatepec, estado de México, el 7% de una muestra de 384 empresarias refirió que, entre los principales motivos impulsores para iniciarse como empresaria, estuvo el continuar con la empresa familiar (Olvera, 2016). En la zona noroeste de la ciudad de Mérida, Yucatán, México, de 285 empresarias, el 8.1% mencionó que el motivo principal fue el continuar con la empresa familiar (García-Casillas et al., 2021).

Otro factor sociocultural importante incluido en los estudios sobre emprendimiento femenino ha sido la búsqueda de igualdad de género en el sector empresarial. Esto puede ser resultado del papel de género y la apreciación de la mujer en la sociedad, donde es posible que existan espacios geográficos con pensamiento tradicionalista-machista que impide a las mujeres tomar decisiones libres o, por el contrario, sociedades modernas donde la mujer se considera en igualdad de capacidades y derechos que los hombres, al momento de emprender (Arteaga & Valencia, 2022).

También se ha abordado el factor sociocultural de tener hijos y dependientes económicos. En este sentido, Arteaga y Valencia (2022) reportaron que el 36.47% de empresarias en Bolivia señaló que el contar con familia dependiente fue decisivo para emprender. No obstante, recalcan que, si bien los hijos y la búsqueda de mejorar la calidad de vida de la familia son de los factores impulsores más importantes del emprendimiento femenino, por los beneficios económicos que se obtienen, esto provoca que ellas mismas sean lo último en lo que piensan. Perilla et al. (2022) manifiestan que, de cuarenta empresarias de la ciudad de Villavicencio y del departamento de Meta, en Colombia, el 62% era responsable de por lo menos dos miembros de su familia, integrado en el 90% de los casos por alguno de los progenitores y sus hijos. Esto representó el principal motivo para emprender y conseguir ingresos, ante la carencia de empleo.

De igual manera, el recibir apoyo de la familia y el capital social han formado parte de los factores socioculturales analizados, ya que se considera que, conjuntamente, impulsan el emprendimiento de las mujeres (Olvera, 2016; Gálvez & Suárez, 2021). Al respecto, existe evidencia empírica que señala que, a través de la interacción y el contacto diario que la emprendedora tiene con sus familiares, amigos y colegas, se potencializa su espíritu empresarial (Liñán et al., 2013). En el caso del capital social, se demostró la importancia que tuvo, para poner en marcha negocios por parte de mujeres indígenas en Sucre, Bolivia, al reportarse que, en el 59% de los casos, recibieron apoyo financiero por parte de familiares y 3% por amistades. Esto, debido a que cuando una mujer

decide emprender, los recursos financieros que poseen son limitados (Orlandini-González et al., 2018).

Así, se evidencia que el apoyo familiar de padres, esposos e hijos es muy importante para las mujeres en los emprendimientos, en los que se busca el equilibrio familiar-empresarial. En el caso del capital social, se hace referencia al valor del espíritu emprendedor que reciben las mujeres, a través de la interacción diaria con familiares, amigos y colegas, es decir, las personas que rodean el desarrollo empresarial. La influencia de ambos en la empresaria contribuye a la generación de percepciones favorables, para ocupar lugares importantes en la actividad empresarial, rompiendo con barreras culturales y sociales (Liñán et al., 2013; Orlandini-González et al., 2018; Sandoval-Álvarez, 2023).

Igualmente, el reconocimiento de la sociedad a la mujer emprendedora es un factor sociocultural determinante para el emprendimiento femenino, pues en el proceso de esta actividad, las mujeres viven diversas situaciones para su posicionamiento como empresarias. Una de las más importantes es el empoderamiento que surge de los emprendimientos (Rodríguez-Jiménez & Rebollo, 2013).

Recibir apoyo externo, como apoyo gubernamental y financiero, es otro factor sociocultural de suma importancia como impulsor del emprendimiento de las mujeres (Acosta et al., 2017; Ordóñez et al., 2022; Saavedra et al., 2022). Ordóñez et al. (2022) reportaron que los apoyos financieros brindados por el Estado registraron puntajes elevados como impulsores del emprendimiento y el desarrollo local en la provincia de Cañar, en Ecuador. Estos autores señalan que, en caso de que se presenten porcentajes bajos, es indicativo de debilidades en el sistema financiero para fomentar el emprendimiento femenino, lo que sugiere el desarrollo de políticas gubernamentales que apuesten por la inversión de las actividades productivas de las mujeres para superar estas debilidades.

Contrariamente, en un estudio llevado a cabo con mujeres empresarias de Bolivia se muestra que una de las principales barreras para el emprendimiento fue el acceso a financiamiento, para mujeres emprendedoras y para las que lo intentaron pero que no lo lograron, donde los porcentajes de mujeres que manifestaron esto fueron del 80 y 72%, respectivamente (Arteaga & Valencia, 2022), mientras que las mujeres que consideraron que los trámites burocráticos son un factor que obstaculizó el emprendimiento en el 48.24% de los casos. Orlandini-González et al. (2018) reportaron que el 34% y el 33% de las mujeres indígenas empresarias de la ciudad de Sucre, Bolivia, señalaron que las mayores dificultades a las que se enfrentan los comerciantes al iniciar un emprendimiento es la falta de financiamiento y la burocracia en trámites, respectivamente.

El apoyo externo también incluye el soporte brindado por el sistema educativo a nivel profesional o posgrado. Ordóñez et al. (2022) reportaron que un amplio porcentaje de las mujeres de una región de Ecuador expresó respuestas positivas hacia el papel de las universidades y los centros de enseñanza superior, en la estimulación a la creación de nuevos emprendimientos de mujeres. Ello en la medida en que impulsan y explotan su espíritu empresarial, creatividad,

autosuficiencia e iniciativa. También por proporcionar conocimientos y herramientas administrativas y tecnológicas.

A partir de lo argumentado, se plantearon las siguientes preguntas de investigación: ¿qué tan importantes fueron los factores socioculturales como impulsores del emprendimiento de negocios para mujeres empresarias de las ciudades de Saltillo, Coahuila y Oaxaca de Juárez, Oaxaca? ¿Es posible que existan diferencias en cuanto a los factores socioculturales que motivaron sus emprendimientos, tomando en cuenta los contrastes económicos y socioculturales de la ciudad donde se ubican? Así pues, el objetivo de este estudio fue describir los factores socioculturales y su importancia como impulsores del emprendimiento femenino, y la existencia de posibles diferencias relacionadas en ambos contextos entre mujeres empresarias de las ciudades de Saltillo, Coahuila y Oaxaca de Juárez, Oaxaca, México.

Al abordar estas ciudades, se destaca que, en Oaxaca de Juárez, persiste un alto rezago socioeconómico, sumado a un fuerte arraigo cultural, lo que marca precedentes en cuanto a las diferencias altamente favorecedoras para el género masculino. Por otro lado, el estado de Coahuila, caracterizado por la alta demanda de mano de obra, alberga importantes clústeres industriales a nivel nacional, con una equidad de género más regulada, pero aún con diferencias marcadas y favorecedoras para los hombres. Estos factores influyen en diferente proporción en la decisión de que una mujer ponga en marcha una actividad empresarial, sobre todo, en contextos como los descritos. Cabe resaltar que, en pleno siglo XXI, caracterizado por cambios constantes, los factores culturales y el arraigo social del machismo y estereotipos asignados a las mujeres no han evolucionado al ritmo esperado (Acosta et al., 2017), lo que limita las oportunidades para poner en marcha algún negocio.

No obstante, es necesario señalar que los factores que a algunas mujeres en determinado territorio o contexto económico y sociocultural las impulsa a emprender, para otras pueden representar obstáculos para comenzar con la actividad empresarial. Asimismo, estos contextos pueden impedir que algunos emprendimientos crezcan o sobrevivan en el corto, mediano y largo plazo (Paredes et al., 2019). Con el análisis de los factores abordados en esta investigación, se espera contribuir a comprender la influencia que estos tienen en la motivación para que las mujeres decidan emprender (Rubio & Esteban, 2016).

---

## Metodología

El estudio se realizó mediante una metodología mixta, pues se integró investigación cualitativa y cuantitativa, con el propósito de obtener una mejor comprensión del contexto. La investigación de tipo transversal fue realizada en las ciudades de Saltillo, Coahuila y Oaxaca de Juárez, Oaxaca, México con empresarias adscritas a las Cámaras Nacionales de Comercio (Canaco) de ambas ciudades -Oaxaca de Juárez (O) y Saltillo (S). En su mayoría, las emprendedoras indicaron estar casadas (50% O y 67.6% S), tener hijos (70.8% O y 71.6% S), ser de edad de 31-50 años (72.2% O y 58% S), con

estudios profesionales (72.2% O y 70.3% S), localizadas en el sector comercial (51.4% O y 48.6% S) y en el sector servicios (47.2% O y 32.4% S).

Para la obtención de los datos, se utilizó un cuestionario aplicado para una población finita, empleando la fórmula sugerida por Aguilar (2005), con valores de  $Z=95\%$ ,  $p=0.9$  y  $q=0.1$ . El resultado arrojó 64 empresarias oaxaqueñas y 62 saltillenses. Sin embargo, se aplicó un mayor número de cuestionarios, quedando una muestra final de 74 empresarias de Saltillo y 72 de Oaxaca de Juárez, cubiertas durante el periodo de aplicación (octubre de 2019 a diciembre de 2020). Las estrategias para su aplicación fueron diversas, debido a que, en principio, se obtuvieron de manera personal. Sin embargo, por las restricciones de la pandemia Covid-19, se realizaron de manera aleatoria, ya que la mayoría de las empresarias se vio forzada a cerrar sus negocios. Por medio de llamadas telefónicas, videollamadas y por Google formularios, con cuestionarios autoadministrados, se recogieron los datos y se informó de la confidencialidad de la identidad y la información proporcionada.

El cuestionario incluyó ocho preguntas (ítems), alusivas a los factores socioculturales que impulsan el emprendimiento femenino. Siguiendo la metodología para construir escalas sugerida por Grande-Esteban y Abascal-Fernández (2017). Una vez definidos los conceptos y las dimensiones, pasando por el filtro de expertos y la medición de fiabilidad de las escalas, se eligió la medición para los factores antecedentes familiares y desigualdad en el sector empresarial, por medio de una escala dicotómica: No (0) y Sí (1). Para los seis factores restantes, se empleó la escala de medición ordinal tipo Likert de cinco puntos, codificados de nada (0) hasta totalmente (4) (tabla 1). Los datos se capturaron y analizaron en el programa estadístico IBM SPSS Statistics.

El análisis de datos se dividió en dos partes. En la primera, se describen los resultados obtenidos en los cuestionarios, empleando frecuencias y porcentajes, los cuales se presentaron en gráficas y tablas para facilitar su interpretación, pues se resalta la importancia de cada factor para las empresarias de ambas ciudades, como impulsoras de sus emprendimientos. En la segunda parte, se plantearon ocho hipótesis, con las que se buscó determinar la existencia de posibles diferencias entre las dos ciudades con respecto a los ocho factores socioculturales impulsores del emprendimiento. Ello, con la intención de analizar y discutir si los contextos económicos, sociales y culturales en los que se ubican las empresarias influyeron de forma diferente en su decisión de iniciar un negocio. Las hipótesis de investigación establecidas fueron del siguiente orden:

$H_1$ : Existe diferencia estadísticamente significativa en cuanto a los antecedentes familiares, como impulsores del emprendimiento femenino entre las empresarias de Saltillo, Coahuila y Oaxaca de Juárez, Oaxaca.

$H_2$ : Existe diferencia estadísticamente significativa en cuanto a la búsqueda de la igualdad de género en el sector empresarial, como impulsor del emprendimiento femenino entre las empresarias de Saltillo, Coahuila y Oaxaca de Juárez, Oaxaca.

**Tabla 1. Operacionalización de la variable emprendimiento**

Variable	Factores	Ítem	¿Para tomar la decisión de iniciar su negocio, los siguientes factores influyeron positivamente para llevarlo a cabo?	Escala
Emprendimiento	Antecedentes familiares	1	El contar con familiares empresarios	Nominal (dicotómica)
	Desigualdad	2	La búsqueda de igualdad de género en el sector empresarial	Nominal (dicotómica)
	Hijos	3	El tener hijos	Ordinal (politémica: Likert)
	Dependientes económicos	4	El tener dependientes económicos	Ordinal (politémica: Likert)
	Apoyo familiar	5	El recibir apoyo familiar	Ordinal (politémica: Likert)
	Reconocimiento social	6	El ser reconocido por la sociedad	Ordinal (politémica: Likert)
	Apoyo del entorno al emprendimiento	7	El recibir apoyo externo diferente al de su familia	Ordinal (politémica: Likert)
	Capital social	8	La valoración de las personas que rodeaban su desarrollo empresarial (capital social)	Ordinal (politémica: Likert)

Fuente: elaboración propia.

H<sub>3</sub>: Existe diferencia estadísticamente significativa en cuanto al tener hijos, como impulsor del emprendimiento femenino entre las empresarias de Saltillo, Coahuila y Oaxaca de Juárez, Oaxaca.

H<sub>4</sub>: Existe diferencia estadísticamente significativa en cuanto a contar con dependientes económicos, como impulsor del emprendimiento femenino entre las empresarias de Saltillo, Coahuila y Oaxaca de Juárez, Oaxaca.

H<sub>5</sub>: Existe diferencia estadísticamente significativa en cuanto al apoyo familiar recibido como impulsor del emprendimiento femenino entre las empresarias de Saltillo, Coahuila y Oaxaca de Juárez, Oaxaca.

H<sub>6</sub>: Existe diferencia estadísticamente significativa en cuanto al buscar el reconocimiento de la sociedad, como impulsor del emprendimiento femenino entre las empresarias de Saltillo, Coahuila y Oaxaca de Juárez, Oaxaca.

H<sub>7</sub>: Existe diferencia estadísticamente significativa en cuanto al recibir apoyo externo, como impulsor del emprendimiento femenino entre las empresarias de Saltillo, Coahuila y Oaxaca de Juárez, Oaxaca.

H<sub>8</sub>: Existe diferencia estadísticamente significativa en cuanto a la valoración de las personas que rodean su emprendimiento (capital social) como impulsor del emprendimiento femenino entre las empresarias de Saltillo, Coahuila y Oaxaca de Juárez, Oaxaca.

Considerando los tipos de escala empleados para cada factor sociocultural de emprendimiento, el comparativo para la comprobación de hipótesis de los factores antecedentes familiares y búsqueda de igualdad de género en el sector empresarial, se realizó por medio de la prueba estadística no paramétrica de Chi cuadrada, empleando tablas de contingencia. Para el resto de los factores con escala ordinal, se usó la prueba estadística no paramétrica de U de Mann-Whitney. En ambos casos, se preestableció un nivel de significancia de 5% ( $p < 0.05$ ). Cabe mencionar que con las variables utilizadas, por ser de tipo nominal y ordinal, se recomienda el uso de pruebas no paramétricas, por tanto, no están sujetas a una prueba de normalidad a diferencia de las variables continuas y discontinuas (Ramírez & Polack, 2020; Ortega et al., 2021).

Para determinar la pertinencia de la aplicación de la prueba de Chi Cuadrada, se realizó previamente un análisis

de los valores esperados para cada una de las cuatro celdas, al tratarse de tablas de contingencia de  $2 \times 2$ . De acuerdo con Mendivelso y Rodríguez (2018), todas las celdas deben tener valores esperados por encima de 5. En el caso de la existencia de una sola celda con valor esperado menor de 5, es decir, el 25% de las celdas en esta condición, no se recomienda aplicar la prueba de Chi cuadrado; es mejor optar por la opción alternativa de la prueba exacta de Fisher.

## Resultados

### Análisis descriptivo

De las 74 empresarias de la ciudad de Saltillo, el 64.9% manifestó contar con algún pariente, ya fuese padre, madre, hermano o tío empresario, que la inspiró para iniciar su emprendimiento, mientras que el 35.1% mencionó que no contaba con antecedentes familiares en el ámbito empresarial. Para la ciudad de Oaxaca de Juárez, las frecuencias y porcentajes se distribuyeron, respectivamente: el 44.4% contaba con algún familiar empresario que motivó la puesta en marcha de su negocio, mientras que el 55.6% no contaba con este antecedente (tabla 2).

**Tabla 2. Antecedentes familiares de las empresarias de Saltillo, Coahuila y Oaxaca de Juárez**

Ciudad	Antecedentes familiares				Igualdad de género			
	Sí (FO)	Sí (FE)	No (FO)	No (FE)	Sí (FO)	Sí (FE)	No (FO)	No (FE)
Saltillo	48	80.0	26	66.0	50	40.5	24	33.5
Oaxaca de Juárez	32	39.5	40	32.5	30	39.5	42	32.5

FO: frecuencia observada.

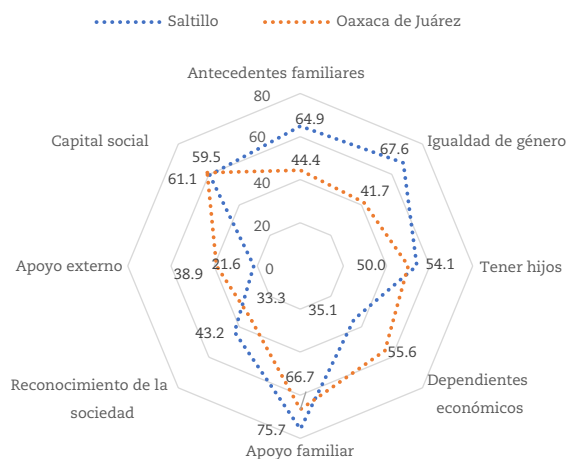
FE: frecuencia esperada.

Fuente: elaboración propia con base en los resultados obtenidos.

En cuanto a la igualdad de género en el sector empresarial como impulsor del emprendimiento femenino, cincuenta empresarias de la ciudad de Saltillo (67.6%) respondieron

que este factor sí resultó determinante como alentador de sus emprendimientos. Por el contrario, para las 24 empresarias restantes (32.4%) no lo fue. Por su parte, solo para treinta empresarias de la ciudad de Oaxaca de Juárez (41.7%), la igualdad de género en el sector empresarial resultó decisiva en la puesta en marcha de su negocio y, para las 42 empresarias restantes (58.3%), no tuvo relevancia (tabla 2). En la tabla 2 también se aprecia que las frecuencias esperadas para cada una de las cuatro celdas fueron superiores a 5, por lo que resulta factible la aplicación de la prueba de Chi cuadrada, para la comprobación de las hipótesis:  $H_1$  y  $H_2$ .

Los seis factores socioculturales restantes, impulsores del emprendimiento femenino presentaron diferencias y similitudes en las ciudades de Saltillo y Oaxaca de Juárez. En la figura 1, se aprecia que el principal factor impulsor para más de dos tercios de las mujeres de ambas ciudades fue el apoyo familiar, donde para el 75.7% y el 66.7% de las empresarias de Saltillo y Oaxaca, respectivamente, fue totalmente fundamental. Le siguió la valoración de las personas que rodeaban su desarrollo empresarial (capital social), con porcentajes en ese mismo orden de 59.5% y 61.1%.



**Figura 1.** Factores socioeconómicos impulsores del emprendimiento femenino.

Fuente: elaboración propia.

En el caso de la ciudad de Saltillo, para el 64.9 y el 67.6% de las empresarias que conformaron la muestra, los factores “antecedentes familiares” e “igualdad de género” fueron totalmente fundamentales como impulsores de sus emprendimientos. Mientras que, para las empresarias de Oaxaca de Juárez, los porcentajes respectivos fueron del 44.4% y 41.7%. La diferencia en los porcentajes de estos dos factores entre ambas ciudades podría reflejarse en la comprobación de hipótesis.

Los factores “tener hijos”, “dependientes económicos”, “reconocimiento de la sociedad” y “apoyo externo” resultaron con porcentajes menores, en cuanto a ser totalmente relevantes en la decisión de emprender por mujeres de ambas ciudades. En el caso del factor relativo a los hijos, los porcentajes respectivos para la ciudad de Saltillo y de Oaxaca de Juárez fueron de 54.1% y 50%; en contar con dependientes

económicos, los rubros fueron del 35.1% y 55.6%; en el reconocimiento de la sociedad fue de 43.2% y 33.3%; y en el apoyo externo de 21.6% y 38.9% (figura 1).

### Comprobación de hipótesis

El análisis de Chi cuadrada permitió determinar diferencias ( $p < 0.05$ ) en los factores antecedentes e igualdad de género entre las empresarias de las ciudades de Saltillo y Oaxaca de Juárez, con niveles de significancia de 0.013 y 0.002, respectivamente (tabla 3). Dicho de otra manera, existen evidencias de una relación entre (a) contar con antecedentes familiares y la búsqueda de igualdad de género y (b) el que las empresarias pertenezcan a una de las dos ciudades. Por lo que ambos factores resultan siendo más importante como impulsores de los emprendimientos para las empresarias de Saltillo y, en menor medida, para las empresarias de Oaxaca de Juárez, como quedó demostrado en el análisis descriptivo. Con ello, se comprueban también las hipótesis de investigación  $H_1$  y  $H_2$ .

**Tabla 3.** Prueba de Chi cuadrada para determinar diferencias entre factores de emprendimiento

	Pearson Chi-Square	DF	Asymp. Sig. (2-sided)
1. Antecedentes familiares	6.143a	1	0.013
2. Igualdad de género	9.884b	1	0.002

<sup>a</sup> 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 32.55.

<sup>b</sup> Computed only for a 2 x 2 table.

Fuente: elaboración propia.

Las evidencias de la prueba de U de Mann-Whitney no mostraron diferencia significativa ( $p > 0.05$ ) entre las distribuciones de las escalas de medición de los factores tener hijos, apoyo familiar y capital social, con significancias respectivas de 0.884; 0.321 y 0.817. Por ello, se rechazaron las hipótesis de investigación  $H_3$ ,  $H_5$  y  $H_8$  (tabla 4). Esto demuestra que la distribución de los rangos de estos factores fue casi uniforme entre las empresarias de las dos ciudades, pues la suma de los rangos es similar para ambas, tal como se muestra en la tabla 5 (Lind et al., 2012).

**Tabla 4.** Prueba de U de Mann-Whitney para determinar diferencias entre factores de emprendimiento

Factor	Mann-Whitney U	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
1. Tener hijos	2630.000	-0.145	0.884
2. Dependientes económicos	2010.000	-2.717	0.007
3. Apoyo familiar	2462.000	-0.993	0.321
4. Reconocimiento de la sociedad	2208.000	-2.049	0.040
5. Apoyo externo	2166.000	-2.040	0.041
6. Capital social	2612.000	-0.231	0.817

Grouping variable: ciudad.

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 5. Rangos de factores de emprendimiento diferentes entre empresarias**

Factor	Ciudad	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Tener hijos	Saltillo	74	73.96	5473.00
	Oaxaca de Juárez	72	73.03	5258.00
Dependientes económicos	Saltillo	74	64.66	4785.00
	Oaxaca de Juárez	72	82.58	5946.00
Apoyo familiar	Saltillo	74	76.23	5641.00
	Oaxaca de Juárez	72	70.69	5090.00
Reconocimiento de la sociedad	Saltillo	74	79.66	5895.00
	Oaxaca de Juárez	72	67.17	4836.00
Apoyo externo	Saltillo	74	66.77	4941.00
	Oaxaca de Juárez	72	80.42	5790.00
Capital social	Saltillo	74	74.20	5491.00
	Oaxaca de Juárez	72	72.78	5240.00

Fuente: elaboración propia.

Por el contrario, existen evidencias que muestran diferencias ( $p < 0.05$ ) en los factores dependientes económicos, reconocimiento de la sociedad y apoyo externo cuyos niveles de significancia en ese orden fueron 0.007, 0.040 y 0.041 (tabla 4). Los resultados permiten comprobar las hipótesis de investigación  $H_4$ ,  $H_6$  y  $H_7$ . Para estos casos, como se aprecia en la tabla 5, el rango medio y la suma de los rangos de los factores dependientes económicos y apoyo externo fueron menores para las empresarias de Saltillo, mientras que para el factor reconocimiento de la sociedad fueron menores para la ciudad de Oaxaca de Juárez.

## Discusión

El análisis descriptivo muestra los ocho factores socioculturales abordados en el presente estudio que resultaron impulsores de los emprendimientos femeninos en las ciudades de Saltillo y Oaxaca de Juárez. No obstante, en tres de ellos hubo evidencias significativas ( $p > 0.05$ ) de la existencia de similitudes entre las empresarias; es decir, el tener hijos, el apoyo familiar y el capital social fueron igual de importantes para motivar el emprendimiento. Por el contrario, las evidencias muestran que existieron diferencias significativas ( $p < 0.05$ ) en los factores antecedentes familiares, igualdad de género, dependientes económicos, reconocimiento de la sociedad y apoyo externo. Los resultados son congruentes con diversos estudios donde se han incluido estos factores y resultaron ser importantes para impulsar el emprendimiento femenino.

Diversos autores, como Olvera (2016); Camarena-Adame et al. (2017) y García-Casillas et al. (2021), señalan que los antecedentes familiares se vuelven un factor fundamental del emprendimiento. Esto se debe a que las mujeres cuentan con el apoyo de negocios heredados, o bien continúan con la empresa familiar.

El contar con una figura de superación y éxito a través del emprendimiento influye positivamente para que las mujeres decidan iniciar un negocio. No obstante, no todas tienen la fortuna de contar con un familiar que les herede un negocio o les trasmita los conocimientos para administrarlo. Así

que las estrategias que se piensa implementar pueden ser la realización de plataformas, donde participen empresarias exitosas para compartir sus experiencias con otras mujeres, con deseos de emprender, sobre aspectos relacionados con la puesta en marcha de un negocio, incluyendo los factores motivacionales y obstáculos a los que se enfrentaron.

En cuanto a las diferencias de contar con antecedentes familiares, puede ser un indicativo de los contrastes existentes entre ambas ciudades en relación con el contexto sociocultural donde se desenvuelven las emprendedoras. Es posible que existan allí mejores condiciones económicas para las mujeres saltillenses, que les permite emprendimientos por oportunidad.

Referente a las diferencias en la igualdad de género en el sector empresarial, los resultados coinciden con lo señalado por Arteaga y Valencia (2022), quienes mencionan que los roles de género y la percepción que se tiene de la mujer en diversos contextos depende del espacio geográfico y del tipo de sociedad donde se desenvuelva. Este hallazgo ejerce cierta necesidad de fomentar y apoyar el emprendimiento femenino, en diversas circunstancias, para contribuir a lograr una igualdad de género, capaz de impactar positivamente en la resolución de problemas sociales, económicos y culturales, tanto de las mujeres como de la sociedad (Bunay & Ordóñez, 2022).

En lo que respecta a tener hijos y dependientes económicos, es común que sean factores relacionados y que afecten de manera conjunta el emprendimiento femenino, sobre todo porque en la cultura mexicana, la familia tiene una influencia en las decisiones que toman sus integrantes (Zamora et al., 2022). Con respecto a esto, autores como Arteaga y Valencia (2022) y Perilla et al. (2022) mencionan que si bien los hijos y dependientes económicos (generalmente los progenitores) son motivo de emprendimiento para las mujeres, estos frenan su desarrollo por la alta demanda de recursos emocionales, económicos y físicos, por lo que la empresaria y el emprendimiento quedan en último lugar de prioridades. Esta situación influye negativamente en la decisión de las mujeres para iniciar un negocio, aspecto que incide en la necesidad de políticas de conciliación laboral y familiar (Álvarez et al., 2012). Con respecto a esto, Bunay y Ordóñez (2022) y Paz y Espinosa (2019) mencionan que el primer reto al que se enfrentan las mujeres, al momento de emprender, es lograr un equilibrio entre su vida laboral y personal, pues la actividad empresarial exige tiempo y dedicación, situación que se ve restringida por las responsabilidades del hogar y el cuidado de los hijos, limitando las iniciativas de poner en práctica sus ideas de negocio.

El recibir apoyo de la familia y el capital social son factores socioculturales que se conjuntan para impulsar el emprendimiento de las mujeres. Debido a que los integrantes de la familia pueden apoyar a las emprendedoras cuidando a los hijos, otorgando espacios para instalar el negocio, financiando el emprendimiento o motivando a la empresaria, entre otros apoyos de diversa índole. Liñán et al. (2013) hacen la reflexión de la interacción que existe entre la emprendedora y su contexto (familiares, amigos y colegas) y de qué manera esta influye para potenciar su espíritu emprendedor.

En el caso del reconocimiento de la sociedad como factor determinante, los bajos porcentajes encontrados pueden ser factores indicativos. Al no ser relevante para un amplio número de empresarias, obtener ingresos para satisfacer sus necesidades cobra mayor importancia. Ordóñez et al. (2022) y Zamora et al. (2022) señalan que es imprescindible seguir implementando estrategias para integrar a la mujer en las dinámicas económicas del país, y otorgarles iguales oportunidades y condiciones que a sus similares hombres para incrementar su participación en los procesos de desarrollo económico.

Finalmente, el factor "apoyo externo" puede provenir del acceso al financiamiento, las redes sociales y de colaboración, y el sistema educativo, por lo que los resultados están en la línea de los de diversos trabajos. Ordóñez et al. (2022) mencionan que, cuando se presentan porcentajes bajos de financiamiento, como los obtenidos en la presente investigación, indican un sistema financiero débil para fomentar el emprendimiento. Por lo que sugieren el desarrollo de políticas públicas que apuesten por la inversión de las actividades productivas de las mujeres, a fin de superar estas debilidades. Sobre esto último, Saavedra et al. (2022) resaltan la importancia del apoyo financiero para impulsar las iniciativas de negocios por parte de las mujeres, sobre todo en las etapas tempranas de la puesta en marcha.

Las redes sociales y de colaboración son un factor muy importante para la decisión final de crear empresas por el colectivo femenino. Se entiende por redes sociales y de colaboración aquellas relaciones que la emprendedora tiene con personas externas a su empresa como grupos empresariales, proveedores, clientes y gestores, que contribuyen a la puesta en marcha, supervivencia y al éxito de su empresa (Álvarez et al., 2012). La carencia de acceso a estas redes de contacto puede influir negativamente en el emprendimiento femenino (Arteaga & Valencia, 2022).

De igual manera, el apoyo externo también es visto como el soporte que el sistema educativo brinda, sobre todo a nivel profesional o posgrado. Ordóñez et al. (2022) señalan que este tipo de instituciones estimula la creación de emprendimientos, en la medida en que proporcionan conocimientos, herramientas administrativas y tecnológicas.

En el sentido opuesto, autores como Arteaga y Valencia (2022) mencionan que este factor disminuyó las probabilidades de hacerlo, porque no tienen la capacidad de evaluar el entorno, ni la competencia; tampoco tienen conocimientos de la administración financiera y de recursos humanos de un negocio, ni del uso de tecnologías modernas. Los bajos niveles de educación también dificultan el acceso al financiamiento por ignorar a dónde pueden acudir y el temor de endeudarse. Por lo que los negocios emprendidos por mujeres son de pequeña escala, que permiten obtener bajos niveles de ingresos pero que sirven para que la familia subsista (Arteaga & Valencia, 2022).

---

## Conclusiones

Las mujeres pueden tener motivos similares que las impulsan a iniciar un negocio. También existen algunos que influyen de manera diferente de acuerdo con el contexto económico, social y cultural al que pertenezcan. Por tal motivo, esta investigación servirá como referente en la literatura, para determinar aquellos factores que influyen de manera positiva o negativa en los emprendimientos femeninos que se desarrollan en contextos diferentes.

De los factores investigados, el análisis descriptivo mostró que el apoyo familiar y el capital social registraron los porcentajes más elevados (cerca o superiores al 60%) como impulsores del emprendimiento femenino en las dos ciudades. En ambos casos, no hubo diferencias estadísticamente significativas ( $p > 0.05$ ), por lo que se concluye que los factores son igualmente importantes como impulsores del emprendimiento en estas ciudades. Esto se debe, en gran medida, a la cultura mexicana, donde el apoyo familiar influye decisivamente en la toma de decisiones, en este caso, en el emprendimiento femenino.

En el caso del factor tener hijos, alrededor del 50% de las empresarias manifestó que fue totalmente determinante en su decisión de poner en marcha sus emprendimientos. Este factor también fue similar, al no registrar diferencia estadísticamente significativa ( $p > 0.05$ ), por lo que se concluye que fue igual de importante para ambos lugares.

Este panorama resulta un indicativo de que saberse responsables de la economía en el hogar y tener hijos impulsa el emprendimiento por la necesidad de proveerles sustento, educación y acceso a la salud, entre otras implicaciones de ser madres, alternando esta actividad con la vida laboral. Por el contrario, cinco de los ocho factores analizados mostraron diferencias estadísticamente significativas ( $p < 0.05$ ), los cuales fueron antecedentes familiares, igualdad de género, dependientes económicos, reconocimiento de la sociedad y apoyo externo.

Debe aclararse que, dentro de las limitaciones del estudio, debido a la pandemia, el muestreo no probabilístico determinó resultados basados solamente en las participantes de este estudio. De ese modo, se requiere mayor profundidad y análisis en las variables estudiadas, por lo que los resultados obtenidos y las conclusiones no pueden tomarse como absolutos, es decir, lo expuesto aquí aplica específicamente para esta muestra y debe indagarse más en la temática abordada.

Por tal motivo, es necesario implementar cursos, talleres y estrategias por parte de cámaras de comercio e instancias de investigación que motiven a las emprendedoras a iniciar o consolidar sus emprendimientos para lograr empresas exitosas y competitivas. Asimismo, la implementación de políticas públicas en ambas ciudades como soporte para la obtención de financiamientos y el desarrollo de la inclusión



de las mujeres en el sector empresarial, pues los resultados reportan que la actividad empresarial está influenciada por el contexto, y las condiciones económicas y socioculturales en las que se desenvuelven o se ubica la mujer al momento de emprender.

## Financiación

Se recibió apoyo financiero del Conacyt, en el periodo de agosto del 2017 a septiembre del 2021. Luego de lo cual la autora principal de estudio obtuvo el grado de Doctora en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico.

## Declaración de conflicto de interés

No existe conflicto de interés por ninguna de las partes en la publicación de los resultados del estudio.

## Referencias

- Acosta, G. B., Zambrano, V. S., & Suárez, P. M. (2017). Emprendimiento femenino y ruralidad en Boyacá, Colombia. *Criterio Libre*, 15(26), 215-236. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2017v15n26.1048>
- Aguilar, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigación de salud. *Revista Salud en Tabasco*, 11(2), 333-338.
- Álvarez, C., Noguera, M., & Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España. *Economía Industrial*, (383), 43-52.
- Arteaga, A. M. L., & Valencia, C. S. (2022). Estudio del carácter emprendedor de las mujeres jóvenes bolivianas de 22 a 30 años en las ciudades La Paz y El Alto. *Perspectivas*, 25(49), 59-96.
- Barros-Elizalde, A. L., Bravo-Bravo, L. Y., & Campuzano-Vásquez, J. A. (2022). Barreras al emprendimiento femenino universitario en estudiantes de la Universidad Técnica de Machala. *Revista Sociedad & Tecnología*, 5(2), 2012-25, 212-225. <https://doi.org/10.51247/st.v5i2.208>
- Bunay, E. C., & Ordoñez, M. E. (2022). La actividad emprendedora de la mujer ecuatoriana para el desarrollo social. Caso: Cañar – Ecuador. *CIENCIAMATRIA. Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, 8(2 Edición Especial 2), 539-563. <https://doi.org/10.35381/cm.v8i2.725>
- Camarena-Adame, M. E., Saavedra, G. M., Riveros, R. A., Fisher, V. L., Aguilar, A. M., Tapia, S. B., Hernández, G. L., Lacayo, O. M., & Padilla M. A. (2017). Características de la mujer empresaria en la Ciudad de México. En M. E. Camarena-Adame & G. M. Saavedra (Eds.), *Características y retos de la mujer empresaria de la Ciudad de México* (pp. 68-263). Publishing, UNAM FCA.
- Gálvez R., & Suárez, M. (2021). Mujeres emprendedoras. Experiencias vividas a partir de historias de vida. *Revista de Estilos de Aprendizaje/Journal of Learning Styles*, 14(Especial), 89-99.
- García-Casillas, A. D., López-Basulto, D. M., Castillo-Manzano, M. G., Romero-González, L. C., & Cetina, P. P. (2021). Factores que contribuyen al emprendimiento de los micronegocios de mujeres en Mérida. *Revista del Centro de Graduados e Investigación. Instituto Tecnológico de Mérida*, 36(91), 74-82.
- García, E. J., & Fernández, C. A. (2016). Construction of gender differences in the discourse of entrepreneurship. Psychobiological, cultural, and familiar aspects. *Suma de Negocios*, 7(15), 18-24. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.12.003>
- Grande-Esteban, I., & Abascal-Fernández, E. (2017). *Fundamentos de investigación comercial*. Editorial ESIC.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [Inegi] (2021, 5 de marzo). Estadísticas a propósito del día internacional de la mujer (8 de marzo) [Comunicado de prensa]. [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/mujer2021\\_nal.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/mujer2021_nal.pdf)
- Instituto Mexicano para la Competitividad [Imco] (2023). #Datos por la igualdad #8M2023. [https://imco.org.mx/wp-content/uploads/2023/03/Nota-IMCO\\_Datos-8M-2023.pdf](https://imco.org.mx/wp-content/uploads/2023/03/Nota-IMCO_Datos-8M-2023.pdf)
- Liñán, F., Ghulam, N., & Norris, K. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions. A comparative Study. *Revista de Economía Mundial*, (33), 73-103.
- Martín-Gutiérrez, Á., Fernández, M. C., & De la Riva, B. (2021). Factores determinantes del emprendimiento femenino en España: identificación y análisis de una realidad. *Cuestiones Pedagógicas*, 2(30), 57-76. <https://doi.org/10.12795/CP.2021.i30.v2.04>
- Mayorga-Meléndez, J. A., Carvajal-Larenas, R. P., & Morales-Urrutia, D. C. (2020). Aspectos sociales y su influencia en el emprendimiento femenino sudamericano. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(2), 125-133. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.2.196>
- Mendivelso, F., & Rodríguez, M. (2018). Prueba chi-cuadrado de independencia aplicada a tablas 2xN. *Revista Médica Sanitas*, 21(2), 92-95.
- Miranda-Sánchez, S. J., Sandoval, C. M., & Berttolini, D. G. (2023). Factores motivacionales que determinan el emprendimiento de las mujeres en Tabasco, México. *Región y Sociedad*, 35(17). <https://doi.org/10.22198/rys2023/35/1712>
- Moreno, Z. H., & Espíritu, O. R. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. *PORTES Revista Mexicana de Estudios sobre la Cuenca Pacífico*, 4(8), 101-122.
- Olvera, H. F. (2016). Competitividad, género y emprendimiento en el municipio de Ecatepec de Morelos en el Estado de México. En G. J. Gómez, G. E. Vázquez & M. M. Cuervo (Coord.), *Políticas públicas para la competitividad* (pp. 243-264). Grupo Editorial HESS, S. A. de C. V.
- Ordóñez, G. M., Useche, A. M., Rodríguez, P. R., & Ruiz, A. P. (2022). Emprendimiento femenino en el desarrollo local. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(Especial 7), 73-87. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.6>
- Orihuela-Ríos, N. C. (2022). Emprendimiento femenino: características motivos de éxito, limitantes, involucrados y consecuencias. *INNOVA Research Journal*, 7(1), 109-122. <https://doi.org/10.33890/innova.v7.n1.2022.1946>
- Orlandini-González, G. I., Serrano, M. M. M., Camacho, M. P., & Caballero, P. O. (2018). Emprendimientos femeninos indígenas y capital social. *Revista Digital Investigación & Negocios*, 11(18), 130-137.
- Ortega, P. E. Ochoa, S. C., & Molina, A. M. (2021). Pruebas no paramétricas. *Evidencias en pediatría*, 17(3), 1-10.
- Paredes, H. S., Castillo, L. M., & Saavedra, G. M. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento en México. *Suma de Negocios*, 10(23), 158-167. <http://dx.doi.org/10.14349/sumneg/2019.V10.N23.A8>
- Paz, C. Y., & Espinosa, E. M. (2019). Emprendimiento femenino en México: factores relevantes para su creación y permanencia. *Tendencias*, 29(2), 116-137. <https://doi.org/10.22267/trtend.192002.117>
- Perilla, R. L., Ruíz, S. M., & Peña, U. L. G. (2022). Emprendimiento femenino para lograr el empoderamiento económico. *Desarrollo Gerencial*, 14(2), 1-28. <https://doi.org/10.17081/dege.14.2.5252>
- Ramírez, R. A., & Polack P. A. (2020). Estadística inferencial. Elección de una prueba estadística no paramétrica en investigación científica. *Horizonte de la Ciencia*, 10 (19), 191-208. <https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2020.19.597>
- Rodríguez, D. M., Jiménez, C. R., & Rebollo, M. A. (2013). Estrategias de emprendimiento y emociones de mujeres empresarias: propuestas innovadoras en el contexto económico Andaluz [Ponencia]. *Congreso Español de Sociología* (pp. 1-25). Universidad de Sevilla.
- Rubio, A., & Esteban, N. (2016). Cultural factors and gender role in female entrepreneurship. *Suma de Negocios*, 7(15), 9-17. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.12.002>

- Saavedra, G. M. L., Briseño, A. N. L., & Velázquez, R. K. (2022). Análisis y evolución del emprendimiento femenino en Latinoamérica. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 11(32), 1-28. <https://doi.org/10.36677/recai.v11i32.19391>
- Sabater, F. C. (2018). La mujer emprendedora: identidad profesional y factores culturales de género. *Femeris*, 3(2), 55-78. <https://doi.org/10.20318/femeris.2018.4320>
- Sandoval-Álvarez, A. C. (2023). Limitaciones y factores de éxito del emprendimiento femenino: una perspectiva costarricense. *Yulök Revista de Innovación Académica*, 7(1), 12-30. <https://doi.org/10.47633/yulk.v7i1.575>
- Valerio-Nolasco, N. M., Olivas, P. O., Zapata, S. S., Bolaños, R. E., Coronado, M. M., & Mariana, P. E. (2023). Las Nenis de Tizayuca: emprendimiento femenino digital. *Boletín científico investigium*, 8(16), 28-32.
- Zamora, T. A., Díaz, B. Y., & Jiménez, B. M. (2022). Emprendedoras en México en tiempos de pandemia. *Región y Sociedad*, 34, 1-25. <https://doi.org/10.22198/rys2022/34/1534>