

PERSPECTIVA TEÓRICA SOBRE LOS FACTORES QUE IMPULSAN EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

Resumen

El emprendimiento femenino es una de las mejores estrategias para desarrollar el crecimiento en las regiones debido a que generan empleos ayudando a que las mujeres obtengan mayor participación laboral. El objetivo de la presente investigación es establecer los impulsores del emprendimiento femenino con relación a los motivadores extrínsecos e intrínsecos. Como variables de la hipótesis se proponen que los factores que impulsan los emprendimientos femeninos son: la autoeficacia, la resiliencia, el empoderamiento económico, las redes de apoyo y la educación empresarial. La investigación se desarrollará bajo una metodología descriptiva basada en fuentes documentales. Además, se presentará una serie de teorías, definiciones e investigaciones aplicadas que permitirá dar fundamentación a las variables propuestas. Por consiguiente, obteniendo como resultado una justificación teórica para poder continuar los próximos meses con el estudio de campo.

Palabras claves Marco Teórico, Impulsores y Emprendimiento femenino

Introducción

Dentro de los antecedentes del emprendimiento femenino se establece que la proporción de mujeres que inician una empresa es ligeramente superior en los países desarrollados que en los países en desarrollo (Estrin et ál., 2019). Esto se correlaciona positivamente con el nivel de ingreso de los países (Halim, 2020). En todos los países la creación de empresas representa un mayor crecimiento económico ; por lo que apoyar y fomentar a los emprendimientos femeninos es invertir en crecimiento de los países (Ilie, 2015; Olarewaju y Fernando, 2020; EDMTOV, 2021) así como en la generación de empleos (Parra, 2020). Sin embargo, estas mujeres que quieren emprender se enfrentan a barreras económicas y culturales (Ilie, 2015; Parra 2020).

En un estudio de un Banco mundial (2021) se muestra un estudio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en donde desde el 2010 ya existía una brecha de género asociada con la baja participación laboral de las mujeres en el emprendimiento y autoempleo en los países. Este fenómeno se señala como el origen de la pérdida Total de Ingresos debido a la brecha de género que en México representó el 22% de pérdida mayor que en Italia y Chile, como se muestra en la figura 1.

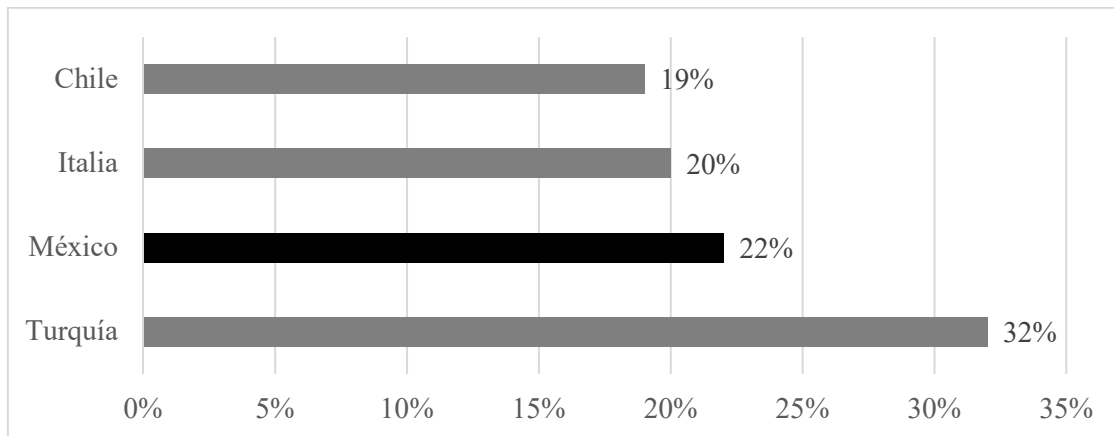


Figura 1. Pérdida Total de Ingresos debido a la brecha de género en el emprendimiento y auto empleo.
Fuente: Elaboración propia a partir de Banco Mundial (2021) y OCDE (2010).

Otra investigación de Lagarde (2019), como Directora del Fondo Monetario Internacional, muestra que, si el empleo fuera más equitativo las economías serían mas resilientes y el PIB aumentaría en un 35%, del cual entre 7 y 8 puntos porcentuales corresponden a la diversidad de género. De modo que muchas mujeres a nivel mundial tienen que buscar ser micro emprendedoras ya que no tienen otro medio de supervivencia familiar alternativo (OIT, 2011).

Por lo tanto, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) refiere que la mayoría de los programas convencionales no han abordado las limitaciones específicas del género para apoyar el emprendimiento femenino y se necesita promover el empoderamiento social ya que por el estatus que pueden presentar algunas mujeres tienen menos acceso a redes de contactos, se necesita también que crean en ellas mismas, confíen en su criterios y fortalezas (OIT, 2011).

En el mundo, solo 1 de cada 3 empresas es propiedad de mujeres en base a los estudios de Halim (2020). El porcentaje de pequeñas, medianas y grandes empresas con una mujer como propietaria a nivel mundial representa el 34%, en Asia oriental y el Pacífico

representan el 47%, Europa y Asia Central tienen el 33%, América Latina y el Caribe 50%, Oriente Medio y Norte de África 23%, Asia Meridional 18% y África al sur del Sahara con el 29%. Ver figura 2.

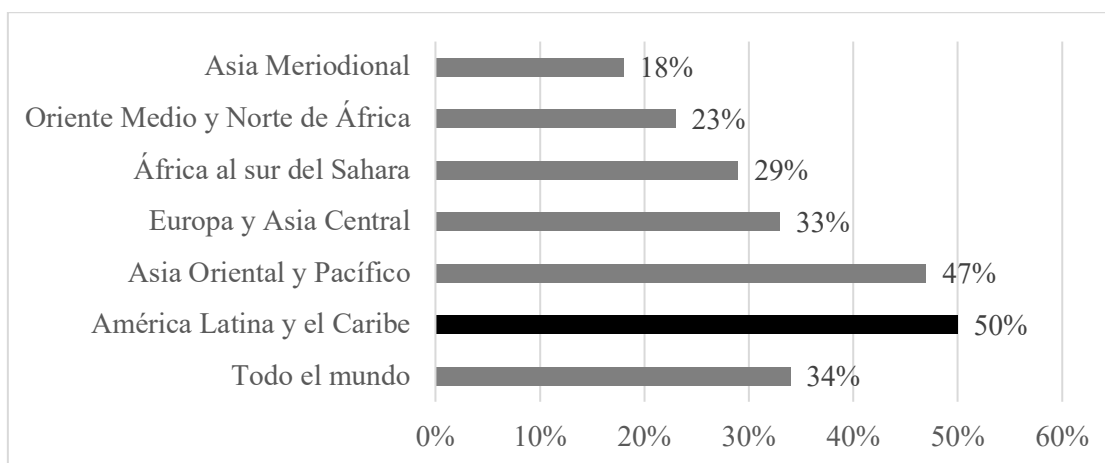


Figura 2. Emprendimiento femenino a nivel Internacional
Fuente: Elaboración propia a partir de Halim (2020).

Es importante resaltar que en las economías emergentes el emprendimiento femenino ha ido en aumento. Un estudio realizado a 50 naciones por Global Entrepreneurship Research (GEM) arrojó que en la actualidad América Latina es la región con más alto emprendimiento femenino entre mujeres de 18 y 64 años. Las cifras del 2019 son las siguientes: en primer lugar, se encuentra Ecuador con un 33,6%; segundo lugar, Chile 32,4%; Brasil, en tercer lugar, con 23,1 %. México se encuentra en el noveno lugar con 12,4% (Pasquali, 2020). Ver figura 3.

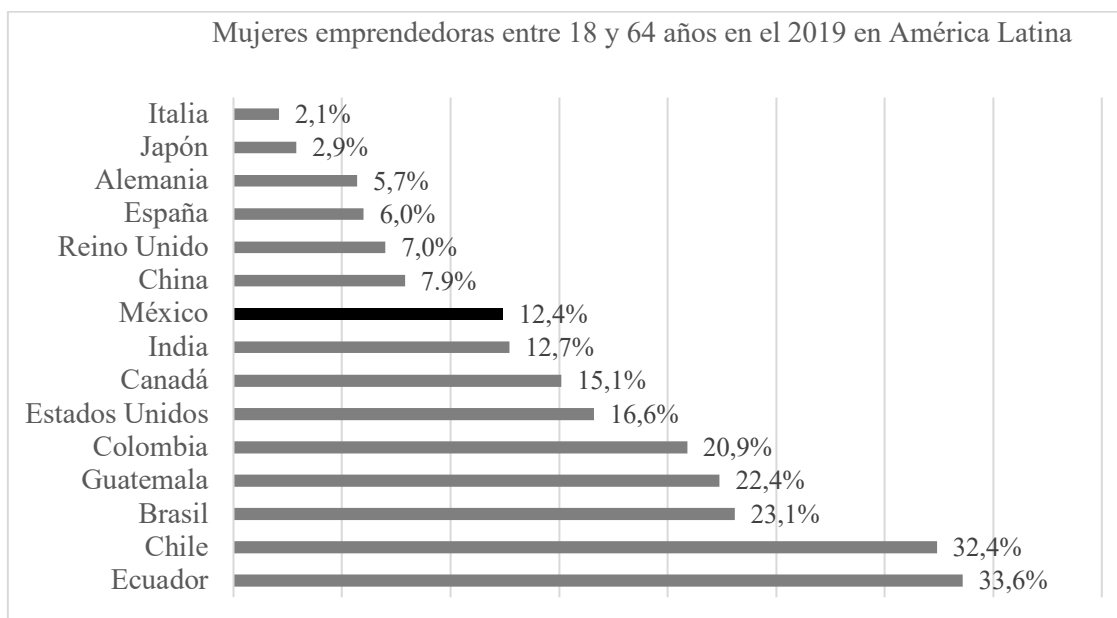


Figura 3. Mujeres emprendedoras entre 18 y 64 años en el 2019 en América Latina.
Fuente: Elaboración propia a partir de Pasquali (2020).

Por otro lado, en el reporte de GEM (2019), América Latina y el Caribe son las economías de más altos ingresos de Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) a excepción de Chile donde la cuarta parte de la población está iniciando o dirigiendo un negocio.

Por otra parte, el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) en México, menciona que la educación tiene consecuencias directas en las posibilidades de acceso a un trabajo bien remunerado (INMUJERES, 2019). Entre más se educan las mujeres más participación tienen en el mercado laboral (Banco Mundial; 2021); pero entre menores ingresos por horas dedicadas al trabajo no remunerado limitan su formación empresarial (OIT, 2011). En particular cuando las mujeres del mundo llegan a estudiar se orientan al sector de educación y salud orientando sus proyectos a tener impacto social (Ilie, 2015; Espino, 2019; Paredes et ál., 2019).

Otros autores muestran que los emprendimientos femeninos se ven limitados al área comercial, ya que en otra área de negocio requeriría mayor conocimiento y tiempo dedicado (Espino, 2019; Paredes et ál., 2019). Conviene subrayar que en México la cuarta área de estudio de las mujeres es referente a los aspectos de negocios en comparación con los hombres que es la séptima área de estudios (INMUJERES, 2019).

Una vez demostrada la importancia del emprendimiento femenino a nivel Internacional y de forma específica en México. La presente investigación pretende identificar desde una perspectiva teórica los principales factores que pueden ayudar a impulsar los micro negocios femeninos para apoyar al crecimiento socioeconómico de las mujeres y de la región. Por lo que se pretende efectuar un análisis exhaustivo del marco teórico con teorías, definiciones e investigaciones aplicadas de cada una de las variables propuestas en la siguiente hipótesis: la autoeficacia, la resiliencia individual, el empoderamiento económico, las redes de apoyo y la educación empresarial son factores que impulsan el emprendimiento femenino.

Marco Teórico

1. Antecedentes Teóricos del fenómeno a investigar (variable dependiente): “el emprendimiento femenino”.

En marco de referencia de las teorías existentes que dan fundamento teórico a la variable dependiente “Y”: Impulsan el emprendimiento femenino en la creación de empresas se establece lo siguiente: Con relación al término de “emprendedor” Pahuja y Sanjeev (2015) refieren a Richard Cantillon (1755) el cual es reconocido como el investigador que introdujo este término en la economía. Definió al emprendedor, como el individuo con capacidad de riesgo, el cual observa la discrepancia entre oferta y demanda, las oportunidades de comprar algo de manera económica y venderlo a un mayor precio. Schumpeter (1934) define al emprendedor como la persona innovadora que busca constantemente mejorar procesos productivos y actividades para la mejora social (Cardozo, 2010; Forero, 2019; Parra et ál., 2020).

Schumpeter (1966) en el libro *Capitalismo, socialismo y democracia* califica al empresario-emprendedor como alguien excepcional, dotado de espíritu emprendedor, tiene intuición, voluntad al cambio y transformación, rompe rutinas, tolera incertidumbre y tiene actividad económica destacada por su tenacidad. La definición de “emprendimiento” de Schumpeter (1934), no dista mucho de la descripción en la visión contemporánea del emprendimiento la cual que se percibe ¿Cómo? se organiza la localización y uso de los recursos compitiendo con otros, el ¿por quién? por el emprendedor innovador; y por último ¿con qué? Se descubren, evalúan y exploran oportunidades para producir bienes y servicios (Sornoza et ál., 2018).

Por lo anterior mencionamos la Teoría de Acción Planificada (TAP) o Teoría de la Conducta Planeada (TCP) de Ajzen (1991) la cual menciona que la intención de realizar una acción es dependiente de tres conductas. La primera es actitud hacia la conducta emprendedora reflejada al costo de llevar esta conducta. La segunda es la norma subjetiva referida a la aprobación o rechazo de la conducta que se desea adoptar y la última conducta corresponde al control conductual refiriéndose a las creencia en que se poseen las capacidades para ejecutar algo con resultados exitosos de la conducta deseada e influenciada por la existencia o ausencia de recursos y oportunidades (Caro et ál., 2017; Barbageleta, 2019; Marulanda 2019; Krauss et ál., 2020).

Para conocer el efecto de la formación en la intención de emprender Caro et ál.,(2017) lo relaciona con la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) de Azjen (1991) indicando que esta teoría es una herramienta útil para conocer la intención emprendedora en estudiantes de España que carecen de formación empresarial. Confirmando el mismo resultado por Krauss et ál., (2020) el cual estudia empoderar el emprendimiento femenino y concluye que el impacto de la teoría tiene un vínculo poderoso entre la intención de actuar y el comportamiento real.

Con relación a la motivación humana la Teoría de Autodeterminación considera la motivación como una regulación biológica, cognitiva y social central. La cual involucra la energía, discreción, dirección, persistencia de la activación e intención. Esta teoría incluye dos motivadores, el primero es la motivación extrínseca ocurre cuando la persona actúa por obligación por falta de opciones, esperar algún tipo de recompensa y evitar el castigo o culpa. Y la segunda, es la motivación intrínseca la cual se dará al obtener placer, el interés sobre la actividad y actuar por voluntad propia (Ryan y Deci 2020). Estos dos tipos de motivaciones pueden ser motivaciones para emprender de manera autodeterminada (Zazueta y Vargas, 2019).

Por lo tanto, al estudiar la teoría de autodeterminación como aplicación en el ámbito del espíritu empresarial en 414 estudiantes de Malasia (Al-Jubari et ál., 2019) identificó que algunas personas inician su negocio para obtener algo de dinero, evitar el desempleo o por que disfrutarán del comportamiento derivado de esta actividad como ser empresarios, tener autonomía y logro.

2. Relación teórica variable dependiente con las independientes:

En seguida se fundamenta la relación teórica de la variable dependiente con las independientes:

2.1. Relación de XI Autoeficacia relacionada con impulsar el emprendimiento femenino

Barbagelata (2019) analiza la percepción que tienen las mujeres acerca de los factores que inciden en el emprendimiento y el apoyo de entidades externas en su estudio indica que la autoeficacia resultó ser el más importante donde la mujer emprendedora fija metas, las alcanza y confía en sus propias capacidades. McLaughlin (2019) estudió a 218 estudiantes de pregrado donde el 63% son hombres y 27% son mujeres de una Universidad del suroeste de Estado Unidos. Concluye que si la autoeficacia es alta tienen más probabilidades de tener intenciones y deseos de iniciar un nuevo negocio.

En el estudio para identificar la relación entre los factores individuales e intenciones emprendedoras de las mujeres con rol mediador de innovación y autoeficacia en la Universidad del Estado de Azad Jammy en Pakistan. Se determinó que la autoeficacia está positivamente relacionada con la intención emprendedora (Zeb et ál., 2019).

2.2. Relación de X 2 Resiliencia relacionada con impulsar el emprendimiento femenino

De acuerdo con Bullough et ál. (2014) el cual realizó una investigación sobre impulsores de decisiones empresariales en zonas de guerra en Afganistán donde concluyeron que el peligro inhibe las intenciones empresariales; pero este combinado con la resiliencia tiene un efecto positivo inmediato y directo con la intención emprendedora en circunstancias notoriamente desafiantes incluso pueden amortiguar los efectos negativos de factores estresantes. La resiliencia, influye de forma considerable en la percepción de oportunidad de negocio de acuerdo con un estudio realizado en la universidad de Machala (Romero et ál., 2017). Las competencias personales entre ellas la resiliencia influyen de manera positiva en la puesta en marcha de emprendimientos (Borja et ál., 2020).

Según Parra et ál. (2020) en un estudio realizado a 198 mujeres en los municipios de Florencia e Ibagué en Colombia al investigar sobre los aspectos que influyeron en la capacidad de mujeres emprendedoras en la creación y consolidación de sus proyectos. Donde las características personales como la resiliencia y tolerancia al riesgo, la dedicación, disciplina, compromiso y persistencia son un motor para el emprendimiento. A su vez, en su tesis doctoral Salirrosas (2020) identifica que la resiliencia es una de las capacidades que se ocupa para el emprendimiento obteniendo puntajes altos en la intención emprendedora al hacer frente a circunstancias difíciles ya que un emprendedor debe ser capaz de superar obstáculos que se presenten en el proceso de emprendimiento.

2.3. Relación de X 3 Empoderamiento económico relacionada con impulsar el emprendimiento femenino

El empoderamiento económico es importante ya que motiva los desarrollos empresariales. Donde el empoderamiento económico ayuda obtener mayores recursos, inversión y control de estos para reducir la desigualdad de género de acuerdo a la tesis de (Trujillo, 2019). Lo anterior confirmado por González et ál., (2019) indicando que las necesidades económicas siguen siendo el principal factor que genera emprendimiento ya que desean sacar adelante a su familia y ser una fuente de progreso económico y social.

Vega (2019) en su estudio sobre la informalidad, emprendimiento y empoderamiento femenino en el sur de Quito Ecuador identificó como principal motivo de emprendimiento es el deseo de independencia, el anhelo empresarial con sus beneficios como salir del papel de amas de casa, manejo del consumo lo cual le ayudarán a reducir un poco la brecha de género haciendo frente a las necesidades económicas, aunque aún se encuentran en desventaja por atender a la familia y por dificultades sociales.

Vara y Asencios (2020) identifica que las mujeres al tener mayor empoderamiento económico sufren mayor violencia por sus parejas o exparejas. A pesar de esto, en un estudio realizado por Castro et ál. (2020) a 32 emprendedoras identificó que el 63% refiere tener efectos positivos en su proceso de emprendimiento y lograron enlazar el deseo de emprendimiento con lo que le gustaba a pesar de la violencia. Por lo cual, a

través del emprendimiento pueden tener empoderamiento y tener inclusión en el mercado laboral.

2.4. Relación de X4 Redes de apoyo relacionada impulsar el emprendimiento femenino

A juicio de Ripollés y Blesa (2006) al realizar una investigación empírica en 14 empresas nuevas en Valencia, España. Concluyen que las redes personales tienen efectos positivos sobre el crecimiento de nuevas empresas, la red de información externa aporta información valiosa que contribuye al desarrollo de una orientación emprendedora; y hacen énfasis en la importancia de vinculación entre mujeres emprendedoras con otras mujeres emprendedoras exitosas para que se identifiquen y visualicen que es posible mantener un equilibrio entre la familia y el emprendimiento.

En un estudio realizado en el Estado de México con una muestra de 100 emprendedoras. Encontraron que el factor que influye de forma positiva en la intención emprendedora es el conocer a otro empresario. El tener padres, amigos, vecinos, asistir a ferias o exposiciones empresariales influye también en la puesta en marcha de un negocio (Escamilla et ál., 2012).

El apoyo de la familia (González et ál., 2019; Krauss et ál. 2020) y de la pareja le permite a la mujer tener tiempo libre para emprender (González et ál., 2019) cuando el emprendimiento femenino se realiza por oportunidad la familia el esposo e hijos son un aliado estratégico importante (Orihuela, 2019). A su vez Marulanda et ál. (2019) indica que el tener disponibilidad de red de contactos en el mercado potencial y conocimiento de posibles proveedores ayuda a fortalecer el emprendimiento ya que se puede aprender a través de la observación y experiencia laboral previa obtenida de estas redes.

2.5. Relación de X5 Educación empresarial relacionada con impulsar el emprendimiento femenino

La intención empresarial tiene relación con la educación empresarial de acuerdo con la percepción de 2,446 estudiantes en México (Hernández y Sánchez, 2017). Debido a la importancia de igualdad en oportunidades de género la educación ha tenido un proceso de modernización en educación empresarial, el cual ha alcanzado madurez e iniciativa en ámbitos culturales, institucionales y políticos (Bonder, 1994; Lechuga et ál., 2018).

La educación tiene un efecto importante en la intención emprendedora. La mujer demanda el fomento de una cultura emprendedora que canalice la formación del espíritu emprendedor coadyuvando a visualizar y reconocer su papel en el emprendimiento, importancia en las dimensiones sociales, económicas-financieras y familiares (Abbassi y Sta, 2019). Por otro lado, la capacitación puede proporcionar empoderamiento en la mujer emprendedora (Hernández et ál., 2020; Krauss et ál., 2020).

Como expresa Borja et al., (2020) el cual investigó a 449 micro emprendedores de la ciudad de Machala en Ecuador, concluyendo que la educación es un factor relevante que motiva los emprendimientos. Existe una escasez de estudios que se centren en la educación empresarial e intención emprendedora en países en transición poscomunista, enfocándose en países Bálticos. Por otro lado, se concluye que las personas con educación empresarial reflejan mayor intención de iniciar un negocio (Cera et ál., 2020).

Metodología

La metodología utilizada para esta investigación es tipo descriptivo documental ya que se está indagando en la literatura un tema muy importante y sobre todo con una revisión exhaustiva de la literatura sobre el tema. Las técnicas que se utilizarán para la investigación son documental y bibliográfica: documental, por la búsqueda de información y documentos relevantes para la investigación y es bibliográfica ya que se recolecta todo el material de una biblioteca o base de datos.

Resultados del análisis de la literatura

Variable 1 “Autoeficacia”

Bandura (1986) define la autoeficacia como un juicio, percepción o sensación individual sobre su capacidad de ejecutar una serie de acciones. Por consiguiente, el mismo Bandura (1997) reformuló la definición siendo la más aceptada hasta el momento (Moriano et ál., 2012; Villar, 2015) y adoptada en el área de negocios se nombra autoeficacia emprendedora conocida en inglés como Entrepreneurial Self Efficacy (ESE) (Moriano et ál., 2012; López, 2018). La autoeficacia emprendedora constituye la teoría cognitiva social de Bandura (1997) definiéndose como la creencia de una persona sobre su potencial para organizar y ejecutar acciones requeridas que producen logros o resultados (Moriano et ál., 2012; Villar, 2015; Barbagelata, 2019; Effendi y Suryana, 2019; Zeb et ál., 2019; Marulanda, 2019) llevando a cabo el inicio de su negocio (López, 2018).

Por otro lado, Moriano et ál., (2012) en el estudio autoeficacia para el liderazgo emprendedor con una muestra de 248 directivos mide la autoeficacia profesional en trabajadores de una organización en Madrid y el resultado significativo es que la autoeficacia tiene relación positiva con la intención de crear una empresa. A su vez se encontró que los jóvenes mexicanos tienen mayores niveles de autoeficacia e intención empresarial que sus similares en España y Portugal (Sánchez, 2009). Enfocado en las mujeres Effendi y Suryana (2019) determinaron que la autoeficacia y el autoconcepto pueden hacer distinciones importantes en la práctica del espíritu empresarial.

Variable X2 “Resiliencia”

El concepto de resiliencia fue utilizado por primera vez en la psicología por Bowlby (1980) que es la cualidad de la persona que no se desanima y no se deja abatir (Villar, 2015). Ahora bien, Rutter (1985, 1999) identifica la resiliencia como la variación individual en la manera en que la persona responde a los riesgos a lo largo del tiempo (Villalba, 2003). Por otro lado, la resiliencia implica un conjunto de destrezas cognitivas (Latorre et ál., 2015; Munayco, 2019; Fatoki 2018). A su vez, Wangnild y Young (1993) mencionan que es una característica positiva de la personalidad que permite resistir, tolerar presión y obstáculos (Latorre et ál., 2015; Fatoki 2018; Munayco, 2019). A juicio de Fatoki (2018) en su estudio en un Distrito de Johannesburgo en Sudáfrica identificó que el espíritu empresarial a menudo está acompañado con altos niveles de estrés, obstáculos e incertidumbre y la resiliencia individual ayuda al éxito o fracaso del negocio. Donde los factores de éxito son entendidos como impulsores de emprendimiento (Ovando y Valencia, 2019).

A su vez, Fraser et ál., (1999) puntualizan de una manera más extensa la resiliencia como el mantenimiento de la competencia bajo presión adaptándose con éxito al riesgo y recuperarse de traumas ajustándose a los acontecimientos negativos de la vida (Villalba, 2003). Empleando las palabra de Kober (2017) la resiliencia se debe considerar en dos momentos: ex ante del emprendimiento como un proceso dinámico integrado que contextualiza la transformación positiva en condiciones adversas donde la capacidad de los emprendedores de percibir oportunidades puede afectar su facultad para crear alternativas. Como menciona Hayward et ál. (2010) la resiliencia es inherente de las personas y refuerza la capacidad de intenciones empresariales. Y el segundo momento es la resiliencia posterior a la disrupción permitiendo a los empresarios recuperarse del fracaso o sobrevivir a tiempos difíciles (Kober, 2017). En la opinión de Renko et ál. (2020) para comprender el pensamiento del impulso emprendedor se necesita considerar los niveles de adversidad como la fragilidad y la estabilidad del entorno, así mismo los recursos cognitivos de las personas (resiliencia) que perseveran ante las situaciones difíciles creyendo en sus habilidades (autoeficacia).

Ahora bien, la Teoría de Resiliencia y Riesgo de Bernard (1999) refiere por que algunas personas responden mejor al estrés y la adversidad que otras (Castillo 2018; Munayco, 2019). La Teoría Holística de Resiliencia de Richardson (2011) comenta que la resiliencia proporciona el empuje necesario para la mejora personal (Fontaines et ál., 2015; Castillo 2018; Fatoki, 2018; Munayco, 2019). Para enfatizar, la motivación para emprender está relacionada fuertemente con la resiliencia de acuerdo a una investigación en estudiantes de la Universidad de Morelos, México (Chavez, 2017). Por otro lado, Wishart et ál. (2019) sostiene que la resiliencia en el ámbito empresarial es un campo floreciente y existen pocas investigaciones centradas en las pequeñas y medianas empresas (PyMes).

Variable X3 “Empoderamiento económico

La definición de empoderamiento es el proceso donde las personas toman las riendas de su destino (Olza, 1998). Otra definición hace referencia al proceso por el cual aquellos quienes se les ha negado la posibilidad de tomar decisiones estratégicas de vida adquieran esta capacidad (Kabeer, 1999). Según Trujillo (2019), el empoderamiento (principalmente referido a mujeres) es un término que adquirió popularidad desde finales de los ochenta. Refiere a Longwe y Clarke con relación al empoderamiento de las mujeres, el cual es fundamental para el logro de la igualdad de género. Y desde la perspectiva del desarrollo, se considera necesario para lograr la reducción de la pobreza. A su vez menciona que empoderar es “hacer poderoso o fuerte a un individuo o grupo social desfavorecido” a “dar a alguien autoridad, influencia o conocimiento para hacer algo” y refiere apoderar como un verbo en desuso.

La definición de empoderamiento económico de las mujeres (2017) realizado por el Comité de Oxford de Ayuda contra el Hambre (OXFAM), sostiene que se genera de manera real y efectiva cuando las mujeres pueden ejercer su derecho a controlar y beneficiarse de los recursos, ingresos y bienes. Así también disponen de su propio tiempo, autonomía, seguridad de sí misma, y cuando tiene la capacidad de gestionar los riesgos mejorando la situación económica y su bienestar, disfrutando también de los mismos derechos que los hombres y poder vivir sin violencia. Desde lo citado por Batliwala et ál. (1997, p.188) donde infieren que la teoría relacionada con el término de empoderamiento es la teoría de la concientización de Freire (1973), la cual se define como la necesidad de implementar mecanismos de participación en las instituciones y en la

sociedad, con el fin de crear un sistema equitativo y de no explotación.

Ahora bien, otra de las teorías que se propone con relación a la variable empoderamiento económico es la teoría de la motivación de logro de Mc Clelland (1989) el cual define la motivación de logro como el impulso de sobresalir, alcanzar las metas y esforzarse por tener éxito. Siendo un incentivo natural (necesidad) de logro por hacer algo mejor haciéndolo para agradar a otros, evitar críticas, obtener aprobación o recompensa (Cardozo, 2010; Morán y Menezes, 2016; Forero 2019; Rueda, 2019; Orihuela, 2019).

Variable X4 “Redes de apoyo”

La definición de Red conforme a Szarka (1990) puede considerarse como una relación que une a un grupo de personas, objetos o acontecimientos. También indica que los miembros de una red se pueden agrupar en tres categorías: 1) clientes y proveedores, 2) instituciones de investigación, asesoría y/o asociaciones empresariales; y 3) amigos, familiares y redes personales. Las redes personales, se definen como el conjunto de relaciones directas entre el empresario y las personas de su entorno socio-económico y familiar (Johannisson y Monsted, 1997). Las redes se pueden analizar a partir de diferentes criterios: como el contenido de las interacciones, las cuales incluyen información, apoyo afectivo o bienes y servicios; y por la naturaleza de la relación de sus miembros, refiriéndose a la intensidad de la interacción, grado de formalidad, nivel de reciprocidad y el origen de la relación familiar, profesional y social (Filion et ál., 2011, p. 189-197).

Ovando y Valencia (2019) concluyen en su estudio que la conformación de redes sociales es considerada un impulsor éxito con un 67% en los emprendimientos femeninos. De acuerdo a lo expresado por Bustos y Villagrán (2019) concluyen que entre más grande sea la red social o de apoyo social tendrá mayor probabilidad de emprender. Esto determinado en su estudio sobre la relación de equilibrio trabajo-familia y apoyo. La Teoría de redes de la dependencia de recursos de Pfeffer y Salancik desarrollada en 1978 supone que ninguna organización es autosuficiente para generar su sostenimiento y requieren de interacción organizacional con otro que controlan los recursos que ella requiere como capital, conocimiento, materia prima y trabajo (González, 2010).

Variable X5 “Educación empresarial”

La educación según Bandura (1986) es considerada como aquella que transfiere los conocimientos y habilidades de desarrollo que darán como resultado el incremento en la eficacia personal del emprendedor. Para emprender en algunas industrias como la farmacéutica, se requiere como mínimo un título de grado en una disciplina específica y un registro profesional; mientras en otras industrias no exigen restricciones para emprender. La educación relacionada con el desarrollo empresarial y manejo de pequeños negocios puede aumentar la preparación para emprendedores potenciales (Cardozo, 2010). Así pues, la educación empresarial se define por McIntyre y Roche (1999) como el proceso que otorga a las personas conceptos y capacidades para reconocer oportunidades, intuición y autoestima para actuar donde otros no lo han hecho (Crissien, 2008; San-Martín et ál., 2020).

A su vez, Liñan (2004) la define como el conjunto de todas las actividades de formación formal o informal que intentan desarrollar la intención empresarial como conocimiento

empresarial, deseabilidad de la actividad o factibilidad empresarial (Crissien, 2008; San-Martín et ál., 2020). En el campo del emprendimiento la educación empresarial en Latinoamérica es joven desde el punto de vista científico (Crissien, 2008). A través de la formación en las emprendedoras y terapia psicológica las mujeres pueden dar validez sus propias capacidades, aumentando su capacidad de negociar con la familia, poner límites, construir una posición de responsabilidad frente a las situaciones de maltrato, delegar funciones en sus hogares y negocios dando lugar al empoderamiento a través del emprendimiento (Castro et ál., 2020). La teoría de crecimiento endógeno de Paul Romer (1986) resalta la importancia del emprendimiento como el factor interno del conocimiento que produce de crecimiento económico (Gaviri, 2007; Alean et ál., 2017)

Conclusiones

Se acepta la hipótesis desde una perspectiva teórica ya que se encontró suficiente literatura, definiciones, teorías e investigaciones aplicadas señaladas en este artículo de cada una de las siguiente variables independientes: *“la autoeficacia, la resiliencia, el empoderamiento económico, las redes de apoyo y la educación empresarial como factores que impulsan el emprendimiento femenino”*.

Se encontró que la autoeficacia es un factor que permite motivar intrínsecamente para que las mujeres emprendedoras tengan la creencia o percepción individual sobre sus habilidades para poder hacer las cosas en una tarea. En cuanto al factor de resiliencia, aunque es un campo nuevo de investigación científica en las PyMes, se encontró que es necesario un cambio de comportamiento o actitud para emprender motivado por la necesidad u oportunidad enfrentando la vida cotidiana, actividad emprendedora y afrontar las barreras de género

Con relación en el empoderamiento económico es un factor de impulsor, ya sea por la necesidad de trabajo o por buscar la independencia económica solventando también las necesidades económicas familiares. Asimismo, ayuda a la mujer a tomar la rienda de su vida reduciendo la brecha de género. Por otro lado, las redes de apoyo como factor son relevantes para impulsar los emprendimientos femeninos ya que sirven como inspiración, apoyando al emprendimiento y genera continuidad del negocio. Respecto a la variable de educación empresarial, se encontró que la cuarta carrera educativa en la que se especializan las mujeres es el área de negocios. Estando mejor preparadas en la educación empresarial siendo un impulsor esencial de los emprendimientos.

Una de las limitaciones encontradas en este estudio teórico y que consideramos de suma importancia es que no hay suficientes estudios previos que midan las variables independientes resiliencia individual enfocadas en el inicio de emprendimientos y educación empresarial especializada en las mujeres.

Como futuras investigaciones se recomienda realizar un instrumento de medición que nos permita medir cuales de estos factores independientes impactan más fuertemente al emprendimiento femenino.

Referencias

- Abbassi, R., & Sta, N. (2019). El efecto de la autoestima, la educación empresarial y la tradición empresarial de la familia sobre la intención emprendedora entre los estudiantes. *Revista de investigación empresarial y de gestión*, 12 (2019) 235-245. <http://www.knowledgejournals.com/PDF/191.pdf>
- Alean, A., Del Río, J., Simancas, R., Rodríguez, C. (2017). ¿El emprendimiento como Estrategia para el Desarrollo Humano y Social?. *Saber-Ciencia y Libertad*. ISSN 2382-3240. vOL. 12 nÚM. 1 <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2017v12n1.1470>
- Al-Jubari, I., Mosbah, A., & Talib, Z., 2(019). Do intrinsic and extrinsic motivation relate to entrepreneurial intention differently? A Self-Determination theory perspective. *Academy of Entrepreneurship Journal* 25(2). https://www.researchgate.net/publication/338247545_Do_Intrinsic_and_Extrinsic_Motivation_Relate_to_Entrepreneurial_Intention_Differently_A_Self-Determination_Theory_Perspective
- Banco Mundial, (2021). La participación laboral de la Mujer en México. <https://bit.ly/3mpLvaB>
- Barbagelata, V. (2019). *Estudio de la percepción de mujeres emprendedoras de los factores incidentes en el emprendimiento femenino y el apoyo de entidades externas en Chile*. [Tesis Pregrado]. Universidad Técnica Federico Santa María. <https://repositorio.usm.cl/handle/11673/46935>
- Batliwala, S., Kabeer, N, León, M., Riger, S., Rowlands, J., Schuler, M., Stromquist, N. (1997). El significado del empoderamiento de las mujeres: nuevos conceptos desde la acción. Poder y empoderamiento de las mujeres. Primera Edición, (pp. 188). Colombia. Tercer mundo editores. Recuperado en: <https://bibliotecaiztapalapauin.files.wordpress.com/2018/07/podermujer2.pdf>
- Bonder, G. (1994). Mujer y Educación en América Latina: hacia la igualdad de oportunidades. *Revista Iberoamericana de Educación*. número 6. Género y Educación. <https://rieoei.org/historico/oeivirt/rie06a01.htm>
- Borja, A., Carvajal, H., & Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista ESPACIOS*. ISSN, 798, 1015. <http://w.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Bullough, A., Renko, M. & Myatt, T. (2014). Danger Zone Entrepreneurs: The Importance of Resilience and Self-Efficacy for Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 38(3). <https://doi.org/10.1111/etap.12006>
- Bustos, M., & Villagrán, C. (2019). *Equilibrio trabajo familia y apoyo social en mujeres emprendedoras de la región del Maule* [Doctoral dissertation], Universidad de Talca (Chile). Facultad de Psicología). <http://dspace.utalca.cl/handle/1950/11873>
- Cardozo, A. (2010). *La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos*. Universidad Nacional de Educación a Distancia (España). [Tesis Doctoral]. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Departamento de Organización de Empresas. <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:CiencEcoEmp-Apcardozo/Documento.pdf>
- Caro, F., Sánchez, I., Romero, H. (2017). El modelo TCP aplicado a la formación en emprendimiento de los estudiantes en comunicación. *Revista Espacios*, 39 (2). <https://idus.us.es/handle/11441/99616>
- Castillo, L. (2018). *Capacidad emprendedora y resiliencia como factores influyentes sobre el potencial emprendedor empresarial en estudiantes de ciencias administrativas y recursos humanos de una universidad privada de Lima*. [Tesis

- de Maestría]. Universidad de San Martín de Porres. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4361>
- Castro, X., Salazar, Y., & Munévar, M. (2020). ¡Todos(as) emprendedores(as)! subjetividad y salud mental en un proceso de capacitación en emprendimiento *. *Sociedad y Economía*, (41), 25-44. ISSN 1657-6357 **DOI: 10.25100/sye.v0i41.8352**
- Cera, G., Mlouk, A., Cera, E., & Shumeli, A. (2020). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intention. A Quasi-Experimental research design. *Journal of Competitiveness*. <https://doi.org/10.7441/joc.2020.01.03>
- Chavez, J. (2017). *Motivación y resiliencia en estudiantes que participan en campañas de emprendimiento para financiar sus estudios universitarios en la Universidad de Montemorelos*. [Tesis de Maestría]. Universidad de Montemorelos. Facultad de Ciencias Empresariales y Jurídicas. <http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/xmlui/bitstream/handle/20.500.11972/162/Tesis%20Juan%20Humberto%20Chavez%20Rodriguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Comité de Oxford de Ayuda contra el Hambre. OXFAM (2017). Marco Conceptual de Oxfam sobre el empoderamiento económico de las mujeres (WEE). <https://oxfamilibrary.openrepository.com/bitstream/handle/10546/620269/gt-framework-womens-economic-empowerment-180118-es.pdf?sequence=9>
- Crissien, J. (2008). Círculo virtuoso de la educación empresarial: una propuesta de modelo para el desarrollo de un tejido empresarial de calidad. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, núm. 63, mayo-agosto, 2008, pp.23.39. Universidad EAN. Bogotá, Colombia. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20611455003.pdf>
- Datos para Nuevo León. (DATA Nuevo León). (2019). Censo Económico 2019. Secretaría de Economía y Trabajo. http://datos.nl.gob.mx/portfolio_page/censo-economico-2019-datos-para-nuevo-leon/
- EDMTOV. (2021). Emprendimiento femenino en el país. Portafolio. <https://www.portafolio.co/opinion/otros-columnistas-1/emprendimiento-femenino-en-colombia-columnista-ignacio-gaitan-549965>
- Effendi, M. & Suryana. S. (2019). Women Entrepreneurship Intensions in Indonesia. Conference: Proceedings of the 1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018). DOI:10.2991/icebef-18.2019.54
- Escamilla, Z., Caldera, D., & Ortega, M. (2012). Por qué las mujeres potencialmente emprendedoras se convierten en empresarias. *Congreso Internacional de Contaduría Administración e informática*. <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xvii/docs/C31.pdf>
- Espino, A. (2019). Investigación sobre emprendimiento femenino en el marco del estudio monitor Global del Emprendimiento (GEM Panamá 2016). *Emprendimiento en Plenitud. Retos y oportunidades para una cultura emprendedora*. Volumen 1. Ilustre Academia Iberoamericana de Doctores. ISBN 978-607-8156-88-7. Pag.150. <http://catedraemprendedores.org/images/2019/Enero/Publicaciones/Volumen-1.pdf>
- Estrin, S., Mickiewicz, T., Stephan, U. & Wright, M. (2019) Entrepreneurship in emerging markets. In: *The Oxford handbook of management in emerging markets*. Oxford University Press, New York, pp 457–494. ISBN: 9780190683948. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780190683948.001.0001. <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780190683948.001>

- [.0001/oxfordhb-9780190683948](#)
- Filion, L., Cisneros, L., Mejía, J. (2011). Las redes sociales en las pequeñas y medianas empresas. *Administración de Pymes: Emprender, Dirigir y Desarrollar Empresas*. Pearson Prentice Hall. Primer Edición. (p. 189-197). ISBN: 978-607-32-0678-5. México. Pearson Educación.
- Fontaines, T., Palomo, Ma. & Victoria, Ma. (2015). Resiliencia como componente de la actitud emprendedora de los jóvenes universitarios. *Revista Educación y Desarrollo Social*. Universidad Militar Nueva Granada. DOI: <https://doi.org/10.18359/reds.558>
- Forero, L. (2019). Así somos y así salimos adelante, un acercamiento al perfil de la mujer emprendedora. *Revista Espacios*, Vol. 40 (No. 27). Pág. 28. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n27/a19v40n27p28.pdf>
- Gaviria, M. (2007). El crecimiento endógeno a partir de las externalidades del Capital Humano. Cuaderno de Economía, vol. XXVI, núm. 46, pp. 51-73. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia. <https://www.redalyc.org/pdf/2821/282121961003.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor. GEM. (2019). Global Entrepreneurship Monitor 2019-2020. Global Report. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>
- Gómez, A. (2020). ¿Cómo nos fue en 2019 y qué esperar para el 2020?. *Revista Industrial concamin digital*. <https://revistaindustria.com.mx/colaboracionespecial/como-nos-fue-en-2019-y-que-esperar-para-el-2020/>
- González, C. (2010). Interacción teórica para la caracterización de redes empresariales. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, vol. 20, núm 37, pp. 117-132. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá. Colombia. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81818989010.pdf>
- González, O., Zorilla, A. & García, O. (2019). La motivación de las mujeres en el desarrollo de emprendimientos rurales y toma de decisiones y la relación con su satisfacción. *Recherches en Sciences de Gestion*. 2019, Issue 135, p57-77. 21p. 1 Diagram, 3 Charts. DOI: 10.3917/resg.135.0057. <https://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=5e010605-1186-49ff-a4c3-e99b3a88c247%40pdv-sessmgr03&bdata=Jmxhbmc9ZXNmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=144489511&db=bth>
- Halim, D. 2020. Se necesitan estadísticas sobre las mujeres emprendedoras. Blog Mundial.org. <https://blogs.worldbank.org/es/datos/se-necesitan-estadisticas-sobre-las-mujeres-emprendedoras>
- Hernández, C., & Sánchez, S. (2017). La educación empresarial: un acercamiento desde los estudiantes universitarios en dos instituciones de educación superior. *Innovación Educativa*. (Méx. DF) vol.17 no.75 http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732017000300081
- Ilie, C. (2015). Emprendimiento femenino su impacto en la competitividad y desarrollo social de los países. Harvard Deusto Business Review. <https://www.harvard-deusto.com/emprendimiento-femenino-su-impacto-en-la-competitividad-y-desarrollo-social-de-los-paises>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. (2020). Indicador global de la actividad económica, cifras originales. <https://www.inegi.org.mx/temas/igae/>
- Instituto Nacional de las Mujeres. INMUJERES (2019). Mujeres y hombres en México 2019. CEDOC-INMUJERES.

- http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/MHM_2019.pdf
- Johannisson, B. y Monsted, M. (1997), Contextualizing entrepreneurial networking. [Contextualizar el networking empresarial]. *International Studies of Management & Organization*, vol.27, núm.3, pag. 109-136. DOI: 10.1080/00208825.1997.11656715.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00208825.1997.11656715>
- Kabeer, N. (1999). Resources, agency, achievements: Reflections on the Measurement of Women's Empowerment". *Development and Change* 30 (1999): 435-464.
<https://doi.org/10.1111/1467-7660.00125>
- Krauss, C., Bonomo, A., & Volfovicz, R. (2020). Empoderar el Emprendimiento Femenino Universitario. *Journal of technology management & innovation*, 15(2), 71-80. ISSN 0718-2724. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242020000200071>
- Lagarde, Ch. (2019). Las Mujeres y el crecimiento económico. *Revista Finanzas y Desarrollo*. Publicación trimestral del Fondo Monetario Internacional. Vo. 56. Num. 1.
<https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2019/03/pdf/fd0319s.pdf>
- Latorre, E., Díaz C., Plata, A & Martín S. (2015). Caracterización de dos experiencias exitosas de negocios inclusivos en Colombia. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 15(28), 197-212.
<https://www.redalyc.org/pdf/1002/100241608014.pdf>
- Lechuga, J., Ramírez, G., Guerrero, M. (2018). Educación y género. El largo trayecto de la mujer hacia la modernidad en México. *Economía UNAM*.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/3635/363557935007/html/index.html>
- López, J. (2018). Habilidad política y estrategia de negociación integrativa y distributiva como factores influyentes en la autoeficacia emprendedora en México. *Management Cuadernos de Gestión*. 2019, Vol. 19 Issue 2, p113-135. 23p. Universidad de Guanajuato (México). Language: Spanish. DOI: 10.5295/cdg.180943jl.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7334043>
- Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (2019). El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Revista Universidad y Empresa*. Universidad & Empresa, 21(36), 149-174. Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6197>
- McLaughlin, E. (2019). The role of emotional intelligence and self-efficacy in developing entrepreneurial career intentions. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 19(7), 71-88. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2010.54500673>
- Morán, C., y Menezes, E. (2016). La motivación de logro como impulso creador de bienestar: su relación con los cinco grandes factores de la personalidad. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2(1), 31-40. doi: <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2016.n1.v2.292>
- Moriano, J., Topa, G., Molero, F, Enteza, A, & Lévy, J. (2012). Autoeficacia para el Liderazgo Emprendedor. Adaptación y Validación de la Escala CESE en España. *Anales de Psicología / Annals of Psychology*, 28(1), 171-179. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/analesps/article/view/140642>
- Munayco, J. (2019). Resiliencia y actitud emprendedora en estudiantes del programa académico de administración y finanzas de la universidad autónoma de ica, 2018. *Repositorio: AUTONOMADEICA-Institucional*. Universidad Autónoma de Ica. <http://repositorio.autonomadeica.edu.pe/handle/autonomadeica/476>
- Olawaju, T., Fernando, J. (2020). Gender Inequality and Female Entrepreneurship in Developing Countries. *Encyclopedia of the United Nations Sustainable*

- Development Goals. Decent Work and Economic Growth* (pp.1-9).
https://doi.org/10.1007/978-3-319-71058-7_92-1
- Olza, M. (1998). Trabajar en la comunidad. *Psicología social y trabajo social*. J. F. Morales & M. Olza (coords.). Madrid: McGraw-Hill. ISBN: 84-481-0731-4
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=2992>
- Organización Inter https://cutt.ly/6bDOD1D nacional del Trabajo. OIT (2011). Género y Emprendimiento. Guía de formación para mujeres empresarias. Organización Internacional del Trabajo. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san_jose/documents/publication/wcms_179034.pdf
- Orihuela, N. (2019). *Análisis del emprendimiento femenino en el Parque Industrial de Villa El Salvador, Lima-2019*. [Tesis Doctoral]. Universidad Cesar Vallejo. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/40904>
- Ovando, V., & Valencia, S. (2019). Factores de éxito y fracaso que inciden en el desarrollo de los emprendimientos productivos de mujeres en el municipio de Batallas. <http://repositorio.ucb.edu.bo/xmlui/handle/20.500.12771/194>
- Pahuja, A., & Sanjeev, R. (2015). Introduction to Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Learning and Implementation. Edition: First. Publisher: CEGR, New Delhi*. Editors: P.Sinha, U.Makkar, K.Dutta.
https://www.researchgate.net/publication/301659818_Introduction_to_Entrepreneurship
- Paredes, S., Castillo, M., Saavedra, M. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, 10 (23). 158-167, ISSN 2215-910X. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2019.v10.n23.a8>
- Parra, M., López, L., & Rubio, G. (2020). Caracterización multidimensional de la mujer emprendedora: caso empírico en los municipios de Florencia (Caquetá) e Ibagué (Tolima), Colombia. *Rev.fac.cienc.econ.* [online]. 2020, vol.28, n.1, pp.9-26. Epub Nov 24, 2020. ISSN 0121-6805. <https://doi.org/10.18359/rfce.4012>.
- Pasquali, M. (2020). ¿En qué países hay más mujeres que se dedican a emprender?. Statista. Emprendimientos y género. <https://es.statista.com/grafico/19263/paises-con-mas-mujeres-emprendedoras/>
- Renko, M., Bulloug, A., y Saeed, S. (2020). How Do resilience and Self-Efficacy relate to entrepreneurial intentions in countries with varying degrees of fragility? A six-country study how do resilience and self-efficacy rel... *International Small Business Journal* 39(5) DOI:10.1177/0266242620960456
- Ripollés, M., & Blesa, A. (2006). Redes personales del empresario y orientación emprendedora en las nuevas empresas. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, (26), 73-93. <https://www.redalyc.org/pdf/807/80702605.pdf>
- Romero, O., Jaramillo, M., Aguirre, M., y Ruiz, J. (2017). Resiliencia y percepción de oportunidades de negocio de los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. *Revista Espacios*, 38(50).
<http://www.revistaespacios.com/a17v38n50/a17v38n50p23.pdf>
- Rueda, G. (2019). Análisis de los factores asociados a la sostenibilidad de los empresarios en la zona de planificación 7-Sur del Ecuador. Polo del Conocimiento: *Revista científico-profesional*. ISSN-e 2550-682X, Vol. 4, N°. 5, págs. 370-397 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7164258>
- Ryan, R., Deci, E. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions. *Contemporary Educational Psychology*. Volume 61, April 2020, 101860. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2020.101860>
- Salirrosas, J. (2020). *Propuesta de Andy Freire para desarrollar el emprendimiento en*

- estudiantes de Educación Superior Tecnológica, Chocope 2019*. [Tesis Doctoral]. Universidad César Vallejo.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/44285>
- San-Martín, P., Fernández, A., Pérez, A. (2020). La importancia de la educación empresarial y su terminología. *Journal: Small Business International Review*. ISSN: 2531-0046. Research Articles. Vol. 4; ISSUE:1; Pages 69-87.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7201047>
- Sánchez, J. (2009). Aprendizaje Social e Intenciones Emprendedoras: Un estudio comparativo entre México, España y Portugal. *rev.latinoam.psicol.* [online]. 2009, vol.41, n.1, pp.109-119. ISSN 0120-0534. <https://cutt.ly/4bDPUM8>
- Sornoza, D., Parrales, Ma., Sornoza, G., Cañarte, T., Castillo, M., Guatanda, V., & Delgado, H. (2018). *Fundamentos del emprendimiento*. <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2087/1/FUNDAMENTOS%20DE.pdf>
- Trujillo, J. (2019). *Empoderamiento en mujeres emprendedoras y generación de ingresos familiares según Global Entrepreneurship Monitor 2015-2017*. [Tesis de Maestría]. Pontificia Universidad Javeriana, Santiago de Cali. http://vitela.javerianacali.edu.co/bitstream/handle/11522/12806/Empoderamiento_mujeres_emprendedoras.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vara, A., & Asencios Z. (2020). Los costos de la violencia contra las mujeres en los microemprendimientos de Ecuador. *Publisher: Agencia de Cooperación Alemana GIZ*. Pag, 9-37-38. ISBN: 978-9942-9925-9-8. https://www.researchgate.net/publication/345902558_Los_costos_de_la_violencia_contra_las_mujeres_en_los_microemprendimientos_de_Ecuador_2020
- Vega, C., & Bermúdez, H. (2019). Informalidad, emprendimiento y empoderamiento femenino. Economía popular y paradojas de la venta directa en el sur de Quito (Ecuador). *Revistas de Antropología Social*. ISSN:1131-558X. Ediciones Complutense. <https://dx.doi.org/10.5209/raso.65618>
- Villalba, C. (2003). El concepto de resiliencia individual y familiar. *Aplicaciones en la intervención social Psychosocial Invention*, vol. 12, núm. 3, 2003, pp. 283-299. Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid. Madrid, España. <https://www.redalyc.org/pdf/1798/179818049003.pdf>
- Villar, J. (2015). *Condiciones de trabajo y calidad de vida laboral en profesionales de la salud: el papel modulador de la resiliencia y autoeficacia, sobre el síndrome de burnout y el engagement*. [Tesis Doctoral]. Universidad de Sevilla. Departamento de Psicología Social. <https://idus.us.es/handle/11441/31776>
- Wishart, M., Roper, S., & Jibril, H. (2019). Resilience in under-represented entrepreneurs and their businesses. [Resiliencia en emprendedores subrepresentados y sus negocios] *Warwick Business School, Coventry, United Kingdom*. <https://app.oxfordabstracts.com/events/877/program-app/submission/131316>
- Zazueta, M., & Vargas, J. (2019). Perfil del emprendedor y factores que influyen en el potencial de internacionalización de negocios. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 14(2)235-249. Noviembre 2019. ISSN 1870-557X <https://doi.org/10.22451/5817.ibj2019.vol3.2.11030>
- Zeb, N., Sajid, M., & Iqbal, Z. (2019). Impact of Individual Factors on Women Entrepreneurial Intentions: With Mediating Role of Innovation and Interactive Effect of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Journal of the Research Society of Pakistan*. Volume No. 56, Issue No. 2 http://pu.edu.pk/images/journal/history/PDF-FILES/8_56_2_19.pdf