

CAPÍTULO 17

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE MICROEMPRESAS SOSTENIBLES A TRAVÉS DE LA FORMACIÓN LABORAL A 20 MUJERES DEL MUNICIPIO DE SAHAGÚN, CÓRDOBA

Methodological strategies for strengthening sustainable microenterprises through job training for 20 women of the Municipality of Sahagún Córdoba

Pedro Juan Gamero De La Esprilla⁴¹
Liliana Manchego Palza⁴²

RESUMEN

El presente proyecto Estrategias metodológicas para el fortalecimiento de microempresas sostenibles a través de la formación laboral a 20 mujeres del municipio de Sahagún, Córdoba, busca elevar la autoestima a esta población, por ser capaces de producir productos y realizar diversas actividades económicas, aumentando notablemente el impulso a actuar, seguir adelante y motivarlos para alcanzar los objetivos propuestos.

Además, se plantea un apoyo a la reducción de la pobreza con la generación de empleo e ingresos económicos, mejorando la calidad de vida de las mujeres y sus familias, mediante la puesta en marcha del proyecto de formación laboral y transferencia de tecnología, que conduzca a fortalecer la capacidad de autogestión de los grupos en un período de tiempo de seis meses.

41 Pedro Gamero De La Espriella, licenciado en Ciencias Sociales, especialista en Ética y Pedagogía, Magíster en Educación Online – UNAD- Florida. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6802-0660>. Correo electrónico: pedro.gamero@unad.edu.co.

42 Liliana Manchego Plaza, licenciada (c) en etnoeducación, técnica en Psicología y Trabajo Social Comunitario, diplomado en Pedagogía, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2889-7553>. Correo electrónico: lilianamanchegoplaza54@gmail.com.



Palabras clave: generación de empleo; estrategias; mujer; metodologías; creación-microempresas.

ABSTRACT

The present project methodological strategies for strengthening sustainable microenterprises through job training to 20 women from the municipality of Sahagún Córdoba seeks to raise self-esteem to this population, being able to produce products and perform various economic activities, significantly increasing the momentum to act, move on and motivate them to pursue the proposed objectives.

In addition, there is support for poverty reduction with the generation of employment and economic income by improving the quality of life of women and their families through the implementation of the project through job training and technology transfer that leads to strengthen the self-management capacity of the groups in a period of 6 months.



Keywords: generation of employment; strategies; women; methodologies; creation-microenterprises.

INTRODUCCIÓN

El propósito de la presente investigación es crear estrategias metodológicas para el fortalecimiento de microempresas sostenibles a través de la formación laboral a 20 mujeres del municipio de Sahagún, Córdoba, que permita a la mujer salir de la condición de pobreza. La pobreza vista desde diversos puntos, políticos, sociales y culturales, es una situación que afecta profundamente a la mujer, teniendo en cuenta que existe

una brecha discriminatoria de género, que causa difícil incorporación de las mujeres al mercado laboral pues, si bien es comprensible, que el género femenino es responsable del hogar, en la realización de diversas actividades, estas no son remuneradas y, por lo general, no son valoradas, ni proporcionan una renta económica. Situación que no es ajena a las mujeres del sector del municipio de Sahagún, Córdoba. De acuerdo con los registros dados por Fundación para la Reconciliación, en el contrato 721 de alfabetización en Sahagún-Córdoba (2016), se encontraron 1311 mujeres analfabetas y, tristemente, se evidencia que son de estratos bajos, en condición de pobreza y que las mujeres poco han podido acceder a la educación, lo que causa desempleo y no tener acceso a una renta económica. Inminentemente, se hace necesaria la implementación de estrategias metodológicas para el fortalecimiento de microempresas sostenibles, a través de la formación laboral a 20 mujeres del municipio de Sahagún, Córdoba, para dar solución a la gran problemática que hoy tiene dicha población.

CONTENIDO

La superación del poco ingreso económico de las mujeres a lo largo de la historia de la humanidad, ha sido una constante lucha del género femenino que ha implicado diversos aspectos.

EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

Según estudios (Álvarez, Noguera y Urbano 2012), para “el emprendimiento femenino existen diferentes factores condicionantes en el proceso de superación y la creación de sus empresas” ya que los factores formales (formación, financiación y políticas de apoyo no económicas) tienen menor relevancia que los factores informales (rol familiar, redes sociales, percepción de competencias para emprender) y su rol dentro de la sociedad.

FACTORES QUE DIFICULTAN LA INICIATIVA DE LAS MUJERES PARA EMPRENDER

Otros de los “factores que dificultan la iniciativa de las mujeres para emprender son las redes sociales, las ayudas a la financiación y los apoyos institucionales” (Ruiz et al., 2012). Pues la política y la economía influyen en la percepción que cada persona tiene de sí misma y de su contexto. Esto afecta de una manera importante a las mujeres, puesto que influye en su comportamiento. “Actualmente, se sabe que esta percepción se puede cambiar con intervenciones específicas” (Eagly y Carli, 2003), que hacen posible que se pueda mejorar así la condición de vida de la mujer.

EL CONTEXTO QUE LE RODEA A LA MUJER LA INFLUYE MÁS A LA HORA DE CREAR EMPRESA

Teniendo en cuenta que, a lo largo de los años, se ha podido comprobar que tanto “la estructura social como la institucional interfieren para que haya diferencias entre hombres y mujeres a la hora de emprender” (Estrin y Mickiewicz, 2011). “La mujer se deja influir más a la hora de crear una empresa por el contexto que le rodea” (Abanes, 2016, p. 42), puesto que se siente más insegura y tiene más miedo a fracasar, así como a las dificultades que se le puedan presentar (Minnitti, Arenius y Langowitz, 2005). Por lo que North (1990) se basa en la teoría económica institucional, queriendo demostrar que la institución limita las ideas creadas por los individuos.

FACTORES QUE LIMITAN EL EMPRENDIMIENTO EN GENERAL

Según el informe GEM (2011) “existen otros factores que limitan el emprendimiento en general y en particular el de la mujer como son los factores contextuales, y los factores demográficos y psicológicos” (GEM, 2011, p. 66). Este primero hace referencia a la elección del sector para el desarrollo de la actividad empresarial, el cual afecta al crecimiento. La mujer apenas emprende en el sector transformador y en el sector extractivo; no en los sectores agrícolas ni en los que requieren grandes inversiones. La conciliación con la vida familiar hace que las mujeres busquen emprender en sectores que supongan menos implicación.

METODOLOGÍA

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación la metodología propuesta es de tipo mixto, haciendo referencias a la temática de interés y los instrumentos utilizados en la propuesta, fundamentada en documentos sobre la necesidad laboral de la mujer y teorías de autores, que han hecho estudios de cómo el género femenino busca generar empleo y superarse creando microempresas.

Teniendo en cuenta los estudios previos, se obtuvieron datos sobre diferentes parámetros de la mujer, como niveles de educación, estrato social, condición en el hogar y renta económica. Se aplicó un enfoque cualitativo, que permite la descripción de las características de la población objeto de estudio y las estrategias desarrolladas en el presente proyecto

POBLACIÓN Y MUESTRA

La población objeto de estudio son mujeres urbanas y rurales, cabezas de familia del municipio de Sahagún, Córdoba, Colombia, en condición de pobreza, las cuales tienen un bajo nivel de ingresos económicos y poca valoración por la capacidad productiva y mano de obra, en las alternativas lucrativas.

La muestra de estudio es de 20 mujeres urbanas y rurales, cabezas de familia, de las cuales diez pertenecen al sector urbano y diez pertenecen al sector rural, quienes voluntariamente aceptaron realizar el proceso de investigación de la presente propuesta.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN

En primer lugar, se informó a la población de 20 mujeres sobre la investigación, los objetivos y propósitos de esta, para contar con su apoyo y consentimiento de la presente propuesta.

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Este trabajo incorpora técnicas de recolección de información que incluyen:

- **La observación:** que posibilita el estudio de las condiciones económicas de la mujer cabezas de familias del sector rural y urbano del municipio de Sahagún, Córdoba.
- **La entrevista:** que permite obtener información clave de la problemática laboral y económica de las mujeres.
- **Diario de campo:** donde se recopila la información pertinente sobre la productividad económica de la mujer y sus condiciones en el hogar.
- **Información documental:** que permite estudiar la productividad de la mujer, realizando un análisis sobre hechos que han pasado o están pasando con la población de estudio.

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

El proceso de análisis en la investigación se divide en tres fases:



Fase I. Exploración

Se hace una revisión documental, se construye el marco teórico y se inicia un acercamiento con la comunidad a través de observaciones, generales, sistemáticas y controladas sobre lo que antecede en el entorno de las mujeres del sector urbano y rural, y además se realizan entrevistas.



Fase II. Descripción y análisis

Se realiza una contextualización de la problemática de estudio.



Fase III. Interpretación

En esta fase se interpretan los resultados obtenidos en las fases anteriores y se realiza la evaluación.

¿Dónde se desarrollará una programación de actividades y productos?

TABLA 1. Programación de las actividades y productos

ACTIVIDAD	OBJETIVOS	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDADES	CANTIDAD /HORAS	PRODUCTOS
Publicidad	Divulgar el proyecto para que llegue a la base de los futuros beneficiados	Cuñas radiales Cuña T. V. locales Volantes Pasacalles	21 21 1.000 7	Referenciar a través de una lista los elementos utilizados para una mejor publicidad
Inscripción y legalización de los beneficiarios	Que el estudiante se pueda identificar en cada uno de los perfiles	Copia de las C. C. Copia de las T. I. Carne	6 días	Se referencia a través de un listado

ACTIVIDAD	OBJETIVOS	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDADES	CANTIDAD /HORAS	PRODUCTOS
Sensibilización o socialización del proyecto	Estimular a la población para que se mantengan dispuestos, permanezcan y se beneficien del proyecto.	Se hará por grupos o perfiles. Se les dará a conocer a los beneficiarios las bondades y beneficios para el futuro, Se presentará el grupo de profesionales que se encargarán de las capacitaciones	360 horas	Los beneficiarios tendrán un alto sentido de pertenencia y de emprendimiento durante su proceso de y después de la formación laboral.
Implementación de pautas o elaboración de guías de mejoramiento	Desarrollar pautas que nos permitan mejorar las actividades que demanda el proyecto	Elaboración de una ficha de informe de los avances y dificultades de los capacitadores o facilitadores. Elaborar un listado por perfiles de control de asistencia de las beneficiadas. Elaborar una ficha o proceso disciplinario para alumnos y capacitadores, como correctivo que sirva para consignar los motivos de su ausencia y de descargos. Elaborar una ficha que nos permita medir los avances del proyecto.	45 horas	Esto va a permitir desarrollar mejor las actividades que demanda el proyecto. Mejorar las condiciones de participación.

ACTIVIDAD	OBJETIVOS	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDADES	CANTIDAD /HORAS	PRODUCTOS
<p>Taller psicosocial para la capacitación:</p> <p>Proyecto de vida</p>	<p>Facilitar a los estudiantes elementos, que les permitan construir y abordar sus vidas futuras ante las posibilidades que les brinda la sociedad.</p>	<p>Habilidades básicas para lograr y objetivar la realidad.</p> <p>Habilidades para tener un mejor manejo en el área de relaciones personales.</p> <p>Autoestima y auto concepto</p> <p>Emprendimiento</p> <p>Proyecto de vida.</p> <p>¿Quién seré?</p> <p>Convertir sueños en realidad.</p> <p>Charlas o exposición de conocimiento para visualizar un mejor futuro.</p>	<p>640 horas</p>	<p>Referenciar a través de una lista los elementos para un mejor horizonte de vida.</p> <p>Generar cambios de actitud hacia la vida y el futuro</p>
<p>Taller de calidad productiva, sostenibilidad y competitividad</p>	<p>Que el estudiante conozca su responsabilidad y mida el nivel de competitividad, como elemento sostenible en el mundo productivo.</p>	<p>Ventaja competitiva en el entorno y en la región en general de Colombia.</p> <p>Ventaja competitiva de la actividad empresarial en este siglo.</p> <p>Cómo crear una iniciativa exitosa y sostenible para el desarrollo económico.</p> <p>Descubriendo las oportunidades y falencias productivas de Colombia.</p>	<p>920 horas</p>	<p>El estudiante está en capacidad de entender lo importante que es sostenerse en el mercado, con calidad productiva, y ser personas de bien.</p>

ACTIVIDAD	OBJETIVOS	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDADES	CANTIDAD /HORAS	PRODUCTOS
Taller de formación laboral: Patios productivos (hortalizas, porqueriza y gallinas criollas). Cosmetología. Modistería. Manualidades.	Desarrollar destrezas en los participantes para el desempeño en determinadas ocupaciones u oficios semicalificados y mejorar su estatus de vida.	Modistería: Introducción Campos modistería: Trazo del molde El corte La confección Modo de tomar las medidas: Contorno de cintura Altura de caderas Contorno de caderas Largo de falda Medidas de separación de bustos Cuello Blusa de escote Falda pantalón Mangas	550 horas	Evaluar las verdaderas potencialidades y destrezas de los participantes en los oficios escogidos por cada uno de ellos.
		Cosmetología: Maquillaje básico Preparar la piel Material (ojos, rostro, brochas y pinceles, base-aplicación, corrector, polvos, etc.) Las cejas La sombra (delinear contorno al parpado, los ojos) Máscaras Rubor - aplicación Maquillajes de labios Sellar el maquillaje Principio de la peluquería Diagnóstico del cabello Lavado de cabeza Baños de crema Rubleros Aplicación de tinta Reflujo y mechas	550 horas	

ACTIVIDAD	OBJETIVOS	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDADES	CANTIDAD /HORAS	PRODUCTOS
		<p>Ondas Cortes Peinados</p> <p>Patios Productivos ¿Por qué hacer una huerta? ¿Qué se necesita para hacer una huerta? ¿Por qué es importante cuidar el suelo de la huerta? ¿Cómo se prepara la huerta? Siembra de las hortalizas ¿Qué es la hidroponía? ¿Cómo cuidar la huerta? Las hortalizas Cría y almacenamiento de gallinas, cerdo y otras especies menores en la huerta</p> <p>Manualidades: ¿Cómo hacer un collar borla? Pulseras de hilo Pulsera de los deseos Pulsera de perlas Pulseras de tela Collar borla</p> <p>Delicados monederos de fieltro, fieltro con forma de tocados para el pelo Bolsos reciclados ¿Cómo decorar una vincha o cintillo con cinta trenzada?</p>	550 horas	
			550 horas	

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego.

Y, por último, la información obtenida es procesada y analizada de manera grupal, por medio de una sábana de datos en el programa Microsoft Excel, para facilitar y agilizar el cruce de las variables, tablas y gráficas que representen con mayor exactitud los factores estudiados.

Por lo cual la investigación concentra un alto componente de metodología mixta, debido a que incorpora elementos a través de los cuales se pretende priorizar la observación y el análisis sobre la productividad económica de la mujer en el hogar.

Por tal motivo se indaga aspectos sociales, educativos, formativos y económicos del género femenino en sus familias.

RESULTADOS

Con los resultados de la presente propuesta de investigación se pudo dar respuesta a las problemáticas de estudio, logrando brindar estrategias que pertinentemente favorecen el rol de la mujer en el campo laboral, de los sectores rurales y urbanos de Sahagún, Córdoba.

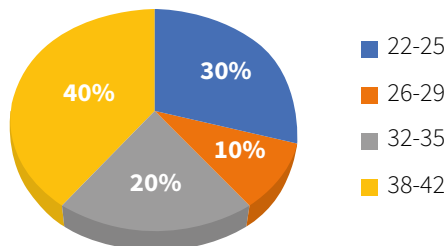
Por lo que se desarrollaron las características de la población de estudio

TABLA 2. *Distribución por edad*

SECTOR	Edad				Total
	22-25	26-29	32-35	38-42	
Rural	3	1	2	4	10
Urbano	2	4	3	1	10
TOTAL					20

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego.

FIGURA 1. *Distribución por edad*



Fuente: elaboración propia.

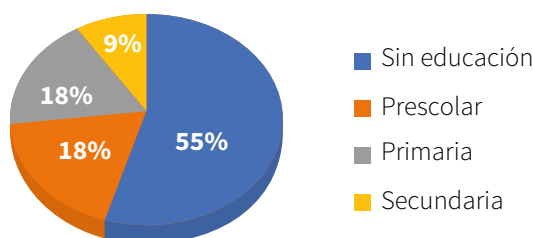
De la Figura 1, edad de las mujeres, se puede decir que el 40 % de las mujeres tiene edades entre 38 y 42 años, que el 30 % tienen edades entre 26 y 29 años, que un 20 % tiene edades entre 22 y 25 años y otro 10 % tiene entre 32 a 35 años. Se puede concluir que estas mujeres se encuentran en edades productivas, para generar su propia independencia económica.

TABLA 3. *Distribución por nivel educativo*

Nivel de educación	Cantidad
Sin educación	12
Prescolar	4
primaria	4
Secundaria	2
Total	20

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego.

FIGURA 2. *Nivel educativo*



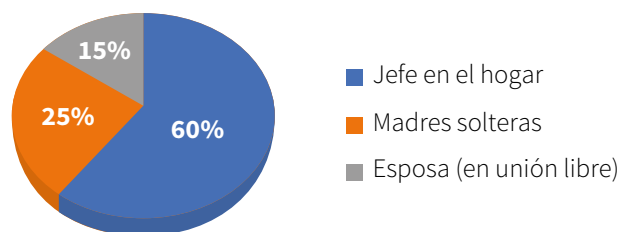
Fuente: elaboración propia.

De la anterior figura se puede decir que el 55 % de las mujeres no tiene un nivel educativo, que un 18 % tiene un nivel educativo de prescolar, que otro 18 % tiene un nivel educativo de básica primaria y que el 11 % tiene un nivel educativo de secundaria. Lo que nos arroja que el proceso educativo es bastante bajo, lo cual ha dificultado el ingreso de la mujer a campo laboral.

TABLA 4. *Distribución por condición en el hogar*

Condición en el hogar	Cantidad
Jefe en el hogar	12
Madres solteras	5
Esposas (en unión libre)	3
Total	20

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego.

FIGURA 3. Posición en el hogar

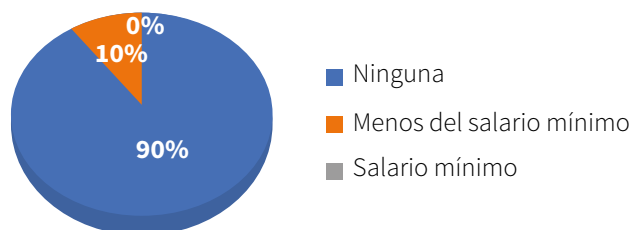
Fuente: elaboración propia.

De la Figura 3, condiciones en el hogar, se puede decir que el 60 % de las mujeres son jefes de hogar, que 25 % de las mujeres son madres solteras y que 15 % son esposas en unión libre. Lo que nos lleva a decir que la condición de la mujer en el hogar es asumir un rol de líder, que sin duda implica responsabilidades económicas con los miembros de su familia.

TABLA 5. Distribución por ingreso económico en el hogar

Renta económica	Cantidad
Ninguna	18
Menos del salario mínimo	2
Salario mínimo	0
Total	20

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego.

FIGURA 4. Ingresos económicos

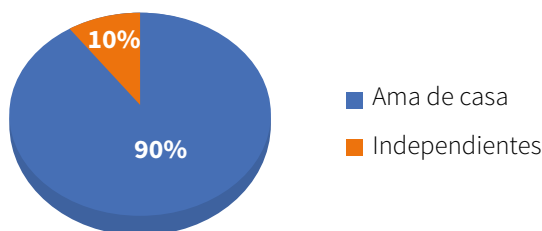
Fuente: elaboración propia.

De la anterior figura se puede decir que el 90 % de las mujeres no pose ninguna renta económica o ingreso, que el 10 % recibe en su renta económica menos de un salario mínimo y que el 0 %, o más bien ninguna, recibe el salario mínimo. Logrando concluir que estas mujeres no tienen una entrada económica estable.

TABLA 6. *Ocupación*

Ocupación	Cantidad
Ama de casa	18
Independientes	2
Total	20

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego.

FIGURA 5. *Ocupación*

Fuente: elaboración propia.

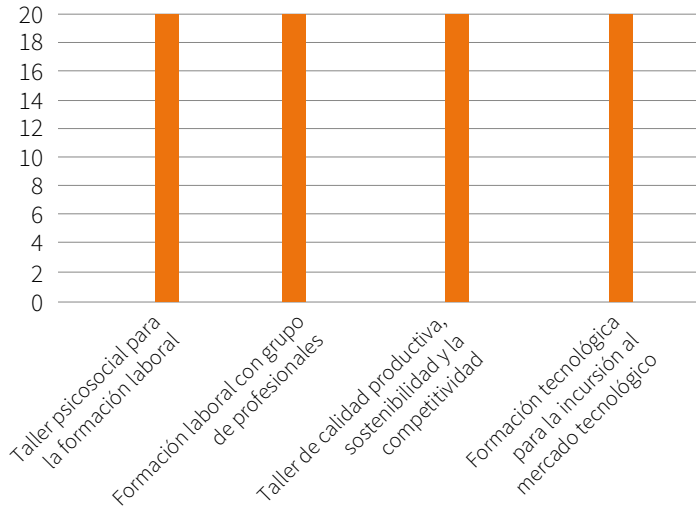
De la anterior figura se puede decir que el 90 % de las mujeres son amas de casa y solo el 2 % son independientes. Con lo que se puede expresar que la principal ocupación de demanda de la mujer es la atención a sus hogares.

Desarrollándose satisfactoriamente las estrategias metodológicas:

TABLA 7. *Estrategias*

Estrategia	Cantidad de mujeres
Taller psicosocial para la formación laboral:	20
Formación laboral con grupo de profesionales	20
Taller de calidad productiva, sostenibilidad y la competitividad	20
Formación tecnológica para la incursión al mercado tecnológico	20

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego.

FIGURA 6. *Mujeres formadas satisfactoriamente*

Fuente: elaboración propia.

De la anterior figura se puede decir que el 100 % de las 20 mujeres fueron formadas. Con lo que se concluye que las estrategias dadas a la población fueron satisfactorias de acuerdo a la problemática planteada.

DISCUSIÓN

Los resultados dejan en evidencia la constante lucha del género femenino que ha implicado diversos aspectos, sociales, culturales, económicos, sociales, culturales, etc., lo cual es coherente con los planteamientos de Álvarez y Noruega (2010) quienes describen “que los factores que condicionan la actividad emprendedora de la mujer esta, especialmente dada por el análisis del entorno socio-cultural” Pues si bien emprender no es una tarea fácil, debido a que se presentan diversas dificultades de tipo social, económico y de género como lo sufren las mujeres, pues sin lugar a dudas las más afectadas a la hora de emprender son las mujeres que de una u otra manera se sienten condicionadas por factores en sus contextos.

Otro factor que dificulta la iniciativa de las mujeres para emprender se podría decir que es la percepción que la mujer tiene de sí misma y del ambiente que la rodea. Exponiendo que el lugar de desempeño y su hábitat influye mucho en el estancamiento del género femenino para alcanzar sus metas. Esto afecta de una manera importante a las mujeres, puesto que influye en su comportamiento. Aunque se puede decir que “Para superar los obstáculos que limitan el desarrollo empresarial de las mujeres es

vital que se ejecuten estrategias” (Lara, 2018). Por lo que es clara la urgente necesidad de aplicar pautas que hagan posible y mejoren la condición de vida de la mujer, en la que los diversos factores no afecten su capacidad progresar y emprender.

Es posible doblegar el temor de ellas al fiasco, sin sentir la incertidumbre de falla, sino más bien, ver en cada obstáculo la oportunidad de crecer, por lo que al afirmar (Estrin y Mickiewicz, 2011). “La mujer se deja influir más a la hora de crear una empresa por el contexto que le rodea” (Abanes, 2016, p. 39), es una realidad que busca expresar la sensación de ellas sentirse poco seguras pues el miedo a perder y enfrentarse a múltiples situaciones que le dificultan surgir, por lo cual están buscando nuevas formas de crecer. Puesto que cada vez busca formas de superarse y tener una mejor forma de vida, en lo que es necesario comprender que las dificultades han permitido a la mujer fortalecerse y ser capaz de alcanzar lo que se propone.

La afirmación de North (1990), en su teoría económica institucional, “que la institución limita las ideas creadas por los individuos” parece quedar vacía, ante los esfuerzos que hacen las mujeres por emprender. Aunque existan factores que dificultan el emprender, el género femenino es un gran potencial de diversas actividades.

Sin embargo, según Abanez Melissa (2016), “la mujer se veía muy limitada por varios factores como ha sido la conciliación de la vida profesional con la familiar; y el financiero”. Por lo que de otra manera se puede decir que, según los resultados, existen diferentes factores que afectan de manera negativa el emprendimiento de la mujer. Si bien el factor demográfico y psicológico afecta a la mujer para emprender, también se puede decir que la mujer es capaz de apropiarse de dichos factores, en tanto puede realizar diversas actividades de desempeño desde el hogar que le proporcionan una renta económica.

CONCLUSIONES

Se puede concluir que en esta investigación se han estudiado los diferentes parámetros relacionados con la mujer, como son niveles de educación, estrato, condición en el hogar y renta económica; que llevaron a la necesidad de fomentar estrategias metodológicas para el fortalecimiento de microempresas sostenibles, a través de la formación laboral a 20 mujeres del municipio de Sahagún, Córdoba, referidas al emprendimiento para crear una estabilidad económica y mejorar sus condiciones de vida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez, C. y Noruega, M. (2010). Condicionantes del entorno y del emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España. <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/383/Claudia%20Alvarez.pdf>

Álvarez, C., Noguera, M. y Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno del emprendimiento y emprendimiento femenino. *Economía Industrial*, 383, 43-52. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3903896>

Arbeláez, L. (2011). *Emprendimiento Social: Factores Críticos de éxito y fracaso para el mejoramiento del Programa de Generación de Ingresos de la Presidencia de la República de Colombia, dirigido a población en situación de desplazamiento por la violencia en Caldas (Tesis de grado)*. Universidad Nacional. Manizales. www.bdigital.unal.edu.co/3821/1/linamariaarbelaezrendon.2011.pdf

Castiblanco, S. E. (2013, diciembre). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 21(2), 53-66. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90930501005>

Eagly, A. y Carli, L. (2003, diciembre). La ventaja del liderazgo femenino: Una evaluación de la evidencia. *The Leadership Quarterly*, 14(6), 807-834. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2003.09.004>

Estrin, S. y Mickiewicz, T. (2011). Instituciones y emprendimiento femenino. <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11187-011-9373-0>

Formichela, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local (Monografía para Beca Gestión del emprendimiento y la innovación, Chacra Experimental Integrada Barrow)*. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

Fundación para la Reconciliación. (2016). Contrato 721 de alfabetización en Sahagún-Córdoba. <http://fundacionparalareconciliacion.org/2016/11/15/comprometidos-con-sahagun-cordoba/>

GEM. (2011). Resultados del proyecto de investigación GEM Colombia. <https://gem-colombia.org/publicaciones/>

Guzmán, A. y Trujillo, M. A. (2008, octubre-diciembre). Emprendimiento social - revisión de literatura. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-125. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21211518005>

Instituto Hidalguense de las Mujeres. (2017). Programa Transversal de Perspectiva de Género 2017-2022. http://planestataldedesarrollo.hidalgo.gob.mx/pdf/Especiales/GENERO/Programa_Transversal_Genero.pdf

Lara, E. (2018). Modelos de intervención para el desarrollo empresarial de las mujeres. <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2018/01/modelos-de-intervencion-para-el-desarrollo-empresarial-de-las-mujeres/>

Melissa, A. (2016). El emprendimiento femenino y la gestión estratégica de la innovación como instrumento clave para un proceso de cambio empresarial. <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/54767/5/mabanadesTFG0616memoria.pdf>

Minniti, M. A. (2005). Global Entrepreneurship Monitor. 2004. Report on women and Entrepreneurship. Center for Women's at Babson Collage.

Observatorio de asuntos de género, OAG. (2012). Indicadores de género en Colombia [Boletín No. 15]. <http://www.equidadmujer.gov.co/oag/Documents/oag-boletin-15.pdf>

Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y gestión*, 26, 94-119. <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/864/508>

Romero-Barón, R. (2010). Emprendimiento y cultura Para la perdurabilidad empresarial (Tesis de grado). Universidad del Rosario. <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/2057>

Ruiz-Navarro, J. Camelo-Ordaz, M. y Corduras-Martínez, A. (2012). Mujer y desafío emprendedor en España. Características y determinantes. *Economía Industrial*, 383, 13-22. <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/383/PRESENTACION.pdf>

Urbano, D. y North, D. (1990). La teoría económica institucional. <file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet-LaTeoriaEconomicaInstitucional-2499446.pdf>