

El impacto de las habilidades de las mujeres en los resultados de las mipymes del altiplano hidalguense

The Impact of Women's Skills in MSME's performance in the Hidalgo Highlands.

Ma.Teresa Sarabia Alonso¹
Laura Elena Santos Díaz²
Enrique Moreno Vargas³

Recibido: 13/09/2024
Revisado: 16/12/2024
Aceptado: 02/04/2025

Revista RELAYN, Administración y Negocios en Latinoamérica.

Disponible en:
<https://iquatroeditores.org/revista/index.php/relayn/index>

<https://doi.org/10.46990/relayn.2025.9.3.2307>.



Resumen

Este estudio analiza la variable de género como determinante en la relación de los resultados organizacionales y la satisfacción, ventaja competitiva, ámbito de la venta y aspectos de responsabilidad social corporativa en las mipymes del altiplano hidalguense, con un diseño cuantitativo, transversal, no experimental y de tipo aplicada se obtuvo que 3 de cada 4 directoras han iniciado el negocio que hoy dirigen, las directoras muestran ventaja frente a los directores en la formación de ventaja competitiva y el ámbito de la venta; sin embargo, se concluye que no existe una relación significativa entre las habilidades directivas y los resultados organizacionales.

Palabras Clave

Género, mipymes, habilidades directivas, resultados organizacionales.

Abstract

This research analyzes gender as a determining factor in relation to organizational outcomes and satisfaction, competitive advantage, sales environment, and aspects of corporate social responsibility in MSMEs in the Hidalgo's highlands. Using a quantitative, cross-sectional, non-experimental scope and an applied approach, findings reveal that 3 out of 4 female managers who started a business, are still currently managing it. These women managers demonstrate an advantage over their male counterparts in developing a competitive advantage and sales environment. However, this research concludes that there is no significant relationship between management skills and overall organizational outcomes.

Keywords

Gender MSEMES, management skills, management outcomes.

Introducción

La evaluación de resultados empresariales desde la perspectiva de género ha sido una de las transformaciones más significativas en el desarrollo de estudios que cuestionan la influencia de esta variable en el desempeño organizacional (Nuñez et al., 2017).

Si bien existen diversas investigaciones que resaltan la incorporación de la mujer al mercado laboral y el impacto que éste ha tenido, aún hoy existen marcadas disparidades en cuanto al género relacionado con el trabajo, en donde diversos estudios destacan diferencias en relación con la ocupación, los niveles de responsabilidad y el acceso a cargos directivos (Fuentes y Sánchez, 2010). Por lo anterior, el objetivo de la presente investigación es analizar el impacto que las habilidades directivas por género guardan con los resultados de las organizaciones medidos por medio de las variables satisfacción con la empresa, ventaja competitiva, ámbito de la venta y aspectos relacionados con la responsabilidad social corporativa de las mipymes del altiplano hidalgense.

La estructura del artículo es la siguiente: en primer término, se expone una breve revisión de la literatura referente a la incorporación de la mujer en el mercado laboral, con mayor énfasis en los estudios de género y las habilidades directivas. En un segundo apartado, se presenta un panorama acerca de la estrategia metodológica empleada para alcanzar el objetivo establecido. Después, se presentan los resultados y se realiza su discusión. Finalmente, se exponen las conclusiones del trabajo.

Revisión de literatura

El término género hace referencia a la simbolización cultural construida a partir de las diferencias sexuales que se manifiestan en la vida social, política y económica (Lamas, citado en García et al., 2012). Driga y Prior (2010), en sus investigaciones, se refieren al sexo del propietario del negocio, hombre o mujer, mientras que otros trabajos empíricos lo vinculan con el sexo del gerente (Díaz y Jiménez, 2010).

La feminización de la fuerza laboral constituye uno de los hitos más relevantes ocurridos en los mercados laborales mundiales en las últimas décadas (OIT, 1997, 2007). La incorporación de las mujeres al mercado de trabajo, reflejada en un crecimiento más acelerado en sus tasas de ocupación en relación con la de los hombres, así como el aumento en la ocupación de empleos técnicos y profesionales (Godoy y Mladinic, 2009), se encuentra vinculado a su mayor escolarización (Cepal, 1997). Este fenómeno se deriva del proceso de urbanización y, posteriormente, del proceso de reestructuración económica, en donde el sector servicios y el industrial aumentaron su demanda cada vez de trabajadores más calificados. De esta

manera, las mujeres, sobre todo profesionales, han sido capaces de desenvolverse en las nuevas formas de organización del trabajo que surgían al ritmo de la modernización productiva (Tuirán, 2019) para cubrir puestos de trabajo de alto nivel, como ejecutivas, profesionistas o técnicas.

A consecuencia de esto, las mujeres comenzaron a estudiar carreras universitarias y a participar en actividades laborales que tradicionalmente habían sido desempeñadas por los hombres (Weller, 2000), como es la prestación de servicios especializados. Otra explicación se encuentra en el impacto de fenómenos demográficos como son la disminución de la natalidad, la postergación de la maternidad y la reducción del número de hijos, acontecimientos que favorecen la incursión de la mujer en el mercado laboral (Barrios, 2019).

Pese a la mayor participación de la mujer en el mercado laboral, en los ámbitos empresariales se ha mantenido constante la desigualdad entre hombres y mujeres en su ocupación, niveles de responsabilidad y acceso a cargos directivos (Fuentes y Sánchez, 2010). De acuerdo con estudios desarrollados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2004), los hombres son mayoría entre los directivos, altos ejecutivos, y en los niveles superiores de los empleos profesionales, en tanto que las mujeres permanecen aún centralizadas en las categorías inferiores de los puestos directivos.

Se considera que las habilidades directivas de los tomadores de decisiones en las organizaciones son determinantes para el desarrollo de ventajas competitivas y el logro de objetivos en éstas. Whetten y Cameron (2011) consideran que las habilidades directivas se separan en tres categorías: 1) habilidades personales, 2) habilidades interpersonales y 3) habilidades de grupo.

Si bien son escasos los estudios de género y las habilidades directivas, Godoy y Mladinic (2009) destacan la conveniencia de la incorporación de ciertas características asociadas a las mujeres para el funcionamiento de las organizaciones, donde se destaca el tema del liderazgo. Investigaciones en psicología social califican el estilo de liderazgo transformacional como más femenino, caracterizado como más conectivo e interactivo, dirigido a generar redes, nutrir relaciones y dar poder a las personas. Por el contrario, autores como Lavié (2009) destacan la “gramática masculina del liderazgo”; es decir, la preponderancia del liderazgo masculino frente al femenino, lo que ha ocasionado el distanciamiento de la mujer de puestos directivos.

En cuanto a las redes de contactos, estudios como el de Meyer y Harabi (2000) resaltan el limitado alcance y la diversidad de redes de las mujeres empresarias, a diferencia de la estructura social de los hombres, lo que les permite contactar con individuos que tienen mayor poder social y económico, aspecto que constituye una ventaja para conseguir información y otros recursos (Greer y Greene, 2003).

Metodología

Para esta investigación se realizó un estudio de corte cuantitativo, transversal, no experimental y de tipo aplicada, la cual, mediante el desarrollo de un análisis comparativo por género, busca analizar la relación que guarda el género con los resultados de las organizaciones medidos en las variables satisfacción con la empresa, ventaja competitiva, ámbito de la venta y aspectos relacionados con la responsabilidad social corporativa de las mipymes del altiplano hidalguense.

La hipótesis plantea que no existen diferencias significativas en las habilidades directivas poseídas por los directivos y las directivas de las micro, pequeñas y medianas empresas de la región del altiplano hidalguense, manifestadas en los resultados de las organizaciones medidos en las variables satisfacción con la empresa, ventaja competitiva, ámbito de la venta y aspectos relacionados con la responsabilidad social corporativa.

Los municipios que forman parte de la región del altiplano hidalguense son Apan, Almoloya, Tlanalapa, Tepeapulco y Emiliano Zapata, en donde según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) (2020) existen 83 428 personas económicamente activas y 7 742 empresas.

Para la recolección de datos, se utilizó un cuestionario, específicamente aplicado a los y las directoras de las mipymes o en su caso a la persona que toma la mayor cantidad de decisiones a partir de la técnica de muestreo aleatorio simple (291 directores), mediante la aplicación de formularios de Google Forms.

Dentro de las características o los parámetros de la muestra seleccionada están las siguientes:

Tabla 3.1

Parámetros de la investigación

Parámetro	Hombres	Mujeres
Muestra	71 %	29 %
Edad promedio	41.9 años	37.8 años
Bachillerato o técnico como último grado de estudios	22.70 %	33.30 %
Estado civil	52.70 %	45.20 %

Nota. Esta tabla señala características de la muestra con datos obtenidos de SPSS v. 26.

Fuente: elaboración propia.

Una vez que se recolectaron los datos, se hizo el análisis descriptivo con la implementación de tablas de contingencia a partir del procesamiento de éstos en el software estadístico para las ciencias sociales (SPSS) en su versión 26; de acuerdo con Agresti, A. (2002) esta técnica es reconocida por su eficacia en resumir datos categóricos, cuyo objetivo es explorar la posible asociación entre dos variables categóricas.

Tabla 3.2

Definiciones conceptuales de las variables con las que se analizan los resultados obtenidos por las organizaciones

Variable	Definición operacional (alfa)	Definición conceptual
Resultados del sistema		
Satisfacción con la empresa	5 ítems (0.670)	Considera la asociación que el director(a) tiene con su empresa
Ventaja competitiva	8 ítems (0.816)	Contempla el valor principal que genera las mipymes según el director
Ámbito de ventas	6 ítems (0.828)	Examina las acciones que toma en cuenta el director(a) para realizar las ventas en su empresa
RSC-Asuntos ISO 26000	6 ítems (0.903)	Pondera prácticas de responsabilidad social corporativa y desarrollo comunitario que realiza la empresa
Valoración del entorno	11 ítems (0.907)	Estudia elementos que valora el director(a) con respecto a la inseguridad, la violencia y la pandemia por COVID

Nota. Esta tabla señala las definiciones conceptuales de las variables.

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a las pruebas realizadas, fueron un análisis bivariado y la prueba Chi-cuadrado de Pearson a partir de tablas de contingencia, con lo cual se tuvo como variable dependiente al género y como variables independientes a los resultados de las organizaciones medidos en las variables satisfacción con la empresa, ventaja competitiva, ámbito de la venta y aspectos relacionados con la responsabilidad social corporativa. Esto con la intención de establecer una posible relación significativa. El utilizó el software SPSS v.26 para el procesamiento de datos.

Resultados

De los 291 directivos y directivas encuestadas en las mipymes de la región del altiplano hidalgense, se observa que el 71 % son hombres y el 29 % mujeres. De los datos anteriores, se destaca además que el 72.6 % de las mujeres argumentan haber fundado ellas la empresa que actualmente dirigen, a diferencia del 53.1 % de los hombres. Por otra parte, el 61 % de las directoras mencionan que en promedio durante el último año dirigieron a los hombres, quienes realizaban actividades administrativas, contables y de dirección.

De las directoras, el 8.4 % señala haber contratado al menos a una mujer sin sueldo o salario fijo por ser familiar, becaria o voluntaria para la organización. Respecto a los directivos, el 10.3 % afirman haber contratado a un hombre de la familia, becario o voluntario sin otorgar un sueldo o salario fijo.

Al analizar las diferencias en cuanto a los resultados obtenidos por la organización en función del sexo del directivo que las dirige, se sabe que respecto al uso de la tecnología como medio de venta el 3.9 % de los directores refiere haber ocupado el comercio electrónico para generar ventas en línea e incrementar en un 30 % la venta de su producto, en comparación con el 3.6 % de las directoras que implementó esta estrategia para incrementar en el mismo porcentaje el nivel de ventas de los bienes o servicios ofrecidos por su organización.

El comportamiento descriptivo de los ítems se puede visualizar en la Tabla 3.3, en la que se identifica que el ítem con mayor promedio de acuerdo con los participantes en el estudio es el “Estoy muy satisfecho con el desempeño de la empresa en su conjunto”; de igual manera el ítem “Los clientes nos eligen porque los tratamos muy bien” aparece en los primeros lugares con una media de 4.44, a diferencia del ítem de considerar las ventas a clientes en el extranjero como importante para su empresa, donde los participantes argumentan una media de 3.58.

Tabla 3.3
Comportamiento descriptivo por ítem

Ítem	Media	Desv. desviación
32a. Estoy muy satisfecho con el desempeño de la empresa en su conjunto.	4.5223	0.62864
33b. Los clientes nos eligen porque los tratamos muy bien.	4.4486	0.64810
36f. En la empresa nos preocupan las bajas ventas.	4.4433	0.66388
33f. Los clientes nos eligen, porque saben que siempre tenemos disponible el producto o servicio.	4.4281	0.68235
36d. En la empresa, nos preocupa la inseguridad y la violencia.	4.4075	0.72866
34a. Las ventas a clientes de mi colonia son importantes para mi empresa.	4.3973	0.76862
35e. En mi empresa, somos responsables con nuestros clientes: cuidamos su confidencialidad, atendemos sus quejas, comunicamos sin engaños la información que les interesa respecto a precios, costos, términos de servicio.	4.3938	0.77705
36k. En la empresa, nos preocupa mucho los contagios de COVID.	4.3910	0.69426
33a. Los clientes nos eligen, porque nuestro producto o servicio es el mejor en su categoría.	4.3904	0.67221
35d. En mi empresa, evitamos involucrarnos en malas prácticas como sobornos, corrupción, piratería o competencia desleal, y tampoco la permitimos en nuestros clientes y proveedores.	4.3733	0.81294
33c. Los clientes nos eligen porque ofrecemos el mejor precio.	4.3608	0.67240
36e. En la empresa, nos preocupa el abasto de mercancías y materia prima.	4.3527	0.79229
36c. En la empresa, nos preocupa la situación económica del país.	4.3322	0.71982
36h. En la empresa, nos preocupa mucho la corrupción.	4.2911	0.82123

35c. En mi empresa, procuramos el bienestar de los trabajadores, escuchando sus necesidades, dándoles un ambiente seguro, acceso a servicios de salud y una vida personal balanceada.	4.2887	0.81738
35a. Tenemos políticas y procedimientos para el respeto a los derechos humanos y para evitar complicidad en actos contra los derechos civiles, económicos, sociales y laborales, y para evitar la discriminación.	4.2882	0.92785
32c. Mi empresa me permite realizarme como persona.	4.2877	0.80342
36a. En mi empresa, nos preocupa todo el dinero que debemos.	4.2842	0.96775
35b. En mi empresa, procuramos prevenir la contaminación y la producción de desechos que impactan en el medio ambiente, y procuramos reciclar y cuidar el medio ambiente.	4.2774	0.82181
36b. En mi empresa, nos preocupa todo el dinero que nos deben los clientes.	4.2715	0.87406
33e. Los clientes nos eligen porque aprecian nuestra marca.	4.2671	0.81894
34b. Las ventas a clientes de mi ciudad son importantes para mi empresa.	4.2466	0.87784
35f. La empresa promueve actividades de desarrollo comunitario con gente de la comunidad en donde se encuentra ubicada. Se preocupa por no provocar e incluso solucionar problemas sociales locales.	4.2257	0.91889
36g. En la empresa, nos preocupa lo mucho que pagamos de impuestos.	4.2076	0.89276
36i. En la empresa, nos preocupa la inestabilidad política.	4.2055	0.93366
32b. Mi empresa me deja más que suficiente dinero para vivir.	4.1414	0.82185
32d. En el último año, las expectativas de crecimiento han sido muy altas.	4.1267	0.89733
33d. Nos enfocamos sólo en una parte de los clientes para adaptarnos a sus necesidades.	4.0928	0.95501
34c. Las ventas a clientes de otras poblaciones son importantes para mi empresa.	4.0790	1.07828
36j. Confío en que la gente en el gobierno del país está haciendo un buen trabajo.	3.9450	1.10347
34e. Las ventas a otras empresas son importantes para mi empresa.	3.9100	1.26335
34f. Las ventas a gobierno son importantes para mi empresa.	3.6424	1.35143
34d. Las ventas a clientes en el extranjero son importantes para mi empresa.	3.5833	1.35122
32e. En el último año, las posibilidades de verme obligado a cerrar la empresa han sido muy altas	3.4948	1.41268

Nota. La tabla presenta los ítems en orden ascendente, de acuerdo con el promedio calculado a partir de los datos procesados mediante el SPSS v.26.

Fuente: elaboración propia.

Análisis del impacto de la mujer en los resultados de la empresa

Los resultados de las empresas suelen vincularse con las habilidades de la gente que las dirigen. Hoy en día, existen estudios empíricos que demuestran las diferencias en cuanto a las habilidades que poseen hombres y mujeres, resaltando el que los hombres tienen mejores habilidades motoras y espaciales, a diferencia de las mujeres que cuentan con mejor memoria, habilidades emocionales y mejor cognición social (Morgado, 2019).

Para identificar el desempeño de la empresa, se utilizó el análisis bivariado con la variable de sexo y las consideradas como resultados en el sistema medidas a partir de las variables: i) satisfacción con la empresa, ii) ventaja competitiva, iii) ámbito de ventas y iv) responsabilidad social corporativa con asuntos de ISO 26000. En la Tabla 3.4, se obtuvo que los directores están más satisfechos con el desarrollo que ha alcanzado la empresa con un 93.1 %, a diferencia de las mujeres con un 89.2 %.

En cuanto a la ventaja competitiva, esta se define a partir de factores como la elección de los clientes por considerar un producto o servicio mejor en su categoría, atención brindada, ofertar productos con mejor precio, disponibilidad de productos y aprecio por la marca, se obtuvo que las mujeres directoras consideran que cuentan con esta ventaja competitiva con un 96.4 %, a diferencia de los directores que cuentan con el 95.6 % de respuesta.

En el ámbito de ventas, el 81.7 % de las mujeres directoras consideran importantes las ventas desde su colonia, ciudad, otras ciudades, así como las ventas entre empresas y a gobierno; en este aspecto, el 81.4 % de los hombres también lo consideran.

En cuanto a la responsabilidad social corporativa y asuntos relacionados con la ISO 2600 que aborda la responsabilidad social establecidas por la Organización Internacional de Normalización, el 93.6 % de los directores afirman que cuentan con políticas y procedimientos para respetar los derechos humanos, pues procuran prevenir la contaminación y la producción de desechos, ya que escuchan las necesidades de sus colaboradores para su bienestar, además de que dan atención a las quejas de los clientes y proveedores, puesto que abordan el desarrollo comunitario en la zona de influencia prefiriendo proveedores locales que foráneos, frente al 11 % de las directoras que argumentaron aún no contar en su totalidad con estas buenas prácticas.

Tabla 3.4
Análisis bivariado con sexo y resultados del sistema

Sexo	Resultados del sistema							
	Satisfacción con la empresa		Ventaja competitiva		Ámbito de ventas		RSC y asuntos ISO 26000	
	Cuenta	No cuenta	Cuenta	No cuenta	Cuenta	No cuenta	Cuenta	No cuenta
Hombres	93.1 %	6.9 %	95.6 %	4.4 %	81.4 %	18.6 %	93.6 %	6.4 %
Mujeres	89.2 %	10.8 %	96.4 %	3.6 %	81.7 %	18.3 %	89.0 %	11.0 %

Nota. Esta tabla presenta un resumen obtenido del análisis bivariado con las variables de sexo y los resultados del sistema, a partir de los datos procesados en el SPSS v.26

Fuente: elaboración propia.

A partir del análisis bivariado, se obtuvo la prueba estadística de chi cuadrada que permitió concluir que no existe evidencia de las diferencias significativas en cuanto al sexo de los directivos de las mipymes de la región del altiplano hidalguense y los resultados obtenidos por la empresa, debido a que los niveles de significancia obtenidos fueron menores a 0.05. Además, dicha aseveración lo reafirma el estadístico de la prueba de V de Cramer, el cual destaca que, al estar más cerca de la unidad, mayor será la fuerza de la asociación entre las variables; sin embargo, en este estudio, se obtuvieron valores para satisfacción con la empresa, ámbito de ventas y en RSC y asuntos ISO 26000 de 0.066, 0.004 y 0.078, respectivamente, como se puede visualizar en la Tabla 3.5.

Tabla 3.5
Chi cuadrada de Pearson con el sexo de los directores(as)

Resultados del sistema	Valor de significancia	Tipo de prueba	Relacionada con el género del director	V de Cramer	Valores de frecuencia
Satisfacción con la empresa	0.26	Chi cuadrada	No	0.066	0 %
Ventaja competitiva	1	Exacta de Fisher	No		25 %
Ámbito de ventas	0.947	Chi cuadrada	No	0.004	0 %
RSC y asuntos ISO 26000	0.186	Chi cuadrada	No	0.078	0 %

Nota. Esta tabla presenta los resultados de las pruebas estadísticas de chi cuadrada y de Fisher según corresponde a cada variable, a partir de los datos procesados en el SPSS v.26.

Fuente: elaboración propia.

Discusión

En cuanto a los resultados obtenidos, se identifica que las mujeres que dirigen las organizaciones y que participaron en este estudio brindan mayores oportunidades en contratar a mujeres, como becarias o familiares; de igual manera se evidencia que las mujeres han sido capaces de desenvolverse en las nuevas formas de organización del trabajo que, como lo menciona Tuirán (2019), han cubierto puestos de trabajo de alto nivel, como ejecutivas, profesionistas o técnicas, ya que en el presente estudio se obtuvo que el 72.6 % de las mujeres argumentaron que ellas fundaron la empresa, a diferencia de los hombres que sólo fue el 53.1 %; de los hombres el 20.8 % han heredado por segunda generación y el 5.8 % por tercera; por lo anterior, es importante enunciar que las mujeres han descubierto nuevas formas de desenvolverse para abrirse camino económicamente.

Dentro de la prueba de chi cuadrada realizada, se obtuvo que no existe relación significativa entre las variables de género y la de resultados del sistema; sin embargo, esta es una importante área de crecimiento, debido a que las mujeres ocupan puestos directivos y, como lo hemos analizado, se han creado las oportunidades para invertir bien sus ganancias, conseguir suficientes clientes para consolidar las empresas que han emprendido y han logrado dar empleos.

Conclusiones

Con esta investigación, se concluye que el género femenino tiene un importante impacto en el sector económico, ya que las directoras han brindado oportunidades de crecimiento para becarios o personas de su familia, en donde ellas son las emprendedoras en el negocio que hoy dirigen. Esto refiere un desarrollo de habilidades directivas como comunicación, considerando que este género es el que se cerciora de que se entiendan completamente las indicaciones, porque fomenta la calidad de su producto verificando y asegurándose de la calidad ofertada desde sus proveedores, por lo que se concluye que el impacto de las mujeres en la economía familiar es muy importante. Sin embargo, en este estudio, se obtuvo que no existe diferencia significativa entre lo que los hombres y las mujeres que dirigen en el mismo puesto realizan para obtener resultados del sistema analizados; por lo anterior, se recomienda futuros estudios que permitan analizar las habilidades que se ponen en práctica, con el fin de que las mujeres sean emprendedoras y empresarias.

Referencias

- Agresti, A. (2002). *Categorical data analysis*. Second edition. Wiley Interscience. New Jersey. USA. 718 p.
- Barrios, M. (2019). *Entrar, salir o permanecer en deskilling. Un estudio de caso de inmigrantes calificados en el mercado laboral estadounidense*. [Tesis doctoral]. Colegio de la Frontera Norte A. C., México.

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) (1997). *La brecha de la equidad: América Latina, el Caribe y la Cumbre Social (LC/G.1954/Re.1-P)*. Santiago de Chile: Publicación de las Naciones Unidas.
- Díaz, M. y Jiménez, J. (2010). *Recursos y resultados de las pequeñas empresas: nuevas perspectivas del efecto género*. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa. España: Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas Madrid.
- Driga, O. y Prior, D. (2010). Start-Up conditions and the performance of women-and men- controlled businesses in manufacturing industries. *Revista de Contabilidad*, vol. 13(1), 89-123.
- Fuentes, F. y Sánchez, S. (2010). *Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género*. España: Estudios de Economía Aplicada.
- García, M., García, D. y Madrid, A. (2012). *Caracterización del comportamiento de las pymes según el género del gerente: un estudio empírico*. Universidad del Valle: Cuadernos de Administración.
- Godoy, L. y Mladinic, A. (2009). Estereotipos y roles de género en la evaluación laboral y personal de hombres y mujeres en cargos de dirección. *Psykhé*, vol. 18(2), 51-64.
- Greer, M. y Greene, P. (2003). *Feminist Theory and the Study of Entrepreneurship*. In *Women Entrepreneurs*. Greenwich, CO: Information Age Publishing, Inc.
- Lavié, J. (2009). *El liderazgo a debate: Nuevas perspectivas sobre un viejo conocido*. En *Mujeres dirigentes en la universidad: las texturas del liderazgo*. Zaragoza: Colección Sagardiana.
- Meyer, R. y Harabi, N. (2000). *Frauen-Power unter der Lupe: Geschlechtsspezifische Unterschiede zwischen Jungunternehmerinnen und Jungunternehmern. Ergebnisse einer empirischen untersuchung*. Fachhochschule Solothurn.
- Morgado, B. (20 de mayo de 2019). *¿Son diferentes los cerebros de mujer y hombre?* El País. https://elpais.com/elpais/2019/05/09/ciencia/1557403126_491115.html.
- Núñez, G., Valdez, D. y Ochoa, B. (2017). *Evaluación del desempeño organizacional derivado del género del gerente en las pymes del sur de Sonora*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2007). *Tendencias mundiales del empleo de las mujeres*. Ginebra: OIT.
- _____ (2004). *Romper el techo de cristal: Las mujeres en puestos de dirección*. Ginebra: OIT. (1997). *El acceso de las mujeres a puestos de dirección*. Ginebra: oit.
- Peña, N., Posada, R. y Aguilar, O. (2022). *Resultados generales del estudio de capacitación y desarrollo de los directores de las mypes de Latinoamérica*. México: IQu4tro Editores. <https://doi.org/10.46990/iQuatro.2022.11.7.1>.
- Tuirán, R. (2019). *La educación superior: promesas de campaña y ejercicio del gobierno*. México: El Colegio de México.

- Weller, J. (2000). Reformas económicas, crecimiento y empleo. Los mercados de trabajo en América Latina y el Caribe. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. CEPAL. México: Fode de Cultura Económica .
- Whetten, D. y Cameron, K. (2011). Desarrollo de habilidades directivas. México: Pearson.

Sobre los autores

¹Profesora investigadora del TecNM: Campus Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5925-8677>

²Profesora investigadora del TecNM: Campus Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3519-8630>

³Profesor investigador el TecNM: Campus Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5881-8030>



iQU4TRO[®] EDITORES

En colaboración con:

