

Desarrollo del capital humano para el empoderamiento de las empresarias de la CDMX

Human capital development for the empowerment of women entrepreneurs in CDMX

Karen Gisel Velázquez Rojas¹ 

Nadia de la Luz Briseño Aguirre² 

Resumen

Las mujeres empresarias enfrentan obstáculos para empoderarse dentro del ámbito empresarial y el desarrollo del capital humano puede contribuir a derribarlos. Por lo que el primer paso y el objetivo de esta investigación es identificar la relación que existe entre el empoderamiento y el capital humano de las empresarias. Se realizó un trabajo de corte transversal con alcance exploratorio, considerando variables tales como capital humano (formación, experiencia, capacitación y autoeficacia), así como del empoderamiento (poder *interno, para, sobre y con*), las cuales sirvieron de base para diseñar una guía de entrevista que fue aplicada a 15 empresarias voluntarias de la CDMX. Se realizó un análisis cualitativo con el apoyo del Software Atlas.ti, tomando las categorías de cada variable. Entre los principales hallazgos se encontró que el desarrollo del capital humano (la formación, la experiencia, la capacitación

Recibido: 14 de agosto del 2023 Publicado: 28 de septiembre del 2023

Para citar este artículo:

Velázquez-Rojas, K. & Briseño-Aguirre N. (2023) Desarrollo del capital humano para el empoderamiento de las empresarias de la CDMX. *Lúmina* 24(1). E0042. <https://doi.org/10.30554/lumina.v24.n1.4915.2023>

Copyright: © Esta revista provee acceso libre, gratuito e inmediato a su contenido bajo el principio de hacer disponible la investigación al público. Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-Compartir Igual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)

- 1 Universidad Nacional Autónoma de México. Volcán Himalaya #14, Col. Los Volcanes, Del. Tlalpan, C.P. 14440. Correo electrónico: karen.clases.fca@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0383-5583>
- 2 Universidad Nacional Autónoma de México. Volcán Himalaya #14, Col. Los Volcanes, Del. Tlalpan, C.P. 14440. Correo electrónico: nadia.aguirre1201@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4296-2091>

y la autoeficacia), tiene relación con la capacidad de las empresarias para empoderarse (poder *interno*, *sobre*, *para* y *con*), ya que, a mayor conocimiento, mayor es la percepción de poder *sobre*; elegir el emprendimiento por vocación está relacionado con el poder *para* tomar decisiones. Y finalmente, aunque las empresarias tienen poder *con*, se interpone un aspecto relacionado con el poder *dentro* y la autoeficacia, que no les permite reconocer a las empresarias su poder *interno* y la capacidad que tienen para dirigir sus empresas. Las implicaciones de este estudio denotan la necesidad de generar estrategias para impulsar el empoderamiento interno de las mujeres y buscar de este modo contribuir al emprendimiento femenino.

Palabras clave: Capital humano, empoderamiento, mujeres empresarias

JEL: M12, M50, M54

Abstract

Women entrepreneurs face obstacles to empower themselves within the business environment and the development of human capital can help to break them down. Therefore, the first step and the objective of this research is to identify the relationship that exists between empowerment and women entrepreneurs' human capital. The present work is a cross-sectional study with an exploratory. Considers variables such as human capital (education, experience, training and self-efficacy), as well as empowerment (within, to, over and with), which served as fundament designing a interview guide that was applied to 15 volunteer entrepreneurs from CDMX. A qualitative analysis was carried out with the support of the Atlas.ti Software, taking the categories of each variable. Among the main findings, it was found that the development of human capital (education, experience, training and self-efficacy) is related to the ability of business women to empower themselves (within, to, over and with), since, the greater the knowledge, the greater the perception of power over. Choosing entrepreneurship by vocation is related to the power to make decisions. And finally, although the business women have power with, an aspect related to power within and self-efficacy stands in the way, which does not allow the business women to recognize their within power and the ability they have to run their companies. The implications of this study denote the need to generate strategies to promote the internal empowerment of women and thus seek to contribute to female entrepreneurship.

Key words: Human capital, empowerment, women entrepreneurs

Introducción

Las mujeres además de encontrar barreras para entrar al ámbito laboral se enfrentan a problemas como equilibrar su vida personal y profesional (Blanco & Feldman, 2000; Barrera & Aguirre, 2003); lo que

les impide desarrollarse y conseguir puestos mejores, obtener ingresos equitativos con relación a sus homólogos hombres, también sufren de acoso y encuentran dificultades para ser ascendidas; por lo que algunas mujeres optan por el emprendimiento como alternativa para derribar estas barreras.

Emprender les permite a las mujeres derribar las barreras a las que se enfrentan, identificando y ajustando los desequilibrios de poder y dotándolas de mayor autonomía para gestionar sus propias vidas y organizaciones (Fondo de Población de las Naciones Unidas, 2019), es decir, las empodera.

Uno de los recursos esenciales para la creación de una ventaja competitiva sostenible y un desempeño empresarial superior es el capital humano, lo que podría explicar las diferencias que se identifican respecto al rendimiento entre las empresas dirigidas por hombres y las dirigidas por mujeres (Saavedra & Camarena, 2015), pues ambos crean y dirigen sus empresas con diferentes tipos de colaboradores, siendo los hombres quienes buscan un personal mejor capacitado, experto y en edad productiva, lo que permite a los empresarios tener mayor seguridad y autonomía en la toma de decisiones personal y profesional (Instituto de la Mujer, 2011), en este sentido las investigaciones hacen énfasis en los colaboradores, pero también resulta importante trabajar en el desarrollo del capital humano de las propias empresarias, pues el sentirse más preparadas y capaces puede repercutir directamente en su empoderamiento y por tanto en la dirección de sus empresas. Por tal motivo, el objetivo de esta investigación es identificar la relación que existe entre el empoderamiento y el capital humano de las empresarias en la CDMX.

Marco teórico

Las mujeres en el ámbito laboral y empresarial

A través de la historia, las mujeres han recibido un trato distinto al de los hombres. La sociedad ha justificado estos actos debido a las diferencias fisiológicas y psicológicas que existen entre ambos sexos para, de esta forma, excluir a las mujeres de participar en el campo laboral y profesional (González, 1999).

A nivel mundial, las mujeres desempeñan un papel importante en la economía, representan alrededor de 20 billones de dólares del gasto anual de los consumidores, cifra que, se espera, llegará a los 28 billones

de dólares en los próximos 5 años. Las mujeres representan el 40% de la fuerza laboral mundial, están obteniendo grados profesionales en cifras jamás antes vistas y las organizaciones comienzan a cambiar sus estructuras en pro de permitirles participar en posiciones de liderazgo (GEM, 2014).

Sin embargo, las cifras de desempleo de las mujeres siguen siendo más altas que las de los hombres, situación que se agravó en 2020 pues un gran número de empresas dejó de operar debido a la pandemia ocasionada por COVID-19; como consecuencia, en 2022 en México, el número de mujeres sin empleo ascendió a 4.7 millones, mientras que sus homólogos hombres ascendieron a 3.1 millones (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2022). Adicionalmente las mujeres afrontan los riesgos más altos en el empleo, con condiciones como ingresos inadecuados, circunstancias de trabajo difíciles y falta de consideración para los derechos de las trabajadoras (GEM, 2014).

Las barreras que las mujeres encuentran para participar en la fuerza laboral, como la brecha salarial, riesgos más altos en el empleo, las circunstancias de trabajo difíciles, la falta de consideración para los derechos de las trabajadoras (GEM, 2014), las expectativas de la sociedad, el miedo a hacer algo mal, la falta de motivación, la dificultad de lograr un equilibrio entre la vida personal y profesional, la autolimitación para tomar decisiones o el sentimiento de culpa por fallar a las expectativas que se han planteado para ellas y barreras invisibles como el techo de cristal; impiden a muchas mujeres con capacidad personal y profesional, alcanzar posiciones en los entornos directivos, y promocionarse dentro de ellos (Sarrió et al., 2002), por lo que algunas mujeres buscan alternativas como el emprendimiento.

El emprendimiento empresarial brinda ventajas como volver más dinámico el sector privado y estimular el crecimiento económico de un país, pues al haber nuevas empresas se generan ingresos, nuevas fuentes de empleo y se fomenta la competitividad entre las empresas, lo que genera a su vez mayor productividad y desarrollo tecnológico (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2010), no obstante, esta actividad esta tradicionalmente asociada a los hombres, para 2015 el GEM reportó que el 19% de las mujeres eran emprendedoras en comparación con el 23% de los hombres, en 2021 en México se reportó un incremento importante (12.5%) en la participación de las mujeres empresarias en esta actividad, es posible que este incremento fuera consecuencia de las pérdidas de fuentes de empleo durante la pandemia, es por ello que

resulta prioritario encontrar mecanismos que permitan a las mujeres empresarias desarrollar el capital humano propio y de sus colaboradores para incrementar sus probabilidades de mantener los emprendimientos que iniciaron, desarrollarlos o migrar a sectores más rentables.

Capital humano

El capital humano se ha convertido en una ventaja competitiva importante para las organizaciones, la eficiencia empresarial ya no depende del valor de la infraestructura o maquinaria con la que cuenta una organización sino de los activos intangibles como el conocimiento, las habilidades, la creatividad y la experiencia de las personas, que pueden aplicarse de forma individual y colectivamente en las organizaciones y contribuir a crear nuevos productos y servicios, acceder a nuevos mercados, implementar el potencial del cambio tecnológico, para permanecer y desarrollarse en el mercado (Camarena & Saavedra, 2016).

Valencia (2005) señala que el capital humano constituye un recurso intangible que permite a las organizaciones incrementar su productividad, impulsar la innovación y como consecuencia incrementar la competitividad. La naturaleza del capital humano lo distingue de cualquier otro recurso, por lo que el éxito de cualquier organización está vinculado estrechamente con el desempeño de las personas que la integran sin importar su jerarquía, ubicación y condición, pues son ellas las que poseen habilidades, conocimientos, relaciones sociales, actitudes y valores, y son ellas las que deciden dónde, cuándo y cómo utilizarlos.

El capital humano es fuente de ventaja competitiva para las organizaciones, por lo que, de acuerdo con Valencia (2005) es imperante identificar el valor que las personas tienen para las organizaciones y tratar de potenciarlo, al igual deben incrementar el valor que la empresa tiene para el empleado, con el fin de captar a las mejores personas y reducir el riesgo de perder a un activo tan valioso como es el capital humano.

En las organizaciones la concepción que se tenía, de que las personas son un recurso más de la cadena productiva y que deben ser administrados como el dinero, los materiales y las maquinarias, se ha modificado. Actualmente las personas son vistas como seres con talentos, necesidades, intereses y aspiraciones, que dan sentido a los procesos y que agregan valor a las organizaciones (Caicedo & Acosta, 2012; Bonilla & Medina, 2014); e incluso de acuerdo con Del Río y Alonso-Villar (2007) una sociedad que desaprovecha el capital humano de buena parte de

su población está limitando su potencial, con la consiguiente pérdida de competitividad en una economía cada vez más globalizada.

Para efectos de esta investigación y dado el sector que se estudia, se tomarán en cuenta cuatro elementos principales que componen el capital humano: la formación, la experiencia, la capacitación y la autoeficacia percibida (Cardona et al., 2007; Camarena & Saavedra, 2016).



Figura 1. Elementos que componen el capital humano

Fuente: Elaboración propia con información de Cardona, et al. (2007) y Camarena y Saavedra (2016).

La formación o educación formal, es definida como una inversión las personas, y trata sus consecuencias, es decir, el aprendizaje, como una forma de capital (Schultz; 1985). Así la experiencia, también constituye un elemento importante del capital humano y es especialmente valorada por ser un factor que contribuye a obtener conocimientos técnicos que los trabajadores aplican en su día a día, y, puede llegar a convertirse en un factor que produce retribuciones al individuo y a la organización. Los desarrollos de estos componentes forman parte del acumulado de capital humano de las personas, así, no solo es importante contar con capital humano con educación formal, sino resaltar que la experiencia laboral constituye un factor indispensable y que genera mayor productividad para las organizaciones. Sin embargo, cuando esta no viene acompañada de una formación profesional adecuada, dichos

rendimientos tienden a quedarse iguales, por lo que ambos elementos deben complementarse (Cardona, et al., 2007).

Así mismo, Cardona, et al. (2007) identifican a la capacitación como una forma de inversión, que realizan los emprendedores o directores de las organizaciones, en la formación de sus colaboradores, con el fin de proporcionar beneficios a futuro (mayores ingresos) tanto para los individuos como para la organización.

Finalmente, la autoeficacia percibida es definida como las creencias de las personas para generar niveles de rendimiento que tienen contribución sobre los acontecimientos que afectan a sus vidas. Estas creencias de eficacia personal son las que determinan cómo las personas se sienten, piensan, se motivan y se comportan (Bandura, 1994), tanto en el ámbito personal como profesional.

Calderón y Mousalli (2012) establecen que la gestión adecuada del capital humano otorga a las organizaciones el reconocimiento explícito del valor económico del conocimiento, la capacidad de desarrollo del “saber hacer”, capacidad de cuestionar valores, cultura y cambiar el comportamiento, estimular el uso de la experiencia y el aprendizaje a través de la detección y corrección de errores, habilidad de compartir pericias, experiencias e informaciones individuales, habilidad creadora, capacidad de articular conocimientos conceptuales sobre una experiencia, utilización de la capacidad creativa de las personas.

Así mismo, de acuerdo con Cardona, et al. (2007) contar con personas, que tengan educación formal, experiencia, constante capacitación y un buen estado de salud física y psicológica, es indispensable para que las organizaciones sean cada vez más productivas y competitivas. Sin embargo, las mujeres a pesar de que, invierten la mayor parte de sus ingresos en capital humano, se sabe que la calidad del recurso humano con el que cuentan en sus organizaciones es de menor calidad y son los hombres quienes buscan un capital humano mejor capacitado, experto y en edad productiva (Saavedra & Camarena, 2015).

Esto podría deberse a que las empresarias saben lo difícil que es ser mujer en el mercado laboral, demostrar en todo momento su capacidad y el por qué se encuentran en el lugar que ocupan, así, enfrentar estos obstáculos también vuelve a las empresarias más empáticas y se sienten responsables de fomentar en sus equipos de trabajo la igualdad de oportunidades tanto para hombres como para mujeres (Berbel, 2014).

Así, el espíritu emprendedor de las mujeres es sumamente importante para el desarrollo social y la prosperidad, pues las emprendedoras contribuyen considerablemente al crecimiento económico y la reducción de pobreza en el mundo entero, especialmente por que, históricamente se ha comprobado que las mujeres se preocupan no sólo por cuidar su economía, sino también por cuidar a las personas que las rodean, sin embargo, esto podría significar una desventaja, pues debido a esta intención de ayudar, las mujeres se allegan de personal menos valioso, con falta de experiencia y conocimientos necesarios para contribuir al desarrollo de sus organizaciones (GEM, 2014; Saavedra & Camarena, 2015).

El éxito de una empresa, en muchos casos está relacionado con una gestión eficaz del capital humano, dado que es el factor de diferenciación principal de una organización, en contraste con factores como la tecnología o la estructura que pueden copiarse fácilmente, esto resulta posible si en la organización se fomentan prácticas que permitan la participación del capital humano en los procesos, lo que significaría agregar valor, convirtiéndose en un recurso difícil de replicar y reemplazar, es decir, una persona bien capacitada, con valores, principios éticos y una mentalidad enfocada para lograr los objetivos de la empresa, representa una ventaja competitiva en sí misma (Camarena y Saavedra, 2016), por lo que dirigir un proceso adecuado de atracción y retención de los buenos colaboradores es un asunto prioritario (Balakrishnan & Vijayalakshmi, 2014) particularmente para las mujeres empresarias.

Implementar y respetar esta visión requiere de líderes, directores y emprendedores que comulguen con ella. Las mujeres empresarias al tener características como optimismo, perseverancia, compromiso, iniciativa, e interés mostrado por su entorno y por las personas, resultan características especialmente importantes para ejercer un liderazgo transformacional³, innovando y ayudando a los seguidores a desarrollar su potencial y a contribuir con su organización de forma más efectiva (López et al., 2009).

La gestión del capital humano representa en la actualidad uno de los aspectos más importantes en las organizaciones, y ésta depende de las acciones y estrategias que se plantean, tomando en consideración varios factores como: características, costumbres, habilidades y aptitudes de los líderes y de cada uno de los miembros que conforman la organización y las actitudes para realizar el trabajo (Vallejo & Portalanza, 2017).

³ Aquel en el que el líder sirve como modelo, ganándose la credibilidad y confianza de sus seguidores, estableciendo metas para el futuro y desarrollando planes para lograrlas

De acuerdo con Zenger-Folkman (2012) las mujeres en los roles de liderazgo cuentan con rasgos distintos a los hombres tales como iniciativa, honestidad, inspiración, motivación y capacitación, que las ayudan a la toma de decisiones; y sus valores se inclinan hacia el trabajo en equipo, inclusión y una comunidad unida, lo que permite a las empresarias afrontar cada vez menos problemas que los hombres al momento de reclutar personal adecuado (Belso, 2003).

Uno de los mayores desafíos para el área de recursos humanos, se da lugar desde antes de la incorporación del trabajador a la empresa. Por lo tanto, es necesario captar a los mejores candidatos desde la oferta de empleo, para lo que actualmente se contemplan paquetes de beneficios psicológicos, económicos y funcionales que ayudan a las organizaciones a incrementar el número de postulantes interesados en formar parte de la empresa. Esto facilita la selección de empleados adecuados y proporciona ventaja estratégica a la organización (Wilden, Gudergan & Lings, 2010).

Las nuevas formas de trabajo y alternativas laborales, como las modalidades de trabajo flexible y a distancia propician la transformación de las relaciones laborales, permitiendo a las organizaciones atraer y retener trabajadores experimentados que buscan un mayor equilibrio entre la vida laboral y personal (Gutiérrez, 2016).

Empoderamiento de las mujeres empresarias

El concepto *empowerment* o empoderamiento se originó en Estados Unidos, durante 1970, en los movimientos de derechos civiles, vinculados a ideologías sociales y políticas que reclaman equidad frente a la constante opresión y responden a las necesidades de generar cambios dentro de las relaciones de poder entre géneros (Erazo et al., 2014).

En cuanto al empoderamiento femenino, se puede definir como el proceso, y el resultado de dicho proceso, a través del cual las mujeres ganan mayor control sobre los recursos intelectuales y materiales, así como el desafío de ideologías de patriarcado y la discriminación de género (Batiwala, 1994).

Zapata et al. (2002) señalan que el empoderamiento es un proceso personal, cada mujer tiene que empoderarse a sí misma, no es posible empoderar a otras personas, sin embargo, se pueden generar espacios para permitir el desarrollo de este proceso, por lo que resulta tan impor-

tante crear conciencia de la discriminación de género y del compromiso de las organizaciones como agentes facilitadores de este.

El empoderamiento no es un proceso lineal con un principio y un fin claramente definido y común para todos los individuos, en este caso las mujeres, sino que es un proceso que se experimenta de manera diferenciada y de alguna manera única por cada individuo, y se define y desarrolla en función de la historia personal y del contexto de cada una. En ese sentido, es posible plantear que el empoderamiento puede ocurrir por efectos de experiencias diversas, tales como procesos educativos, organizativos y laborales (Casique, 2010).

Según las Naciones Unidas (1995) y el Banco Mundial (2009), empoderar a las mujeres resulta necesario y deseable pues contribuye sin duda al bienestar familiar e individual, al desarrollo social y a la salud, es por ello que los programas relacionados con este asunto se orientan a permitir el acceso de las mujeres a los recursos y a la toma de decisiones, tanto individuales como colectivas, y a conseguir que ellas se perciban a sí mismas capaces y legítimas para ocupar un espacio en la toma de decisiones; sin embargo, no es un concepto exclusivo de este grupo, sino de todos aquellos en condición de desventaja. Es un concepto complejo, multidimensional y de múltiples niveles, que abarca diferentes aspectos (Erazo et al., 2014).

Es por eso que Rowlands (1997) plantea que “el empoderamiento de las mujeres es un asunto de género y no simplemente un asunto de mujeres”, porque tiene que ver con la modificación de las relaciones sociales y, en particular, de las relaciones sociales que están basadas en el sexo de los individuos.

Kabeer (2002) define al empoderamiento femenino como la expansión de las habilidades de la mujer con el fin de tomar decisiones estratégicas en un entorno donde anteriormente estaba prohibido. Por su parte Batliwala (1994) dice que el empoderamiento comienza dentro de la mente donde las mujeres encuentran espacios y tiempos propios para reexaminar sus vidas de manera crítica.

Matud (2004) plantea que la autoestima está asociada tanto a los roles tradicionales clásicos de esposa y madre, así como a otras condiciones menos tradicionales tales como tener un nivel de estudios o un buen empleo, es decir, para que una mujer pueda empoderarse primero es necesario crear cambios en su identidad y la forma de percibirse a sí misma, lo cual no se da de un día para otro. Dichos cambios son difí-

ciles de alcanzar pues dependen también de la educación cultural de las personas que las rodean (familia y pareja); resultando un proceso doloroso pues implica mover estructuras que parecían imposibles de cambiar (Martínez-Corona et al., 2010).

Diferenciar los tipos de poder existentes es una herramienta para comprender los alcances del empoderamiento. El primer tipo o el *poder sobre*, es un poder de suma cero, en el que el aumento de poder de una persona implica la pérdida de poder de otra. Los otros tipos de poderes: *poder para*, *poder con* y *poder desde dentro*, son definidos como poder de suma positiva, es decir, debido a que el incremento de poder de una persona incrementa el poder total disponible (León, et al. 1997).

Debido a las desigualdades que persisten referentes a las mujeres, en relación con la distribución, el acceso, el uso y el control de los recursos productivos, y los múltiples estereotipos que enfrentan y reducen su poder y autonomía, en diferentes grados y en diferentes aspectos y ámbitos. Autoras como Pereznieta y Taylor (2014) realizan una clasificación de las dimensiones del poder que integran al empoderamiento, pero específicamente sobre el empoderamiento femenino:

1. Poder dentro o interno: referente al conocimiento, las capacidades, la autoestima y la autoconfianza para hacer cambios en sus vidas, incluidas las habilidades de aprendizaje para conseguir un trabajo o comenzar una empresa.
2. Poder para: que les permita tomar decisiones dentro de su hogar, comunidad, y economía local, no solo en áreas consideradas tradicionalmente “femeninas”.
3. Poder sobre: acceso y control financiero, físico y basado en el conocimiento de activos, incluido el acceso al empleo y actividades de generación de ingresos.
4. Poder con: la capacidad de organizarse con otros para mejorar la actividad económica y sus derechos.

Además, para que la mujer pueda empoderarse, debe tener acceso a los recursos que requiera y poder sobre éstos para que pueda tomar decisiones acertadas y adquiera de esta forma control sobre su vida. La disponibilidad de recursos económicos y sociales puede estar asociada con el empoderamiento de la mujer, debido a que éstos dan acceso a más y nuevos recursos (Casique, 2010).

La Organización de las Naciones Unidas (ONU), por su parte, propone siete principios para el empoderamiento de las mujeres, los cuales ofrecen orientación práctica acerca de cómo empoderar a las mujeres en su lugar de trabajo y en la comunidad en general a través de la adecuada elaboración y aplicación de sus políticas y prácticas. Dichos principios son (ONU, 2016):

1. Promover la igualdad de género desde la dirección al más alto nivel.
2. Tratar a todos los hombres y mujeres de forma equitativa en el trabajo; respetar y defender los derechos humanos y la no discriminación.
3. Velar por la salud, la seguridad y el bienestar de todos los trabajadores y las trabajadoras.
4. Promover la educación, la formación y el desarrollo profesional de las mujeres.
5. Llevar a cabo prácticas de desarrollo empresarial, cadena de suministro y mercadotecnia a favor del empoderamiento de las mujeres.
6. Promover la igualdad mediante iniciativas comunitarias y cabildeo.
7. Evaluar y difundir los progresos realizados a favor de la igualdad de género.

Basándose en estos principios la Secretaría General de las Naciones Unidas publica el documento llamado “No dejar a nadie atrás: un llamado a la acción sobre la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres”; donde se menciona que empoderar a las mujeres en la economía y reducir las brechas de género en lo laboral es primordial en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. El ideal es que las empresas adopten estos principios para que en conjunto con los gobiernos y la sociedad civil se logre una mayor igualdad de género (Panel de Alto Nivel sobre el Empoderamiento Económico de las Mujeres, 2016).

Metodología

El presente trabajo es de corte cualitativo, exploratorio, transversal y no experimental, se utilizaron entrevistas a profundidad, por lo que se diseñó una guía de entrevista para la recolección de información (Anexo 1), considerando factores que permitan determinar la relación que existe entre el empoderamiento y el capital humano de las empresarias.

El instrumento que se utilizó consideró las variables empoderamiento: interno, sobre, para y con (Pereznieto & Taylor, 2014), capital humano: formación, experiencia, capacitación y autoeficacia (Cardona et al., 2007; Camarena & Saavedra, 2016).

Conceptualización de las variables

Variable	Autores	Conceptualización	Elementos
Empoderamiento femenino	Battiwala, 1994; Erazo et al., 2014; Zapata et al., 2002; Rowlands, 1997; y Kabeer, 2002	Es el proceso, y el resultado de dicho proceso, a través del cual las mujeres ganan mayor control sobre los recursos intelectuales y materiales, así como el desafío de ideologías de patriarcado y la discriminación de género.	1. Interno 2. Sobre 3. Para 4. Con
Capital humano	Valencia, 2005; Camarena y Saavedra, 2016; Caicedo y Acosta, 2012; Bonilla y Medina, 2014; Cardona et al., 2007.	Recurso intangible integrado por la experiencia, los conocimientos, las habilidades y autoeficacia de las personas que integran la organización.	1. Formación 2. Experiencia 3. Capacitación 4. Autoeficacia

Determinación de la muestra

La muestra estuvo compuesta por sujetos voluntarios, es decir, se invitó a participar a empresarias que dirigían una empresa en la Ciudad de México y tenían personal a su cargo y, por tanto, cumplían con las características necesarias para el estudio, por lo que se realizó una entrevista personal a quince empresarias, cuyas características se muestran en la tabla 1.

Análisis de resultados

Entre las principales características de las emprendedoras de la muestra analizada, se observó que en su mayoría son jóvenes, el promedio de edad de la muestra es de 35 años y la mayoría se encuentra entre los 23 a los 40 años, dos terceras partes son solteras y no tienen hijos, mientras que un tercio de ellas son casadas o tiene pareja e hijos. Todas son profesionistas y cuentan con experiencia laboral.

Con relación a las características de sus empresas, la mitad son organizaciones jóvenes pues llevan de 1 a 4 años operando, mientras que la otra mitad tienen entre 8 y 15 años de haber sido fundadas; respecto a los empleados la cantidad de colaboradores es más variada, algunas solo cuentan con socios y otras más van desde uno hasta 50 empleados. Varias de las emprendedoras brindan oportunidad a jóvenes estudiantes para realizar prácticas profesionales.

Tabla 1. Características de mujeres empresarias en CDMX

Nombre	Edad	Escolaridad	Carrera	Giro de la empresa	Estado civil	No. hijos	Antigüedad de los negocios	No. trabajadores
Claudia	54	Licenciatura	Médico Veterinario	Veterinaria	Divorciada	2	15	2 empleados
Ana Sofía	23	Maestría	Ingeniería Industrial y Sistemas	Servicios de consultoría en RH para las empresas	Soltera	-	2	14 practicantes y 2 socios
Edna	29	Licenciatura	Diseño de Modas	Diseño de sombreros y tocados	Soltera	-	3	1 empleado
Luz	48	Bachillerato	Escuela Normal	Venta de alimentos	Casada	2	10	2 empleados
Carolina	45	Especialidad	Psicología	Servicios educativos niños, niñas y jóvenes	Casada	2	9	40 empleados
Alhelí	40	Licenciatura	Cosmetología	Servicio de Spa	Casada	2	3	1 empleado
Bibiana	30	Especialidad	Ingeniería forestal	Rescate, conserva y comercialización del maguay pulquero	Unión libre	-	4	50 empleados
Brenda	28	Licenciatura	Letras hispano-americanas	Servicios de análisis y asesoría de guiones	Soltera	-	8	5 empleados
Samantha	31	Licenciatura	Pedagogía	Terapia para niños con espectro autista	Soltera	-	4	1 empleado
Verónica	51	Licenciatura	Trabajo Social	Atención psicológica	Casada	2	12	2 empleados
Edith	25	Licenciatura	Ingeniería química	Servicios de biofertilización para agricultores	Soltera	-	2	1 socio
Mariana	26	Maestría	Fisioterapia	Servicios médicos	Soltera	-	6	2 empleados
Mónica	30	Licenciatura	Cirujana dentista	Consultorio de odontología	Soltera	-	5	1 empleado
Laura	28	Especialidad	Psicología	Asesoría y capacitación en derecho laboral	Soltera	-	3	1 socia
Patricia	46	Licenciatura	Arquitectura	Construcción	Soltera	-	14	16 empleados

Elaboración propia.

El análisis de los cuestionarios se realizó con el Software para análisis cualitativo Atlas.ti aquí sólo se presenta la interpretación por cada uno de los factores y las categorías que se identificaron en las respuestas de las empresarias.

Capital humano

a) Formación

Coincidente con la literatura (Camarena & Saavedra, 2017), a través de la muestra analizada es posible notar que en su mayoría las emprendedoras tienen estudios de licenciatura, además de que una tercera parte cuenta con estudios de posgrado, lo que puede sugerir que las mujeres encuentran en el emprendimiento alternativas o formas de complementar su desarrollo profesional y cada vez están mejor preparadas, sin embargo, los resultados también visibilizan que la elección de carrera por parte de las emprendedoras está particularmente centrada en sectores que pueden ser considerados estereotípicamente “femeninos” como diseño de modas, cosmetología, psicología, pedagogía, trabajo social y odontología, aunque también es importante señalar que una tercera parte de las emprendedoras estudió una ingeniería, tipo de carrera que usualmente es asociada a los hombre, lo que podría indicar que las mujeres comienzan a incorporarse en mayor medida a carreras estereotípicamente masculinas.

b) Experiencia

Respecto a la experiencia de las emprendedoras, todas cuentan con experiencia profesional y congruente con la literatura (GEM, 2014; Camarena & Saavedra, 2017) la mayoría de las emprendedoras eligen el sector servicios para operar en el mercado con sus organizaciones. Empero es importante resaltar que a pesar de que las organizaciones se encuentran en el sector servicios han innovado respecto al mercado en el que se enfocan o los procesos que utilizan, coincidiendo con la literatura que señala que cuando más elevado es el nivel de estudios de las mujeres mayor posibilidad existe de que sus empresas sean exitosas (Martín-Gutiérrez et al., 2021).

Adicionalmente, dos terceras partes de la muestra de empresarias cuentan con experiencia profesional previa a iniciar su emprendimiento actual, algunas realizando prácticas profesionales, otras con proyectos de emprendimiento previo y algunas más con un periodo de experiencia de 1 a 10 años en alguna organización o institución.

c) Capacitación

Las emprendedoras indicaron la importancia de tomar cursos o talleres que les ayuden a desarrollar sus habilidades y conocimientos de emprendimiento y en especial consideran que es muy importante contar con la experiencia de personas con más experiencia en el ámbito empresarial. Las áreas sobre las que les gustaría mejorar sus conocimientos son tecnología, mercadotecnia, administración, finanzas, costos, recursos humanos y normatividad, adicional a estas áreas de formación, las emprendedoras manifestaron que consideran importante enseñar a las emprendedoras sobre autoestima, autoimagen y empoderamiento, es decir, no solo trabajar aspectos técnicos sino trabajar para mejorar su seguridad como emprendedoras e individuos.

d) Autoeficacia

La autoeficacia está definida como la creencia en las propias capacidades para movilizar los recursos cognitivos, la motivación y los cursos de acción requeridos para afrontar las demandas de la tarea (Bandura, 1977). Puede estar afectada por los estereotipos culturales impuestos por la sociedad en relación con el género y por tanto repercutir en el nivel de autoeficacia percibida por las emprendedoras. De acuerdo con la literatura (Camarena et al., 2015) las mujeres se perciben con menos autoeficacia en áreas que se han denominado como predominantemente masculinas, además se perciben con menos frecuencia como “empresarias” y tienen un menor grado de confianza en lograr poner en marcha su empresa. Congruente con ello, solo una tercera parte de las empresarias se describió con este término, mientras dos terceras partes de las emprendedoras que participaron en el estudio recurrieron a describirse usando el término “persona” o “mujer”, referente a esto una de ellas manifestó abiertamente su renuencia a ser llamada empresaria pues indicó que al escuchar el término ella piensa en algo más grande, como un establecimiento con oficinas y muchos trabajadores.

Empoderamiento femenino

a) Poder dentro o interno

Este factor se encuentra estrechamente relacionado con la autoeficacia de las emprendedoras, debido a que suele ser difícil para ellas, pese a su formación, experiencia y conocimientos, reconocerse o nombrarse como “emprendedoras” o “empresarias”, la mayoría de ellas fue capaz de describirse utilizando cualidades y términos positivos, lo que permite

identificar que cuando ellas no se comparan con sus homólogos hombres si encuentran aspectos positivos sobre sí mismas (Langowitz & Minnitti, 2007). Lo que sugiere la importancia de desarrollar una actitud de autoconfianza (Chávez & Feijó, 2020; Querejazu, 2022) al ser un factor primordial para el emprendimiento femenino.

b) Poder sobre

Este factor se relaciona con el conocimiento, acceso y control financiero, y pese a que sector público ofrece una diversidad de opciones para impulsar el emprendimiento de mujeres, la gran mayoría de las emprendedoras tienen poco acceso, desconocen estos programas ofrecidos por el gobierno o deciden no considerarlo debido que los procesos de solicitud de financiamiento son complejos y, en algunos casos, excluyentes (Santamaría & Tapia, 2017).

Así, coincidiendo con la literatura, las mujeres emprendedoras indicaron en su mayoría que no han tenido acceso a ningún financiamiento, por lo que operan con recursos propios y provenientes de reinvertir sus utilidades, algunas de ellas indicaron que esto se debía a su falta de conocimiento y experiencia utilizando estos recursos, mientras que otras indican que se debe a que las tasas de intereses ofrecidos por las instituciones bancarias son muy altos y sus procesos muy “engorrosos”. Por el contrario, una tercera parte de ellas indicó que recibió apoyo de diversas instituciones, recursos económicos y asesorías por parte de las universidades e incubadoras a las que se acercaron; además de apoyo moral por parte de su familia, pareja, compañeros, maestros y amigos, lo que podría sugerir que, a mayor conocimiento sobre la importancia y funcionamiento de los financiamientos, mayor es la percepción de poder *sobre* los recursos a los que pueden acceder las emprendedoras.

c) Poder para

La literatura señala que la mayoría de las mujeres en América Latina y el Caribe son empresarias por necesidad más que por vocación. Esto como consecuencia de la brecha de ingresos existente (Asia-Pacific Economic Cooperation [APEC], 2009, Pagés & Piras, 2010), si bien, algunas de las emprendedoras señalaron que al iniciar sus empresas la necesidad fue su motivante, también indicaron que continúan con sus empresas porque le gusta y ahora realizan su actividad por “amor”, así, en la mayoría de los casos las emprendedoras iniciaron sus proyectos porque buscaban independencia o el emprendimiento era su vocación;

y para ayudar a las personas a desarrollar competencias de liderazgo, desarrollar a sus comunidades, combatir la discriminación hacia sectores vulnerables, informar y concientizar a la sociedad sobre discriminación e impacto ambiental, e incluso volverse un ejemplo para otros, coincidiendo en este aspecto con lo señalado por Ormeño (2014); y Culebro et al. (2009), quienes indican que la participación de las mujeres en el ámbito empresarial se debe a diversas causas no solo a la necesidad. Esto podría sugerir que las emprendedoras sienten poder *para* tomar decisiones respecto a sí mismas, sus empresas y su vocación.

d) Poder con

Respecto al poder de trabajar con otros, es decir, asociarse y pertenecer a redes empresariales, de acuerdo con Heller (2010), en general las emprendedoras se encuentran en desventaja respecto a sus pares masculinos, no porque no formen parte de redes, sino porque las redes en que participan unas y otros tienen diferentes características: son más pequeñas; se componen principalmente por relaciones sociales y familiares, son más homogéneas y densas, mientras que las redes masculinas se caracterizan por ser más diversas, extensas y con lazos relacionales menos fuertes. En este sentido, solo dos de las emprendedoras pertenecen a alguna cámara empresarial y tres cuentan con socios, por lo que los contactos no son una de las ventajas con las que cuentan las emprendedoras, coincidiendo con lo establecido con Heller (2010).

Sin embargo, la relación que guardan con sus colaboradores es buena debido a las acciones que llevan a cabo las emprendedoras para motivarlos como establecer metas claras, capacitarlos, ofrecerles crecimiento personal, confianza y apoyo. Adicionalmente, una tercera parte de las mujeres emprendedoras mencionan que son vistas por sus colaboradores como figuras de autoridad, pero ellas se sienten más cómodas al contar con líneas de autoridad horizontales, lo cual también resulta congruente con el proceso de toma de decisiones, pues en su mayoría las emprendedoras suelen asumir liderazgos participativos. Aunque este hallazgo es un tanto contradictorio, tiene sentido en tanto que las mujeres tienen poder con, es decir, tienen la capacidad de trabajar con otros y especialmente de ser vistas como autoridades, sin embargo, se interpone un aspecto relacionado con el poder dentro y la autoeficacia, que no les permite reconocer a las emprendedoras su poder *interno* y la capacidad que, aunque para otros es evidente, para ellas es resulta inexistente.

Conclusiones

Las mujeres suelen encontrar barreras durante su desarrollo profesional y encuentran en el emprendimiento lo necesario para equilibrar su vida laboral y personal, hacer frente a las brechas salariales y las pocas o la nula oportunidad de crecimiento en las organizaciones, sin embargo, estas barreras no son exclusivas del ámbito laboral, el sector empresarial suele acarrear también limitaciones, por lo que resulta indispensable encontrar mecanismos que permitan a las mujeres derribar dichas barreras, ejemplo de ello es el empoderarlas, lo que supone todo un proceso mediante el cual las empresarias asuman el control sobre sus vidas, sus decisiones y la dirección de sus empresas.

Sumado a ello y con los cambios que vive la sociedad, el cambio de paradigmas respecto a los recursos humanos y el desarrollo del capital humano de las propias emprendedoras, podría contribuir a su empoderamiento. Durante esta investigación fue posible notar que, pese a que las emprendedoras están cada vez mejor preparadas, tienen experiencia, han tomado capacitaciones e incluso tienen posgrados en su formación, su percepción de autoeficacia aun no es positiva, especialmente cuando se comparan a sí mismas con empresarios hombres. Por lo que, de los cuatro elementos que integran el capital humano (formación, experiencia, capacitación y autoeficacia) resulta prioritario elevar los niveles de autoeficacia de las empresarias, para que sean capaces de verse a sí mismas como capaces y valiosas para dirigir sus empresas.

En este mismo sentido, al analizar los elementos que componen el empoderamiento de las empresarias, es posible notar que la formación, la experiencia, la capacitación y la autoeficacia, tienen un impacto directo en la capacidad de las emprendedoras para notar su poder *interno, sobre, para y con*. Entre los principales hallazgos fue posible notar que a mayor conocimiento sobre la importancia y funcionamiento los tipos de financiamiento, mayor es la percepción de poder *sobre* los recursos a los que pueden acceder las emprendedoras. Además, las emprendedoras eligen el emprendimiento como opción de carrera por vocación, para alcanzar independencia y apoyar a otros por lo que es posible decir que sienten poder *para* tomar decisiones respecto a sí mismas, sus empresas y su vocación. Y finalmente, aunque las emprendedoras tienen la capacidad de trabajar y relacionarse con otros, especialmente por el estilo de liderazgo observado en la mayoría de ellas, es decir, tienen poder *con*, se interpone un aspecto relacionado con el poder *dentro* y la autoeficacia, que no les permite reconocer a

las emprendedoras su poder *interno* y la capacidad que, aunque para otros es evidente, para ellas resulta inexistente.

Anexo 1

Para la recolección de la información se diseñó y aplicó una guía de entrevista, en la que se consideraron aspectos demográficos, así como las variables empoderamiento: interno, sobre, para y con (Pereznieto & Taylor, 2014), capital humano: formación, experiencia, capacitación y autoeficacia (Cardona et al., 2007; Camarena & Saavedra, 2016) para permitir determinar la relación que existe entre el empoderamiento y el capital humano de las empresarias.

Se invitó a participar a mujeres empresarias que dirigían una empresa en la Ciudad de México y tenían personal a su cargo, para posibilitar el estudio, por lo que la muestra estuvo compuesta por 15 empresarias voluntarias. A continuación, se incluye el instrumento:

Buenas tardes, muchas gracias por su tiempo, esta entrevista servirá para un trabajo de investigación sobre empresarias en la CDMX y tiene como finalidad reunir información determinar la relación que existe el capital humano y el empoderamiento. Primero me gustaría saber un poco sobre los diferentes roles que desempeña:

1. ¿Cuál es su estado civil? ¿Tiene hijos? ¿Cuáles son sus edades? (Si responde que no pasar a la 3)
2. Entre el cuidado de los hijos, las responsabilidades del hogar, su cuidado personal y la dirección de su empresa ¿Cuál sería el orden de importancia que le asignaría a cada una?
3. Entre las responsabilidades del hogar, su cuidado personal y la dirección de su empresa ¿Cuál sería el orden de importancia que le asignaría a cada una?
4. ¿Cómo distribuye su tiempo durante la semana?

Respecto a su formación y experiencia:

1. ¿Cuál es su nivel de estudios y área de formación?
2. ¿En qué puesto(s) ha trabajado?
3. ¿Cuáles fueron las principales razones para ser empresaria?
4. ¿A qué se dedica su empresa?
5. ¿En qué año inició operaciones su empresa?

6. ¿Cuántos empleados tiene?
7. ¿Como es la relación con sus empleados?
8. ¿Cuáles considera las características que diferencian a su empresa?

Muchas gracias, ahora me gustaría saber más sobre su papel como empresaria, así que, podría comentarme:

1. ¿Cómo se describiría como empresaria? ¿Por qué?
2. ¿Cuál fue la principal barrera para emprender su negocio?
3. ¿Alguna vez ha considerado cerrar su empresa? ¿Por qué?
4. ¿Considera necesario tomar cursos de capacitación y talleres para emprendedores?
5. ¿Cuál es el área de conocimiento en la que le gustaría capacitarse para contribuir con el desarrollo de su empresa?
6. ¿Qué piensa sobre contar con el apoyo de empresarias con más experiencia?
7. ¿Cuáles son los contactos principales con los que cuenta (Proveedores, clientes, socios, distribuidores)? ¿Cómo es su relación con ellos?
8. ¿Pertenece a alguna cámara de comercio?
9. ¿Ha solicitado algún tipo de financiamiento para impulsar el crecimiento de su empresa? ¿Por qué?

Referencias

Asia-Pacific Economic Cooperation [APEC]. (2009). *Public Policies to Promote Women Entrepreneurs Project. Cases of Australia, Canadá, Chile and Perú.* https://www.apec.org/docs/default-source/Publications/2009/12/Public-Policies-to-Promote-Women-Entrepreneurs-Project-Cases-of-Australia-Canada-Chile-and-Peru-Augu/09_gfpn_publicpolicies.pdf

Balakrishnan, L. & Vijayalakshmi, M. (2014). A Study on Retention Strategy's followed by Education Institutions in Retaining Qualified Employees. *SIES Journal of Management*, 10 (1) 69-80. <https://eds.p.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=039c7051-2e4c-474e-88ed-c967d05d9c5e%40redis>

Banco Mundial (2009). *Engendering development: through gender equality in rights. Resources and voice. Policy research report on gender and development.* <http://documents.worldbank.org/curated/en/418121468762028409/Engendering-development-through-gender-equality-in-rights-resources-and-voice-summary>

Bandura, A. (1994). Self-efficacy. In V. S. Ramachaudran, *Encyclopedia of human behavior*, (4). Academic Press. <https://link.gale.com/apps/doc/A16937199/AONE?u=anon~3a823005&sid=googleScholar&xid=826414e2>

Bandura, A. (1977). Self-efficacy. Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>

Barrera, B. & Aguirre, I. (2003). Liderazgos femeninos y políticas públicas a favor de las mujeres en gobiernos locales en México. En B. Barrera y A. Massolo (Comps), *El municipio. Un reto para la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres*. (105-171) GIMTRAP/Inmujeres/PNUD. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100480.pdf

Batliwala, S. (1994). The meaning of Women's Empowerment: New concepts from action. En G. Sen., A. Germain y L. Chees, *Population Policies Reconsidered*. (127-138) Harvard Center for Population and Development Studies. <https://www.hup.harvard.edu/catalog.php?isbn=9780674690035>

Blanco, G. & Feldman, L. (2000). Responsabilidades en el hogar y salud de la mujer trabajadora. *Salud Pública de México*, 42(3), 217-255. <https://www.redalyc.org/pdf/106/10642310.pdf>

Belso, J. (2003). Discriminación de género y fomento de nuevas empresas: conclusiones a partir de un análisis multivariante sobre las pymes valencianas de reciente creación. *Revista del ministerio de trabajo y asuntos sociales* (41), 15-38. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=499957>

Berbel, S. (2014). *Directivas y empresarias. Mujeres rompiendo el techo de cristal*. Editorial UOC. <https://raco.cat/index.php/Asparkia/article/view/299762>.

BID. (2010). *Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina*. LEDEL. <https://www.bivica.org/files/mujeres-empresarias.pdf>

Bonilla, S. & Medina, V. (2014). *La transferencia de conocimiento para el proceso de talento humano de las mipymes mediante las empresas simuladas*. https://www.researchgate.net/publication/330566209_La_transferencia_de_conocimiento_para_el_proceso_de_talento_humano_de_las_mipymes_mediante_empresas_simuladas_CISTI_2014

Caicedo, V. & Acosta, A. (2012). La gestión del talento humano y el ser humano como sujeto de desarrollo. *Revista Politécnica*, 14, 105-113. <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/pol/article/view/216>

Camarena, M. & Saavedra, M. (Coords.). (2017). *Características y retos de las mujeres empresarias en la Ciudad de México*. FCA Publishing. https://publishing.fca.unam.mx/index.php?id_product=9&rewrite=retos-de-la-mujer-empresaria-en-mexico&controller=product

Camarena, M. & Saavedra, M. (2016). The Relationship between Human Capital and the competitiveness of SMEs in Mexico City, Mexico. *British Journal of Economics, Management & Trade*, 14(1) 1-13.

<https://journaljemt.com/index.php/JEMT/article/view/577>

Camarena, M., Saavedra, M. & Hernández, H., (2015) La competitividad de las empresas dirigidas por hombres y mujeres [Ponencia]. XX Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. FCA-UNAM. CDMX, México. <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2015/11.09.pdf>

Calderón, J. & Mousalli G. (2012). Capital humano: Elemento de diferenciación entre las organizaciones. *Actualidad Contable Faces*, 15(24), 5-18.

<https://www.redalyc.org/pdf/257/25722697002.pdf>

Cardona, M., Montes, I., Vásquez, J., Villegas, M. & Brito, T. (2007). Capital humano: una mirada desde la educación y la experiencia laboral. *Cuadernos de investigación*, 56, 1-36. <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/cuadernos-investigacion/article/view/1287>

Casique, I. (2010). Factores de empoderamiento y protección de las mujeres contra la violencia. *Revista Mexicana de Sociología*, 72(1), 37-71. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032010000100002

Chávez, A. & Feijó, N. (2020). El emprendimiento femenino y su contribución al desarrollo socioeconómico de la ciudad de Portoviejo. *Polo de Conocimiento*, 5(3), 554-473. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7398429>

Culebro, V., Martínez, K. & Cerda, A. (2009). *Empresas de mujeres=Empresas exitosas. INMUJERES*.

http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100988.pdf

Del Río, C. & Alonso-Villar, O. (2007). Diferencias entre mujeres y hombres en el mercado de trabajo: desempleo y salarios [Artículo]. *Seminario Economía e igualdad de Género: retos de la Hacienda Pública en el siglo XXI. Instituto de Estudios Fiscales (IEF) – Ministerio de Economía y Hacienda*. Madrid, España. <https://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/coral/diferencias.pdf>

Erazo, M., Jiménez, M. & López, C. (2014). Empoderamiento y liderazgo femenino; su papel en la autogestión comunitaria en el corregimiento. El Hormiguero. Valle del Cauca. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 32(1) 149-157. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-47242014000100011

Fondo de Población de las Naciones Unidas. (2019). *Estrategia de Igualdad de Género del UNFPA 2018-2021*. https://www.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/19-132_UNFPA_GenderStrategy-EN.pdf

GEM. (2014). *Reporte Nacional 2014 México. Tecnológico de Monterrey*. <https://www.gemconsortium.org/report/report-nacional-2014-mexico>

- GEM. (2015). *Reporte Nacional 2015 México. Tecnológico de Monterrey*. <https://www.editorialdigitaltec.com/materialadicional/reporteregionalgem2015.pdf>
- González, B. (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Comunicar*, 12 (84), 79-88. <https://www.redalyc.org/pdf/158/15801212.pdf>
- Gutiérrez, P. (2016). *Nuevas Formas de Organización del Trabajo para la Transformación de los Entornos Productivos* [Tesis presentada para optar al título de MBA] Universidad Tecnológica de Bolívar Facultad de Economía y Negocios MBA. <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0069806.pdf>
- Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: Realidades, obstáculos y desafíos. *Serie mujer y desarrollo*, (93). <https://www.cepal.org/es/publicaciones/5818-mujeres-emprendedoras-america-latina-caribe-realidades-obstaculos-desafios>
- Instituto de la Mujer. (2011). *Los recursos y resultados empresariales: Una perspectiva de Género*. www.inmujeres.gob.es/areasTematicas/estudios/serieEstudios/docs/recursosResultadosEmpresariales.pdf
- INEGI. (2022). *Indicadores de ocupación y empleo, enero 2022*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/iooe/iooe2022_02.pdf
- Kabeer, N. (2002). Resources, agency, achievements: Reflections on the Measurement of Women's Empowerment. *Development and Change*, 30(3), 435-464. <https://doi.org/10.1111/1467-7660.00125>
- Langowitz, N. & Minniti, M. (2007). The Entrepreneurial Propensity of Women. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 31 (3), 341-364. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00177.x>
- León, M. (Comp.). (1997). *Poder y empoderamiento de las mujeres*. TM Editores.
- López, E., García, R. & Eagly, A. (2009). Congruencia de rol de género y aspiraciones de las mujeres a posiciones de liderazgo. *Revista de Psicología Social*, 24 (1), 99-108. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2776925>
- Martín-Gutiérrez, A., Fernández-Salineró, C. & De La Riva-Picatoste, M. (2021). Factores determinantes del emprendimiento femenino en España: Identificación y análisis de una realidad. *Cuestiones Pedagógicas*, 2(30), 2021, 57-76. <https://doi.org/10.12795/CP.2021.i30.v2.04>
- Martínez-Corona, B., Zapata-Martelo, E., Alberti-Manzanares, P. & Delgado-Piña, D. (2010). Identidad y empoderamiento de mujeres en un proyecto de capacitación. *Ra Ximhai*, 6(3), 453-467. <https://www.redalyc.org/pdf/461/46116015013.pdf>
- Matud, M. (2004). Autoestima en la mujer: un análisis de su relevancia en la salud. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 22, 129-140. www.redalyc.org/pdf/799/79902212.pdf

Naciones Unidas. (1995). *Population and development: program of action adopted at the international conference on population and development*. https://www.un.org/development/desa/pd/sites/www.un.org.development.desa.pd/files/files/documents/2020/Jan/un_1995_programme_of_action_adopted_at_the_international_conference_on_population_and_development_cairo_5-13_sept._1994.pdf

ONU. (2016). *Principios para el empoderamiento de las mujeres*. <http://www.unwomen.org/es/partnerships/businesses-and-foundations/womens-empowerment-principles>

Ormeño, B. (2014). Emprendimiento femenino: propuesta de un perfil en base al propio discurso de mujeres, desde una perspectiva cualitativa. *Revista Gestión de las Personas y Tecnología*, 7(19), 32-43. <http://www.revistas.usach.cl/ojs/index.php/revistagpt/article/view/1473>

Pagés, C. & Piras C. (2010). *El dividendo de género. Cómo capitalizar el trabajo de las mujeres*. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/viewer/El-dividendo-de-g%C3%A9nero-C%C3%B3mo-capitalizar-el-trabajo-de-las-mujeres.pdf>

Panel de Alto Nivel sobre el Empoderamiento Económico de las Mujeres. (2016). *No dejar a nadie atrás: un llamado a la acción sobre la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres*. <http://www.femumex.org/docs/nadieAtras/Versionenespaniol.pdf>

Pereznieto P. & Taylor G. (2014). A review of approaches and methods to measure economic empowerment of women and girls. *Gender & Development*, 22 (2), 233-251. <https://doi.org/10.1080/13552074.2014.920976>

Querejazu, V. (2022). Emprendimiento Femenino en Bolivia y Autoconfianza. *LAJED*, (36), 43-78. www.scielo.org.bo/pdf/rlde/n36/2309-9038-rlde-36-43.pdf

Rowlands, J. (1997). Empoderamiento y mujeres rurales en Honduras: un modelo para el desarrollo. En M. León. (comp.), *Poder y empoderamiento de las mujeres*. TM Editores. <https://bibliotecaiztapalapauin.files.wordpress.com/2018/07/podermujer2.pdf>

Saavedra, M. & Camarena, M. (2015). Diferencias en la competitividad de las empresas según el género del director. *Neumann Business Review*, 1(2) 70-86. <https://doi.org/10.22451/3002.nbr2015.vol1.1.8006>

Santamaría, H. E. & Tapia Q. D. (2017). *Emprendimiento y género en México*. www.caiinno.org/wp-content/uploads/2017/05/Genero-emprendimiento.pdf

Sarrió, M., Barberá, E., Ramos, A. & Candela, C. (2002). El techo de cristal en la promoción profesional de las mujeres. *Revista de Psicología Social*, 17(2), 167-182. <https://doi.org/10.1174/021347402320007582>

Schultz, T. (1985). *Investing in people. The economics of population quality*. Editorial Ariel.

Valencia, M. (2005). El capital humano, otro activo de su empresa. *Entramado*. 1 (2), 20-33. www.redalyc.org/pdf/2654/265420471004.pdf

Vallejo, V. & Portalanza, A. (2017). Importancia de la Gestión del Talento Humano como Estrategia para la Atracción y Retención de Docentes en las Organizaciones Educativas de Ecuador. *PODIUM Edición Especial*, 145-168. <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/76>

Wilden, R., Gudergan, S., & Lings, I. (2010). Employer Branding: Strategic Implications for Staff Recruitment. *Journal of Marketing Management*, 26(1-2), 56-73. <https://doi.org/10.1080/02672570903577091>

Zapata, E., Townsend, J., Rowlands, J., Alberti, P. & Mercado, M. (2002). *Las mujeres y el poder: contra el patriarcado y la pobreza*. <https://www.colpos.mx/udege/pdf/pubcolpos/39.pdf>

Zenger, J. & Folkman, J. (2012). A Study in Leadership: Women do it Better than Men. <https://hbr.org/2012/03/a-study-in-leadership-women-do>