



## Competencias Emprendedoras en la Mujer Potosina: Una Perspectiva Cualitativa

Patricia Torres Rivera<sup>1</sup>

Enlace ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6122-476X>

Sofía Cheverría Rivera<sup>2</sup>

Enlace ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1099-8719>

Beatriz Virginia Tristán Monroy<sup>3</sup>

Enlace ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9022-8118>

Aracely Díaz Oviedo<sup>4</sup>

Enlace ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9168-9859>

Fecha de Recepción: 2 de mayo de 2024

Fecha de Aprobación: 1 de agosto de 2024

### Resumen

El fomento del emprendimiento femenino es crucial no solo por su contribución económica, sino también por su impacto social al reducir las desigualdades de género y empoderar a las mujeres en el ámbito económico. Este artículo tiene como objetivo contextualizar y destacar las competencias emprendedoras de las mujeres en San Luis Potosí, así como los desafíos y obstáculos que enfrentan. La investigación adopta un enfoque cualitativo, descriptivo y transversal, utilizando entrevistas semiestructuradas con 32 emprendedoras para recolectar datos sobre las características de sus negocios y los aspectos más significativos de su actividad emprendedora. Entre los principales hallazgos, se evidencia la madurez de los negocios, muchos de los cuales llevan más de cinco años en el mercado. Las emprendedoras han aprendido a equilibrar sus roles de madres y empresarias. Sin embargo, el principal motor de su emprendimiento es la necesidad de autoemplearse debido a la escasez de oportunidades laborales en sus municipios, lo que refleja las condiciones socioculturales de su entorno. Se demuestra que el liderazgo desarrollado a través de sus negocios ofrece soluciones y alternativas a los problemas y necesidades locales. Las habilidades destacadas de estas mujeres incluyen la capacidad multitarea, la independencia para avanzar y la disposición para compartir conocimientos con otros.

**Palabras clave:** emprendimiento femenino, capacidades emprendedoras, características socioeconómicas

---

<sup>1</sup> Doctora en Administración, Profesora Investigadora de Tiempo Completo, Unidad Académica Multidisciplinaria Región Altiplano, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México, correo institucional: [patricia.torres@uaslp.mx](mailto:patricia.torres@uaslp.mx)

<sup>2</sup> Doctora en Administración, Profesora Investigadora de Tiempo Completo, Facultad de Enfermería y Nutrición, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México, correo institucional: [sofia@uaslp.mx](mailto:sofia@uaslp.mx)

<sup>3</sup> Doctora en Administración, Profesora Investigadora de Tiempo Completo, Unidad Académica Multidisciplinaria Región Altiplano, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México, correo institucional: [beatriz.tristan@uaslp.mx](mailto:beatriz.tristan@uaslp.mx)

<sup>4</sup> Doctora en Ciencias de Enfermería, Profesora Investigadora de Tiempo Completo, Facultad de Enfermería y Nutrición, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México, correo institucional: [aracelydiaz@uaslp.mx](mailto:aracelydiaz@uaslp.mx)

## ENTREPRENEURIAL SKILLS IN POTOSINA WOMEN: A QUALITATIVE PERSPECTIVE

### Summary:

The promotion of female entrepreneurship is crucial not only for its economic contribution, but also for its social impact by reducing gender inequalities and empowering women in the economic field. This article aims to contextualize and highlight the entrepreneurial skills of women in San Luis Potosí, as well as the challenges and obstacles they face. The research adopts a qualitative, descriptive and transversal approach, using semi-structured interviews with 32 entrepreneurs to collect data on the characteristics of their businesses and the most significant aspects of their entrepreneurial activity.

Among the main findings, the maturity of the businesses is evident, many of which have been in the market for more than five years. Entrepreneurs have learned to balance their roles as mothers and businesswomen. However, the main driver of their entrepreneurship is the need to be self-employed due to the scarcity of job opportunities in their municipalities, which reflects the sociocultural conditions of their environment. It is demonstrated that the leadership developed through their businesses offers solutions and alternatives to local problems and needs. The notable skills of these women include the ability to multitask, the independence to move forward, and the willingness to share knowledge with others.

**Keywords:** female entrepreneurship, entrepreneurial capabilities, socioeconomic characteristics

## HABILIDADES EMPREENDEDORAS EM MULHERES POTOSINAS: UMA PERSPECTIVA QUALITATIVA

### Resumo:

A promoção do empreendedorismo feminino é crucial não só pelo seu contributo económico, mas também pelo seu impacto social, reduzindo as desigualdades de género e capacitando as mulheres no domínio económico. Este artigo tem como objetivo contextualizar e destacar as competências empreendedoras das mulheres de San Luis Potosí, bem como os desafios e obstáculos que enfrentam. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, descritiva e transversal, utilizando entrevistas semiestruturadas com 32 empreendedores para coletar dados sobre as características de seus negócios e os aspectos mais significativos de sua atividade empreendedora.

Entre as principais constatações, fica evidente a maturidade dos negócios, muitos dos quais estão no mercado há mais de cinco anos. As empreendedoras aprenderam a equilibrar seus papéis de mães e de empresárias. No entanto, o principal impulsionador do seu empreendedorismo é a necessidade de trabalhar por conta própria devido à escassez de oportunidades de emprego nos seus municípios, o que reflete as condições socioculturais do seu ambiente. Fica demonstrado que a liderança desenvolvida através de seus negócios oferece soluções e alternativas para problemas e necessidades locais. As competências notáveis destas mulheres incluem a capacidade de realizar multitarefas, a independência para avançar e a vontade de partilhar conhecimentos com outras pessoas.

**Palavras chave:** empreendedorismo feminino, capacidades empreendedoras, características socioeconômicas

## 1. INTRODUCCIÓN:

El emprendimiento femenino es una vía significativa para que las mujeres logren su empoderamiento económico, como lo evidencian los estudios de Alvarado, Morales y Ortiz (2020) y Rojas, Tapia y Herrera (2021). No obstante, según Saavedra et al. (2022), las empresarias enfrentan numerosas barreras en esta actividad, incluyendo la persistencia de normas sociales que menosprecian y limitan el trabajo femenino. En algunos países, todavía prevalece la idea de que las mujeres no deberían trabajar, independientemente de su nivel de preparación.

Nava y Londoño (2013) señalan que las mujeres emprenden por motivaciones tanto intrínsecas como extrínsecas. Las motivaciones intrínsecas están dominadas por el deseo personal y profesional de superación e independencia. Por otro lado, las motivaciones extrínsecas no están orientadas hacia el éxito o reconocimiento, sino hacia la realización de una actividad económica que les permita cubrir sus necesidades básicas.

Reconociendo la importancia de las mujeres emprendedoras y su impacto en las economías de sus países, este estudio tiene como objetivo analizar el emprendimiento femenino en el estado de San Luis Potosí. Se busca identificar las motivaciones y las barreras que enfrentan las emprendedoras potosinas. Para lograr este objetivo, el estudio se desarrolla en cuatro secciones: revisión de la literatura, metodología, resultados y conclusiones.

## 2. MARCO TEÓRICO

### El emprendimiento femenino

Según el informe elaborado por la Asociación de Emprendedores de México (ASEM) titulado "Radiografía del emprendimiento en México" (2023), se observa que las mujeres emprendedoras tienen como objetivo no solo obtener ganancias económicas, sino también mejorar su bienestar personal a través del aumento de los ingresos y el crecimiento profesional,

además de contribuir al medio ambiente, entre otros aspectos. Esto se refleja en el 63.2% de las empresas fundadas por mujeres, que implementan prácticas que generan un impacto social o ambiental positivo y promueven la economía solidaria. La mayoría de las mujeres emprendedoras han establecido entre una y dos empresas a lo largo de su carrera (57.3% y 24.4%, respectivamente). Las actividades económicas más comunes en estas empresas son el comercio minorista, los servicios de consultoría y la gastronomía. En cuanto a su estructura legal, se observa que la mayoría opta por la figura de Persona Física con Actividad Empresarial (22.6%), seguida por empresas sin una figura legal específica (18.2%). Los modelos de negocio más comunes son aquellos dirigidos al consumidor final (52.8%) y a otras empresas (18.2%), mientras que el 21.5% vende sus productos y servicios a grandes empresas. La mayoría de estas empresas se clasifican como microempresas, con el 73.3% empleando a cinco o menos personas y el 89.6% con un nivel de facturación menor a 4 millones de pesos al año. Respecto a la presencia digital y las ventas en línea, las redes sociales como Facebook, WhatsApp e Instagram son los canales más utilizados para promover productos y servicios, atender consultas y realizar ventas.

En cuanto a la gestión del negocio, se identifican tres áreas principales que requieren fortalecimiento: estrategias de venta y retención de clientes, comunicación, marketing y publicidad, y administración, control presupuestario, cálculo de costos y precios. Aunque el 57.6% de las mujeres emprendedoras afirma no haber recibido ningún tipo de ayuda para mejorar la gestión de sus negocios, aquellas que sí recibieron apoyo mencionaron que la asesoría, consultoría y mentorías fueron las más frecuentes.

En el ámbito del desarrollo tecnológico, se observa que las empresas de base tecnológica las establecen hombres frente a las de mujeres. En la gestión empresarial, el uso de inteligencia artificial es similar entre hombres y mujeres, aunque la adopción de tecnología es menor entre las empresas fundadas por mujeres, con un 27.3 % que no usa ninguna herramienta o servicio digital, en contraste con el 20.3 % de las fundadas por hombres. Las principales

diferencias se encuentran en el uso de software CRM (12.2% para empresas de mujeres y 25.4% para empresas de hombres) y software ERP (6.9% y 15.4%, respectivamente).

### **Factores del emprendimiento femenino en México**

Según Elizundia (2015), en México, el emprendimiento femenino está influenciado por diversos factores que se fundamentan en la teoría de recursos y capacidades. Estos factores incluyen conocimientos, habilidades y cualidades internas, tanto tangibles como intangibles, que permiten a las mujeres aprovechar oportunidades en el entorno empresarial para desarrollar ventajas competitivas.

Por otro lado, Guzmán et al. (2020) y Barceló et al. (2023) indican que, durante la pandemia, las mujeres emprendedoras fueron motivadas principalmente por la necesidad de generar ingresos adicionales, ayudar a cubrir los gastos del hogar y compensar la pérdida de empleo debido a la covid-19. Esto sugiere que sus decisiones empresariales fueron una respuesta defensiva a dificultades personales y a la situación económica adversa.

Además, Paredes et al. (2018) mencionan que las mujeres emprendedoras poseen habilidades y experiencias laborales que influyen en sus negocios. A menudo, obtienen financiamiento de familiares o amigos y suelen emprender para satisfacer diversas necesidades socioeconómicas, como contribuir al ingreso familiar o mejorar su calidad de vida. En contraste, Cromie (1987) sugiere que mientras los hombres buscan en el emprendimiento la autonomía, el progreso profesional y el beneficio económico, las mujeres tienden a emprender debido a la insatisfacción con su trabajo y muestran un menor interés en las ganancias económicas. Ven el emprendimiento como una forma de satisfacer sus metas personales y profesionales.

McClelland y Swail (2005) identifican aspectos positivos y negativos en el emprendimiento femenino. Los aspectos positivos se centran en las oportunidades de iniciar un negocio, pero los negativos se relacionan con la necesidad de emprender por circunstancias como el desempleo, la insatisfacción o un mercado laboral poco flexible, y la necesidad de obtener ingresos para sobrevivir y progresar económicamente.

Pandian et al. (2011) señalan que las mujeres eligen emprender como una forma de liberarse del desempleo, el estrés y los desafíos laborales, a

menudo asociados con su género. Además de los aspectos personales, el estudio de Valencia (2005) destaca la influencia de factores externos en la actividad empresarial femenina, incluyendo aspectos como el apoyo familiar, el acceso al financiamiento, las políticas gubernamentales y el uso de redes sociales.

### **Retos/obstáculos en el emprendimiento femenino**

Las mujeres en México todavía enfrentan importantes obstáculos para participar plenamente en el mercado laboral, principalmente debido al papel de género que les asigna la responsabilidad del trabajo doméstico no remunerado. Esto dificulta su capacidad para equilibrar el empleo fuera del hogar con las responsabilidades familiares. Las desigualdades de género en los ámbitos político, económico y social también limitan su participación en actividades productivas (Paz et al., 2019). En el contexto específico de San Luis Potosí, las mujeres emprendedoras enfrentan numerosos desafíos, incluyendo la escasez de oportunidades locales, las barreras socioculturales y la violencia de género en la región (Aldana Balderas et al., 2018). Además, enfrentan problemas como bajos ingresos, baja inserción laboral, discriminación, acoso laboral, riesgos en la maternidad y responsabilidades familiares (Carrillo et al., 2020). Las mujeres deben superar más barreras que los hombres, debido a los estigmas sociales y culturales. Sin embargo, también son agentes de empoderamiento e inclusión (Hidalgo-Hidalgo et al., 2022). Las emprendedoras también se enfrentan a dificultades estructurales para acceder a crédito y capital limitado, lo que dificulta el crecimiento de sus empresas. Además, carecen de acceso adecuado a educación financiera y formación empresarial específica en áreas como administración y marketing (Saavedra & Camarena, 2015).

### **Competencias emprendedoras**

Las competencias emprendedoras, conocidas como competencias del emprendedor, son aquellas habilidades y atributos fundamentales para realizar con éxito las funciones y actividades requeridas en la creación y gestión de un proyecto empresarial. Estas competencias están estrechamente relacionadas con cada una de las etapas del proceso emprendedor y son esenciales para su desarrollo y ejecución (Alda-Varas et al., 2012).

Se entiende que las competencias emprendedoras son elementos que capacitan a una persona para

emprender un proyecto con el objetivo de impulsar el crecimiento económico y la cohesión social. En otras palabras, el emprendimiento basado en competencias emprendedoras se concibe como un proyecto que no solo busca beneficios económicos, sino que también considera valores y prácticas sociales en su desarrollo (Martínez y Carmona, 2009).

Existen diversas clasificaciones que identifican las competencias consideradas necesarias para iniciar un negocio. Por ejemplo, Sánchez et al. (2023) ofrece una categorización de las competencias emprendedoras, aunque existen otras taxonomías igualmente relevantes, dichas competencias se muestran en la tabla 1.

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

### 3. METODOLOGÍA:

La investigación se llevó a cabo en el estado de San Luis Potosí, abarcando sus cuatro regiones: centro, altiplano, media y huasteca. El diseño de la investigación de tipo exploratorio, descriptivo y transversal se estructura en torno a un enfoque cualitativo, adecuado para explorar en profundidad las competencias emprendedoras de las mujeres en San Luis Potosí, dado su carácter exploratorio y su capacidad para captar la complejidad de las experiencias humanas (Creswell, 2013). La elección de entrevistas semiestructuradas como método principal de recolección de datos se fundamenta en su flexibilidad para permitir que las participantes expresen sus perspectivas y experiencias de manera detallada, facilitando la identificación de temas emergentes y patrones significativos (Kvale & Brinkmann, 2009). Se utilizó una guía de tópicos basada en la bibliografía revisada, con 16 preguntas abiertas divididas en cinco temas: perfil socioeconómico, motivaciones para emprender, problemas y obstáculos, retos y oportunidades, y capacidades y habilidades.

Además, se justifica la selección de 32 emprendedoras a través de un muestreo intencional, donde se entrevistaron a ocho emprendedoras de cada región cubriendo los sectores industriales, comercial y de servicios; de las cuales 16 se realizaron en los lugares de trabajo y las otras 16 mediante videollamadas; asegurando una representación adecuada y rica de la población objetivo, lo cual es esencial para la profundidad y validez del estudio (Patton, 2015).

Tras recolectar la información, se procedió a transcribir las entrevistas para realizar un análisis de observaciones simples, subrayando las opiniones más relevantes de las entrevistadas. Luego, se clasificaron los datos por categorías y temas. El investigador desarrolló las categorías para organizar los resultados y hallazgos relacionados con el tema de estudio (Hernández et al., 2014). El análisis de la información se llevó a cabo mediante el software Atlas. Ti, que facilitó la identificación, organización, análisis e interpretación de los conceptos obtenidos.

En cuanto a la validez de los estudios cualitativos, Vallejo (2015) señala que esta depende de la objetividad entre la teoría y el escenario de estudio,

permitiendo que otros investigadores logren los mismos objetivos o conclusiones al aplicar procesos metodológicos similares.

### 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN:

En este apartado se presenta el análisis de los resultados obtenidos. En una primera etapa, se describe el perfil socioeconómico de la mujer emprendedora, seguido de las motivaciones que las impulsaron a emprender, los problemas y obstáculos que enfrentaron, y finalmente, se analizan las capacidades y habilidades emprendedoras.

#### a) Perfil socioeconómico de la mujer emprendedora

Los resultados correspondientes al perfil socioeconómico de las mujeres emprendedoras se pueden observar en la Tabla 1.

Tabla 1. Perfil socioeconómico de la mujer emprendedora del estado de San Luis Potosí

CARACTERÍSTICA	DESCRIPCIÓN	ZONA DE ESTUDIO
PERFIL DE LA EMPRENDEDORA	Se destaca que son mujeres en su mayoría solteras (71%) con un grado de estudios a nivel licenciatura (65%). El 84% de ellas tiene hijos y tienen una edad promedio de 35 años (78%)	Z. Centro, Z. Huasteca, Z. Altiplano, Z. Media
EDAD DE LA EMPRESA	El 62% son negocios consolidados, es decir tienen más 5 años en el mercado, El 31% son negocios de reciente creación es decir, tienen entre uno y dos años en el mercado y solo el 6% se encuentran en la etapa de crecimiento, con una edad promedio en el mercado de 3 años.	
SECTOR DE LA EMPRESA	Prevalece el sector comercio y servicios en las cuatro zonas del estado (87%), teniendo una menor representatividad el sector industria (13%)	

Fuente: elaboración propia

#### a) Motivaciones para emprender

Las motivaciones que llevaron a las mujeres a emprender incluyeron la necesidad de generar ingresos, contribuir a los gastos del hogar y compensar la pérdida de empleo debido al COVID-19 (Guzmán et

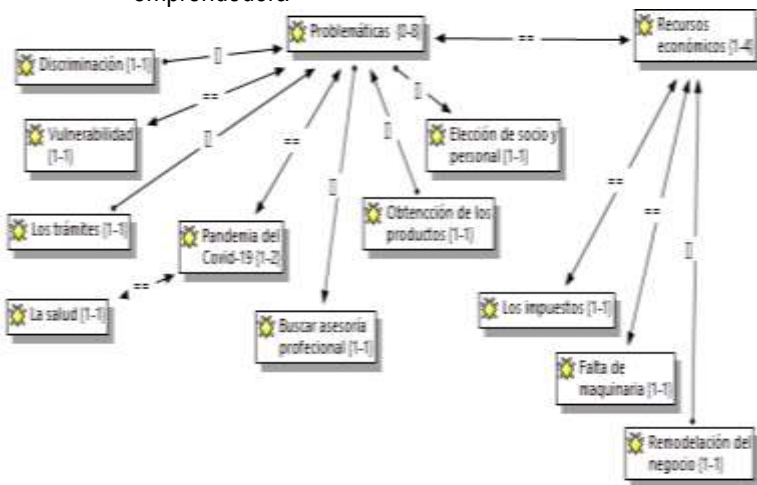
al., 2020; Barceló et al., 2023). Estos motivos también coinciden con los mencionados por Nava y Londoño (2013), quienes señalan que las mujeres tienen motivaciones tanto intrínsecas como extrínsecas para emprender. Entre las motivaciones intrínsecas, destacan el deseo de superación personal y profesional, así como la búsqueda de independencia.

**b) Problemas que enfrentan las mujeres emprendedoras**

En cuanto a los problemas enfrentados, destacan la discriminación (Carrillo et al., 2020), la falta de recursos económicos, la vulnerabilidad, la pandemia,

la carga impositiva y la falta de maquinaria, entre otros. Estos hallazgos son consistentes con los expuestos por autores como Aldana Balderas et al. (2018), quienes mencionan que muchas mujeres están limitadas por las escasas oportunidades en sus localidades, derivadas de las condiciones socioculturales y la violencia de género prevalente en el estado. Además, enfrentan dificultades estructurales para acceder a crédito y capital limitado, lo que impide el crecimiento de sus empresas. También carecen de acceso a educación financiera (Saavedra & Camarena, 2015). Ver figura 1.

Figura 1 Problemas que enfrenta la mujer emprendedora

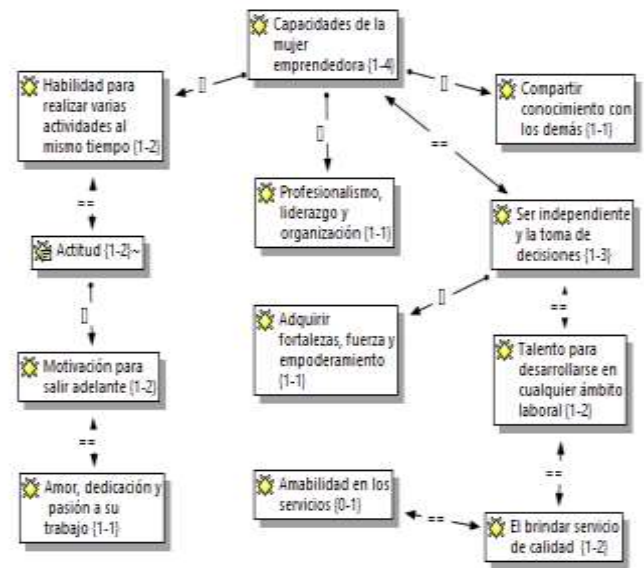


Fuente: elaboración propia

**c) Las capacidades emprendedoras en las mujeres potosinas**

Las capacidades con las que cuentan las mujeres para emprender son cruciales a lo largo de su negocio pues de ello depende que las empresas no mueran en los primeros años de vida. El contar con capacidades o habilidades para dirigir un negocio contribuye a la consolidación de este. Los resultados del estudio destacan las capacidades como el profesionalismo, el liderazgo y la capacidad de organización; se aprecia la independencia y la toma de decisiones, así como la actitud, dedicación, pasión y el talento para desarrollarse en cualquier ámbito laboral. Los resultados se pueden observar en la figura 2.

Figura 2 Las capacidades de la mujer emprendedora



Fuente: elaboración propia

**5. CONCLUSIONES:**

El emprendimiento femenino en San Luis Potosí enfrenta desafíos y motivaciones ampliamente discutidos en la literatura. Las mujeres emprendedoras buscan no solo la independencia económica, sino también el crecimiento personal y profesional, a pesar de las barreras sociales y estructurales que enfrentan. Autores como Alvarado Morales y Ortíz (2020) y Rojas Tapia y Herrera (2021) destacan la importancia del

empoderamiento económico a través del emprendimiento, mientras que Saavedra et al. (2022) subrayan las persistentes normas sociales que limitan el trabajo femenino. Las motivaciones intrínsecas y extrínsecas, como señala Nava y Londoño (2013), incluyen el deseo de superación e independencia, así como la necesidad de cubrir necesidades básicas.

Los problemas identificados por Carrillo et al. (2020) y Aldana Balderas et al. (2018), como la discriminación, la falta de acceso a recursos financieros y la violencia de género, siguen siendo obstáculos significativos. Sin embargo, las capacidades emprendedoras, incluyendo el profesionalismo, el liderazgo y la organización, son cruciales para el éxito y la sostenibilidad de los negocios liderados por mujeres, como se menciona en el estudio de Saavedra y Camarena (2015).

Finalmente, las emprendedoras han demostrado resiliencia y adaptabilidad, utilizando su entorno y redes sociales para superar desafíos y contribuir al desarrollo socioeconómico de sus comunidades, lo que es consistente con las observaciones de Paredes et al. (2018) y McClelland y Swail (2005). La combinación de estos factores muestra que, aunque el camino del emprendimiento femenino está lleno de obstáculos, las mujeres emprendedoras en San Luis Potosí continúan buscando formas de crecer y prosperar, tal como reflejan los estudios de Guzmán et al. (2020) y Barceló et al. (2023).

En conclusión, el emprendimiento femenino en San Luis Potosí se enfrenta a diversas motivaciones y barreras que impactan significativamente en su desarrollo y éxito. Las motivaciones intrínsecas, como el deseo de superación e independencia personal y profesional, juegan un papel crucial, al igual que las extrínsecas, que buscan principalmente cubrir necesidades básicas y generar ingresos adicionales, especialmente durante situaciones adversas como la pandemia de COVID-19.

Las mujeres emprendedoras enfrentan desafíos significativos como la discriminación, la falta de recursos económicos, la vulnerabilidad y la carga impositiva. También tienen dificultades estructurales para acceder a créditos y capital, y carecen de acceso adecuado a educación financiera y formación empresarial, lo que limita el crecimiento de sus negocios.

No obstante, las capacidades emprendedoras de las mujeres, como el liderazgo, la capacidad de organización, la independencia y la dedicación, son fundamentales para la supervivencia y consolidación de sus empresas. Estas habilidades les permiten enfrentar los retos y aprovechar las oportunidades en el ámbito empresarial.

En resumen, aunque las mujeres emprendedoras en San Luis Potosí enfrentan múltiples obstáculos, su determinación y habilidades emprendedoras son esenciales para superar estas barreras y lograr el éxito en sus emprendimientos.

## 6. REFERENCIAS:

- Aldana Balderas, W. I., Blanes Ugarte, A. V., Rosas Ferruzca, F. J., Aguilar Fuentes, J. A., Vilchis Mora, F. D. J., & García Lirios, C. (2018). Develación del significado del emprendimiento caficultor en jefas de familia. 1961, 1–11.
- Alvarado, E., Morales, D., & Ortiz, J. (2020). Emprendimiento de nano empresas en el empoderamiento de mujeres neolonesas. *Revista Mexicana de Sociología*, 82(4), 863-895.
- Asociación de Emprendedores de México [ASEM]. (2024). Radiografía del Emprendimiento en México 2023: edición Mujeres. Informe de resultados. México: ASEM. [https://bit.ly/REM2023\\_Mujeres\\_Informe](https://bit.ly/REM2023_Mujeres_Informe)
- Barceló, J. G. A., Moctezuma, A. B. M., & Guerra, R. M. (2023). Los retos de las nuevas emprendedoras de negocios por internet en un mundo pospandémico. The challenges of the new internet business entrepreneurs in a postpandemic world.
- Carrillo, M., Briano, G., & Sánchez, G. (2020). El corretaje inmobiliario en San Luis Potosí: Una perspectiva de género. *Tlatemoani*, 35, 1–16. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7861187.pdf>



- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Cromie, S. (1987). Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs. *Journal of Occupational Behaviour*, 8(3), 251-261.
- Elizundia Cisneros, M. E. (2015). New business performance: Gender perspective. *Contaduría y Administración*, 60(2), 468-485. [https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(15\)30010-3](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(15)30010-3)
- Guzmán Ávila, J. A., Reyes Reinoso, J. R., Castillo Castillo, D. C., & Cantos Ochoa, M. E. (2020). Factores que inciden en el emprendimiento sostenible de las mujeres ecuatorianas. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 4(37), 97-110. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol4iss37.2020pp97-110>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). D.F. México: McGraw Hill.
- Hidalgo-Hidalgo, W., Orellana-Intriago, F., & Bautista-Quijije, E. (2022). Los emprendimientos de las madres solteras de Guayaquil y de otros países de Latinoamérica. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(3-2), 220-235. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.3-2.1155>
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing* (2nd ed.). SAGE Publications.
- McClelland, E., & Swail, J. (2005). Following the pathway of female entrepreneurs: A six-country investigation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(2), 84-107.
- 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. <https://doi.org/10.36390/telos251.05>
- Nava, M., & Londoño, E. (2013). La dinámica emprendedora de las mujeres profesionales en Colombia. En G. Macías & E. Parada (Coords.), *Mujeres, su participación económica en la sociedad* (pp. 26-44). Editorial Universitaria, Universidad de Guadalajara.
- Pandian, K., Jesurajan, V., & College, X. (2011). An empirical investigation of the factors determining the success and problems faced by women entrepreneurs in Tiruchipali District-Tamilnadu. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research Business*, 3(3), 914-922.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Paz Calderón, Y., & Espinosa Espíndola, M. T. (2019). Emprendimiento femenino en México: Factores relevantes para su creación y permanencia. *Tendencias*, 20(2), 116-137. <https://doi.org/10.22267/rtend.192002.117>
- Rojas, M., Tapia, J., Herrera, B., & Cárdenas, B. (2021). Emprendimiento y empoderamiento de la mujer rural de la parroquia de Santa Ana del cantón Cuenca; una mirada desde Trabajo Social. *Dominio de las Ciencias*, 7(3), 855-883. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i3.1971>
- Saavedra García, M. L., & Camarena Adame, M. E. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio Libre*, 13(22), 129. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.22.129>

Saavedra García, M., Briseño Aguirre, N., & Velázquez Rojas, K. (2022). Análisis y evolución del emprendimiento femenino en Latinoamérica. RECAI Revista De Estudios En Contaduría, Administración e Informática, 1-29. <https://doi.org/10.36677/recai.v11i32.19391>

Vallejo, M. (2015). Confiabilidad y validez de la investigación cualitativa. Revista Fedumar Pedagogía y Educación, 2(1), 7-10.

Valencia, M. (2005). The female-entrepreneurship field: 1990-2004. IV Iberoamerican Academy of Management, Lisboa, diciembre 8-10, 2005.