

Capítulo 5

Diferencias en el nivel de empoderamiento entre mujeres emprendedoras de Coatepec, Veracruz: Un estudio centrado en el tipo de empresa creada

*Elizabeth Báez Hernández
Alma Delia Otero Escobar*

<https://doi.org/10.61728/AE20250652>



Introducción

Aunque en los últimos años en México y a nivel internacional ha habido avances en materia de igualdad de género, aún queda un largo camino por recorrer. De acuerdo con algunas organizaciones (Instituto Veracruzano de las Mujeres, 2017; Organización de las Naciones Unidas, 2016; Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, 2019), las mujeres aún no cuentan con las mismas oportunidades laborales comparadas con los hombres.

Por esta razón, algunas mujeres deciden generar sus propios ingresos a través de la creación de una empresa. Al respecto, Paredes et al. (2019) señalan que el emprendimiento femenino se ha reconocido como un importante motor económico y social en diversas regiones del mundo y Coatepec, Veracruz, no es una excepción.

Hoy en día, el empoderamiento de las mujeres emprendedoras ha adquirido un interés creciente en la investigación académica y en el desarrollo de políticas enfocadas en la igualdad de género. Diversas investigaciones han analizado esta relación, debido a su vinculación con la participación en la toma de decisiones, desarrollo de habilidades, capacidades y competencias personales (Carosio, 2004; Pandey, 2015; Stanzin, 2016; Hernández et al. 2018; Gómez, 2019; García et al., 2022). Sin embargo, existe una necesidad de comprender más a fondo cómo el tipo de empresa creada puede influir en el nivel de empoderamiento de las mujeres emprendedoras.

El presente estudio se centra en un colectivo de mujeres del municipio de Coatepec, Veracruz, y tiene por objetivo analizar las diferencias en el nivel de empoderamiento entre mujeres que han creado una empresa. El estudio se enfoca en comprender cómo estas diferencias se relacionan con el tipo de empresa creada, ya sea a través del autoempleo o del emprendimiento. La comprensión de estas diferencias es fundamental para diseñar estrategias efectivas que promuevan el empoderamiento de las

mujeres en el ámbito empresarial. Al identificar los factores que influyen en el empoderamiento en cada tipo de empresa, se pueden desarrollar políticas y programas más adaptados a las necesidades específicas de las mujeres que optan por crear una empresa.

Fundamentación teórica

Diversos autores han abordado el concepto de empoderamiento de las mujeres. Para Rowlands (1997), Young (1997) y Appleyard (2002), es un proceso mediante el cual las mujeres ejercen control sobre sus propias vidas y se relacionan con su entorno, lo que les permite aumentar su acceso y uso del poder en sus diversas formas, como el acceso a recursos económicos, la participación política y la representación, la disponibilidad de servicios de salud y el acceso a la educación, entre otros aspectos.

Por otro lado, Batliwala (1997) y Muñoz et al. (2021) conciben el empoderamiento como un proceso y un resultado en el cual las mujeres desarrollan control sobre su propia vida y obtienen acceso a recursos económicos. Moser (1993) añade que la generación de una conciencia crítica es un elemento fundamental en el proceso de empoderamiento, ya que permite a las mujeres identificar y superar las barreras que les han impedido alcanzar su pleno desarrollo en diversos ámbitos.

En este sentido, el empoderamiento femenino abarca una serie de procesos que permiten a las mujeres mejorar su situación al adquirir control sobre sus vidas y participar en actividades productivas y sociales, e implica la transformación de su posición en las estructuras sociales y culturales existentes.

En el presente estudio, se empleará la teoría de Rowlands (1997) como marco teórico para comprender el empoderamiento de las mujeres en Veracruz, ya que se basa en la premisa de que el empoderamiento es un proceso multidimensional que reconoce la importancia de empoderar a las mujeres no solo a nivel individual, sino también a nivel colectivo, fomentando la solidaridad y la acción conjunta. Según la autora (Imagen 1), el empoderamiento se puede observar en tres niveles: personal, relaciones próximas y colectivo.

Imagen 1*Dimensiones de empoderamiento*

Nota: Rowlands (1997, p. 222)

De acuerdo con la autora (Rowlands, 1997), la dimensión personal implica el sentido de confianza, la capacidad individual y la deconstrucción de conflictos no observados. Por lo que sostiene que el sentido de confianza permite a las mujeres sentirse más seguras de sí mismas, lo que les facilita interactuar con personas con las que normalmente no lo harían y expresar sus opiniones. Asimismo, señala que la capacidad individual se refiere a la adquisición de nuevas habilidades, lo cual influye en su satisfacción y seguridad. La subdimensión de destrucción de conflictos no observados alude al desarrollo de conciencia crítica hacia los roles de género que promueven su opresión, y cómo comienzan a desnaturalizarlos, tal como mencionaba Moser (1993).

La dimensión relaciones próximas consiste en el desarrollo de la habilidad para negociar e influir en las decisiones tomadas con su familia y pareja (Rowlands, 1997). En este sentido, señala la autora, el empoderamiento implica que las mujeres participen de manera más activa en las decisiones, tanto con su pareja como con sus familiares, y sean capaces de exigir sus propios derechos.

Relacionado con esta dimensión, García et al. (2022) argumentan que la familia es la dimensión donde se generan la mayor parte de acciones

que fortalecen o inhiben el proceso de empoderamiento femenino, ya que está influenciada por los esposos y por la decisión propia de cada mujer. Esto debido a que la familia funge como la principal institución de subordinación femenina y de ideología patriarcal, que determina; el acceso a esferas públicas, control de recursos económicos, el rol de las tareas domésticas y la libertad de movimiento.

La tercera y última dimensión, la colectiva, alude al empoderamiento que las personas adquieren al trabajar de manera conjunta con otras personas y lograr un impacto mayor del que podrían lograr individualmente (Rowlands, 1997). Esta dimensión comprende la capacidad de organización entre un grupo de mujeres para satisfacer sus necesidades y el grado en que obtienen mayor acceso al poder económico, social y político.

Para la autora, la capacidad de organización incluye el sentido de pertenencia e identidad con el grupo, lo que impacta en la capacidad individual de asumir el control de sus propias vidas y contribuir de manera significativa en su comunidad (Rowlands, 1997). Además, señala que al formar parte de estos grupos, las mujeres adquieren un mayor poder económico, social y político, comparado con el que tendrían individualmente.

Autores como Rubio et al. (2017), González et al. (2021) y Couto y Saiani (2021) señalan que el poder económico se refiere al acceso a recursos económicos, lo que les permite mejorar su calidad de vida, participar en las decisiones financieras familiares, obtener autonomía para ingresar al mercado laboral, controlar su propio dinero e influir en las decisiones personales y familiares.

El poder social se refiere al desarrollo de capacidades para tomar decisiones colectivas y a la creación de redes con el objetivo de lograr una transformación social (González et al., 2021; Rubio et al., 2017). En complementariedad, el poder político implica el pleno conocimiento de los derechos y una mayor participación democrática de las mujeres en el ámbito público para cambiar el equilibrio de poder entre los actores involucrados (González et al., 2021; Couto y Saiani, 2021).

En el análisis de la problemática planteada, resultan fundamentales dos conceptos propuestos por Young (1997): la “condición” y la “posición”. Según la autora, la condición se refiere al estado material en el que se encuentran las mujeres, abarcando aspectos como la pobreza, la falta de

educación y capacitación, la carga de trabajo excesiva, la falta de acceso a tecnología moderna, herramientas especializadas, habilidades laborales, entre otros. Por otro lado, la posición implica la ubicación social de las mujeres en relación con los hombres, y su objetivo es transformar el papel de subordinación que históricamente ha sido asignado a las mujeres.

Estos dos conceptos desempeñan un papel crucial, ya que permiten evaluar en qué medida la creación de una empresa contribuye a mejorar tanto la condición como la posición de las mujeres. Asimismo, resulta relevante analizar estas mejoras diferenciadas según el tipo de empresa que se haya creado. En el contexto de las mujeres emprendedoras en Coatepec, Veracruz, la teoría de Rowlands (1997) y de Young (1997) proporciona un marco sólido para comprender cómo el tipo de empresa creada puede influir en su nivel de empoderamiento.

Relativo al tipo de empresa creada, la diferencia entre el autoempleo y el emprendimiento ha sido objeto de estudio en diversos artículos científicos. La literatura ha destacado algunas diferencias clave. En primer lugar, el autoempleo se refiere a la creación de un negocio para satisfacer las necesidades de empleo y generar ingresos personales (Carland et al., 1992). En contraste, el emprendimiento implica la creación de un negocio con una perspectiva de crecimiento y expansión, buscando oportunidades de mercado y generando empleo para otros (Shane y Venkataraman, 2000).

Otra diferencia importante radica en la escala y el crecimiento. El autoempleo se enfoca principalmente en mantener un negocio rentable y estable que satisfaga las necesidades personales y familiares de la persona que crea la empresa (Kautonen et al., 2014). Por el contrario, el emprendimiento se caracteriza por una mentalidad de crecimiento y expansión, con el objetivo de desarrollar un negocio a mayor escala y aumentar su impacto en el mercado (Baron, 2007).

La orientación al crecimiento y la adquisición de recursos también difieren entre el autoempleo y el emprendimiento. Mientras que el autoempleo puede basarse en los recursos y habilidades existentes del individuo, el emprendimiento implica la búsqueda y adquisición de recursos adicionales para apoyar el crecimiento y la expansión del negocio (Arenius y Minniti, 2005). Las personas emprendedoras se dedican acti-

vamente a identificar y aprovechar oportunidades, movilizandorecursos financieros, humanos y sociales para lograr sus objetivos (Baumol, 1996).

En cuanto al impacto económico y social, el emprendimiento se considera un motor del crecimiento económico y la generación de empleo a gran escala (Acs y Szerb, 2007). Por otro lado, el autoempleo puede tener un impacto más limitado en términos de generación de empleo y contribución al desarrollo económico (Parker, 2009). Sin embargo, el autoempleo puede ser una opción válida para aquellas personas que buscan independencia laboral y flexibilidad en sus actividades comerciales (Obschonka et al., 2019).

Desde la perspectiva de Soler et al. (2014), el autoempleo se basa en la satisfacción de necesidades propias, mediante la dominación de recursos y medios que el sistema y estructura social ponga a su alcance. Bajo este esquema, se puede inferir que el autoempleo tiene como finalidad mejorar la condición de las mujeres, pero no necesariamente su posición (Young, 1997).

En contraste, el emprendimiento persigue crear valor para la comunidad y el sector, así como enfocarse en su crecimiento, permanencia y rentabilidad (Sallenave, 1994). Además, Soler et al. (2014) señalan que este tipo de esquema se enfoca en el desarrollo de la confianza de los individuos y las comunidades para impulsar cambios positivos en su contexto.

De ahí se infiere que, al crear una empresa bajo el autoempleo, por su carácter individualista para generar ingresos, no se cuestionan las relaciones de opresión y solo se desarrolla el empoderamiento en un nivel personal, es decir, se logra mejorar su condición, pero no su posición. En cambio, bajo el emprendimiento, al aportar valor a los grupos de interés, puede desarrollar empoderamiento en los tres niveles (personal, relaciones próximas y colectivo) y generar cambios en la estructura social.

Metodología

El presente estudio es de corte cuantitativo y tiene como objetivo medir el grado de empoderamiento experimentado por mujeres tras la creación de sus empresas. Para ello, se utilizó un cuestionario estructurado que consta de 49 preguntas para recopilar datos sobre el nivel de empodera-

miento, así como información relacionada con el tipo de empresa creada por cada participante. Se encuentra estructurado en tres secciones:

1. Datos generales sobre la emprendedora: Recaba datos generales como edad, lugar de residencia, educación y estado civil.
2. Datos generales sobre el negocio: Identifica lugar donde se encuentra el negocio, antigüedad, propiedad del negocio, toma de decisiones en la empresa.
3. Efectos en el empoderamiento femenino: Analiza a través de una escala de Likert una serie de enunciados relacionados con el nivel de empoderamiento femenino según el modelo de Rowlands (1997): personal, relaciones próximas y colectivo.

El cuestionario fue sometido a tres pruebas piloto para evaluar su funcionalidad y claridad. A partir de los resultados obtenidos en la tercera prueba piloto, se realizó un análisis de confiabilidad interna utilizando el coeficiente alpha de Cronbach en el software SPSS. Este análisis permitió evaluar la consistencia interna del instrumento, basado en el promedio de las correlaciones entre los ítems (Universidad de Valencia, 2010). Según los resultados del análisis, el coeficiente alpha de Cronbach arrojó un valor de 0.882, lo cual indica un alto grado de confiabilidad interna del cuestionario.

Una vez recopilada la información, se realizó un procesamiento de los cuestionarios utilizando el software estadístico SPSS. Posteriormente, los datos se agruparon de acuerdo con las subdimensiones de la encuesta y se empleó estadística descriptiva, con el objetivo de construir una escala para medir el nivel de empoderamiento (personal, relaciones próximas y colectivas).

Las mujeres encuestadas forman parte de un colectivo en el municipio de Coatepec, Veracruz. Fueron seleccionadas mediante el sistema del muestreo aleatorio simple con la finalidad de darle a cada una la misma probabilidad de ser seleccionada. Este colectivo surge en respuesta a la situación en la que las mujeres de Coatepec se enfrentan al crear sus propios negocios, y fue iniciado con el propósito de generar un cambio en la vida personal de las mujeres y fomentar el desarrollo económico y comunitario en la región. Por lo que estudiarlo proporcionará una visión

enriquecedora y contextualizada sobre el empoderamiento femenino en el ámbito empresarial de la región.

Desarrollo

El emprendimiento femenino ha sido objeto de estudio en diversos contextos, y entender las motivaciones y razones detrás de la decisión de emprender es fundamental para comprender este fenómeno en México y específicamente en Veracruz. En relación con el funcionamiento de las empresas dirigidas por mujeres en América Latina, estudios como los de Zabłudovsky (2020) y Paz y Espinoza (2019) señalan que estas operan en condiciones precarias y tienden a satisfacer solo necesidades básicas de subsistencia. Estos autores enfatizan que la motivación para establecer sus propias empresas no surge principalmente de una oportunidad en el mercado, sino de las limitaciones que enfrentan para acceder a otras fuentes de empleo.

Coincidiendo con los autores mencionados, Zamora et al. (2022) destacan que muchas mujeres en México se involucran en actividades emprendedoras por necesidad, impulsadas por el contexto socioeconómico. En este sentido, la creación de empresas se convierte en la única opción para ingresar al mercado laboral y generar ingresos propios, siendo un medio preferente para mejorar su supervivencia y la de sus familias.

En México, las empresas lideradas por mujeres desempeñan un papel importante en el país y están ganando cada vez más relevancia. Según el Programa Institucional 2020-2024 del Instituto Nacional de las Mujeres (2021), una de cada cinco de las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se abren en México está liderada por mujeres. Además, según datos del INEGI (2021), las mujeres representaron el 36.6 % del total de personas propietarias de establecimientos micro, pequeños y medianos en sectores como manufactura, comercio y servicios privados no financieros.

En cuanto a los motivos que impulsan a las mujeres a crear una empresa en México, se han identificado diversos factores en investigaciones previas. González y Morales (2019) destacan la necesidad económica como uno de los principales impulsores, donde las mujeres emprenden como una estrategia para generar ingresos y superar la precariedad laboral.

Por otro lado, Carrillo y Vargas (2020) señalan que las mujeres también emprenden con el objetivo de conciliar su vida personal y profesional, buscando mayor autonomía y flexibilidad en la gestión de su tiempo.

En el contexto específico de Veracruz, se han llevado a cabo estudios que abordan las motivaciones y desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras. Rodríguez y Vázquez (2018) indican que las mujeres emprenden en Veracruz principalmente por la necesidad de generar ingresos y asegurar su sustento económico. Asimismo, Ochoa y Estrada (2019) resaltan la importancia de la independencia económica y el deseo de contribuir al desarrollo local como factores impulsores del emprendimiento femenino en la región.

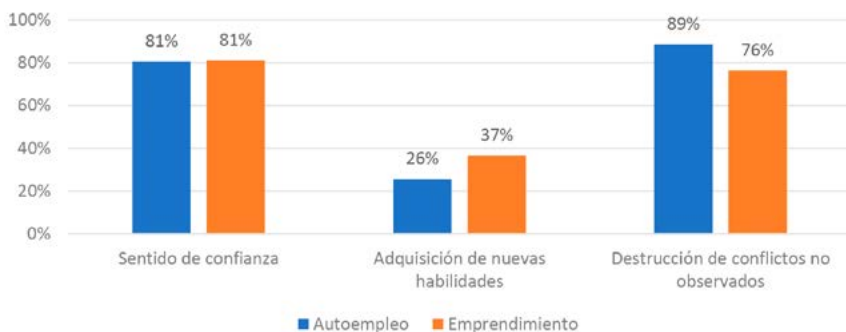
Sin embargo, las mujeres emprendedoras en México y Veracruz también se enfrentan a barreras específicas que afectan su desarrollo y crecimiento empresarial. Según la investigación de Herrera et al. (2021), las barreras más comunes incluyen la falta de acceso a financiamiento, la conciliación de roles familiares y laborales, así como los estereotipos de género arraigados en la sociedad. Por otro lado, se ha identificado que la capacitación y el apoyo institucional son elementos clave para fortalecer el emprendimiento femenino en la región (Hernández et al., 2020).

Análisis de resultados

En esta sección, se presentarán los resultados del estudio y se analizarán las diferencias en el nivel de empoderamiento entre mujeres dedicadas al autoempleo y al emprendimiento.

Empoderamiento personal

El nivel de empoderamiento personal se basó en el modelo de Rowlands (1997), el cual incluye aspectos como el sentido de confianza en sí misma, la adquisición de nuevas habilidades y la superación de conflictos no observados.

Imagen 2*Empoderamiento a nivel personal*

Nota: Elaboración propia.

En relación con el sentido de confianza, los resultados del estudio revelaron que no se encontraron diferencias significativas entre las mujeres emprendedoras que se dedican al autoempleo y aquellas involucradas en el emprendimiento. Ambos grupos obtuvieron un valor de 81 % en cuanto al nivel de confianza en sí mismas. Esto sugiere que ambas formas de emprendimiento brindan a las mujeres un sentido sólido de confianza en sus capacidades y habilidades.

En cuanto a la adquisición de nuevas habilidades, se observó una diferencia significativa entre los dos grupos. Las mujeres que optaron por el autoempleo reportaron un mayor nivel de adquisición de nuevas habilidades, con un valor de 26 %, en comparación con las mujeres involucradas en el emprendimiento, quienes obtuvieron un valor de 37 %. Esto indica que las mujeres que se dedican al emprendimiento tienen una mayor oportunidad de desarrollar y ampliar sus habilidades a medida que gestionan sus propios negocios.

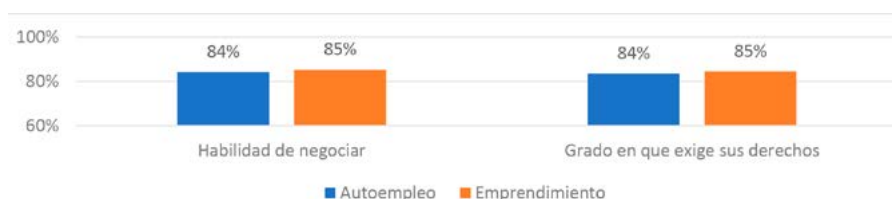
En relación con la destrucción de conflictos no observados, se encontró que las mujeres que se dedican al autoempleo experimentaron un mayor nivel, con un valor de 89 %, en comparación con aquellas involucradas en el emprendimiento, quienes obtuvieron un valor de 76 %. Esto indica que el autoempleo puede proporcionar un entorno más propicio para el desarrollo de conciencia crítica hacia los roles de género que promueven su opresión, y cómo comienzan a desnaturalizarlos.

Empoderamiento en relaciones próximas

En el nivel de relaciones próximas, los resultados revelaron diferencias significativas entre las mujeres emprendedoras que se dedican al autoempleo y aquellas involucradas en el emprendimiento. En cuanto a la habilidad para negociar e influir en la naturaleza de la relación de poder, se encontró que las mujeres dedicadas al emprendimiento obtuvieron un valor de 85 %, mientras que aquellas involucradas en el autoempleo obtuvieron un valor ligeramente inferior, de 84 %. Esto indica que las mujeres que se dedican al emprendimiento tienen casi la misma capacidad para negociar y ejercer influencia en las relaciones de poder en comparación con las mujeres que se autoemplean.

Imagen 3

Empoderamiento a nivel relaciones próximas



Nota: Elaboración propia.

En relación con el grado en que exigen sus derechos, se observó una diferencia similar. Las mujeres involucradas en el emprendimiento obtuvieron un valor de 85 %, mientras que aquellas dedicadas al autoempleo obtuvieron un valor de 84 %. Esto sugiere que las mujeres emprendedoras en general tienen un nivel similar en cuanto a la exigencia de sus derechos en las relaciones próximas, independientemente del tipo de empresa que hayan creado.

Empoderamiento en la colectividad

Esta dimensión del empoderamiento se refiere a la capacidad de trabajar en conjunto con otras personas para lograr un impacto mayor y obtener mayor acceso al poder económico, social y político. En cuanto

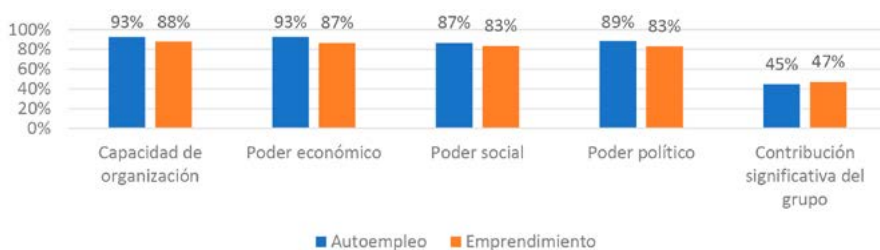
a la capacidad de organización, se observó que las mujeres dedicadas al autoempleo obtuvieron un valor de 93 %, mientras que aquellas involucradas en el emprendimiento obtuvieron un valor ligeramente inferior, de 88 %. Esto indica que las mujeres que se dedican al autoempleo tienen una mayor capacidad de organización en comparación con las mujeres emprendedoras.

En relación con el poder económico, se encontró que las mujeres dedicadas al autoempleo obtuvieron un valor de 93 %, mientras que aquellas involucradas en el emprendimiento obtuvieron un valor de 87 %. Esto sugiere que las mujeres dedicadas al autoempleo tienen un mayor acceso al poder económico en comparación con las mujeres emprendedoras.

En cuanto al poder social, se observó que las mujeres dedicadas al autoempleo obtuvieron un valor de 87 %, mientras que aquellas involucradas en el emprendimiento obtuvieron un valor de 83 %. Esto indica que las mujeres dedicadas al autoempleo tienen un mayor grado de poder social en comparación con las mujeres emprendedoras.

Imagen 4

Empoderamiento a nivel colectivo



Nota: Elaboración propia.

En relación con el poder político, se encontró que las mujeres dedicadas al autoempleo obtuvieron un valor de 89 %, mientras que aquellas involucradas en el emprendimiento obtuvieron un valor de 83 %. Esto sugiere que las mujeres dedicadas al autoempleo tienen un mayor acceso al poder político en comparación con las mujeres emprendedoras.

En cuanto a la contribución significativa del grupo, se observaron valores cercanos entre ambos grupos. Las mujeres dedicadas al autoempleo obtuvieron un valor de 45 %, mientras que aquellas involucradas en el

emprendimiento obtuvieron un valor ligeramente superior, de 47 %. Esto indica que ambas categorías de mujeres emprendedoras perciben una contribución significativa del grupo en su empoderamiento colectivo.

Imagen 5

Comparación de los niveles de empoderamiento.



Nota: Elaboración propia.

Los resultados revelaron que las mujeres emprendedoras de Coatepec, Veracruz, presentaron un nivel general de empoderamiento moderado. Estos hallazgos sugieren que, en el nivel personal, tanto las mujeres dedicadas al autoempleo como las mujeres emprendedoras se sienten empoderadas en términos de su confianza y autoestima, sin haberse encontrado una diferencia significativa entre ambos grupos.

En cuanto al nivel de relaciones próximas, se encontró que el 84 % de las mujeres dedicadas al autoempleo reportaron un nivel alto de empoderamiento en esta dimensión, mientras que el 85 % de las mujeres emprendedoras también mostraron un nivel alto. Estos resultados indican que las mujeres en ambos grupos se sienten empoderadas en sus relaciones familiares, de amistad y laborales cercanas, sin haberse encontrado una diferencia significativa entre ellos.

Finalmente, en relación al nivel colectivo, se observó que el 84 % de las mujeres dedicadas al autoempleo manifestaron un nivel alto de empoderamiento en esta dimensión, mientras que el 80 % de las mujeres emprendedoras también reportaron un nivel alto. Esto sugiere que ambas categorías de mujeres emprendedoras perciben un grado considerable de empoderamiento en términos de su capacidad de organización y su acceso al poder económico, social y político, sin haberse encontrado una diferencia significativa entre ambos grupos.

Conclusión

El presente estudio investigó el grado de empoderamiento experimentado por mujeres emprendedoras en Coatepec, Veracruz, centrándose en el tipo de empresa creada, ya sea autoempleo o emprendimiento. Se utilizaron las dimensiones del modelo de empoderamiento de Rowlands (1997): nivel personal, relaciones próximas y colectivo, para analizar las diferencias en el empoderamiento en cada tipo de empresa.

En cuanto al nivel personal, no se encontraron diferencias significativas entre el autoempleo y el emprendimiento, con un 56 % y un 62 % de mujeres respectivamente reportando niveles moderados de empoderamiento. Esto sugiere que ambas formas de emprendimiento brindan un nivel similar de capacidad y control sobre la propia vida y decisiones.

En el nivel de relaciones próximas, también se observó una similitud en los resultados entre el autoempleo y el emprendimiento, con un 84 % de mujeres en ambos casos reportando niveles altos de empoderamiento. Esto indica que las mujeres emprendedoras se sienten empoderadas en sus relaciones familiares, de amistad y laborales cercanas, lo cual puede tener un impacto positivo en su bienestar general.

En cuanto al nivel colectivo, se encontraron diferencias significativas entre el autoempleo y el emprendimiento. En el autoempleo, el 84 % de las mujeres reportaron niveles altos de empoderamiento en la colectividad, mientras que en el emprendimiento, este porcentaje fue ligeramente menor, con un 80 %. Esto sugiere que las mujeres emprendedoras en el autoempleo perciben en mayor medida un empoderamiento en relación con la comunidad y la sociedad en general.

En general, los resultados indican que las mujeres emprendedoras en Coatepec, Veracruz, experimentan un nivel moderado de empoderamiento en todas las dimensiones analizadas. El emprendimiento, ya sea en forma de autoempleo o emprendimiento tradicional, ofrece oportunidades significativas para que las mujeres adquieran habilidades, tomen decisiones y ejerzan influencia en su entorno.

Discusión

Los resultados obtenidos en este estudio sobre el empoderamiento de las mujeres emprendedoras en Coatepec, Veracruz, pueden ser discutidos en relación con las investigaciones previas realizadas por Zabłudovsky (2020), Paz y Espinoza (2019), Zamora et al. (2022), González y Morales (2019), Carrillo y Vargas (2020), Rodríguez y Vázquez (2018), Ochoa y Estrada (2019), Herrera et al. (2021) y Hernández et al. (2020).

En primer lugar, los resultados de este estudio muestran que las mujeres emprendedoras en Coatepec, Veracruz, experimentan un nivel moderado de empoderamiento en general. Esto es consistente con los hallazgos de Zamora et al. (2022), quienes señalaron que las mujeres emprendedoras en México suelen operar en condiciones precarias y tienen la intención de satisfacer niveles de subsistencia. Sin embargo, es importante destacar que el emprendimiento les brinda a estas mujeres una oportunidad de generar sus propios ingresos y tener cierto control sobre su vida laboral.

En relación con el tipo de empresa creada, se encontraron diferencias en el nivel de empoderamiento en las dimensiones del modelo de Rowlands (1997). En el nivel personal, no se observaron diferencias significativas entre el autoempleo y el emprendimiento, lo cual puede sugerir que ambos tipos de emprendimiento brindan a las mujeres un sentido de confianza similar en sí mismas, ya que ambos obtuvieron un valor de 81 %. Esto contrasta con los hallazgos de Zamora et al. (2022) y Paz y Espinoza (2019), quienes señalaron que muchas mujeres emprenden por necesidad y no por una oportunidad en el mercado.

En general, estos resultados son consistentes con los hallazgos de otros estudios. Por ejemplo, Paz y Espinoza (2019) señalaron que las mujeres en el autoempleo tienden a tener una mayor autonomía y control sobre su trabajo, lo que puede contribuir a su nivel de empoderamiento. Por otro lado, Zamora et al. (2022) destacaron que muchas mujeres emprenden por necesidad y se enfrentan a limitaciones en términos de acceso a otras fuentes de empleo, lo que puede influir en su nivel de empoderamiento.

Es importante destacar que este estudio tiene limitaciones que deben ser consideradas. En primer lugar, la muestra se limitó a mujeres emprendedoras en Coatepec, Veracruz, por lo que los resultados pueden no

ser generalizables a otras poblaciones o contextos. Además, la medición del empoderamiento se basó en una escala específica y puede haber otras dimensiones o aspectos del empoderamiento que no se tuvieron en cuenta.

En resumen, este estudio aporta evidencia sobre el nivel de empoderamiento de las mujeres emprendedoras en Coatepec, Veracruz, y destaca las diferencias encontradas según el tipo de empresa creada. Estos hallazgos tienen implicaciones importantes para el diseño de políticas y programas de apoyo al emprendimiento femenino, ya que resaltan la importancia de considerar las necesidades y desafíos específicos que enfrentan las mujeres en cada tipo de empresa. Además, este estudio destaca la importancia de seguir investigando y promoviendo el empoderamiento de las mujeres emprendedoras para fomentar su desarrollo personal, económico y social.

Referencias

- Acs, Z. J., & Szerb, L. (2007). Entrepreneurship, economic growth and public policy. *Small Business Economics*, 28(2-3), 109-122.
- Appleyard, S. (2002). A Rights-Based Approach to Development: What the policy documents of the UN, development cooperation and NGO agencies say. *Background Paper for Human Rights Roundtable*, (1): "A rights-based approach to development" https://archive.crin.org/en/docs/resources/publications/hrbap/RBA_policy_docs_UN_NGO.pdf
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233-247.
- Baron, R. A. (2007). *Entrepreneurship: A process perspective*. Thomson South-Western.
- Batliwala, S. (1997) El significado del empoderamiento de las mujeres: Nuevos conceptos desde la acción. En León, M. (Comp), *Poder y Empoderamiento de las mujeres*. TM Editores y UN Facultad de Ciencias Humanas, 187-212.
- Baumol, W. J. (1996). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of Business Venturing*, 11(1), 3-22.
- Brockhaus, R. H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.

- Carland, J. W., Hoy, F., & Carland, J. A. (1992). "Who is an entrepreneur?" Is the wrong question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(3), 47-68.
- Carosio, A. (2004). Las mujeres y la opción emprendedora. *Revista Venezolana de estudios de la mujer*, 9(23), 79-113.
- Couto, M. C. D. A., y Saiani, C. C. S. (2021). Dimensões do empoderamento feminino no Brasil: índices e caracterização por atributos locacionais e individuais e participação no Programa Bolsa Família. *Revista Brasileira de Estudos de População*, 38, 1-22. <http://dx.doi.org/10.20947/S0102-3098a0147>
- García, V., Cruz, E., Mejía, C. (2022). Factores que impulsan e inhiben el empoderamiento femenino: una revisión de literatura. *Reflexiones Revista Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Costa Rica*, 101(1), 1-19.
- Gómez, I. (2019). Las cooperativas de mujeres en España: ¿empoderamiento o perpetuación de roles de género? *REVECO. Revista de Estudios Cooperativos*, (131), 48-64.
- González, I., Osorio, M. y Delgado, A. (2021). Empoderamiento en el turismo rural. Propuesta de un instrumento de medición. *Investigaciones Turísticas*, (22), 69-94. <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.22.4>
- Hernández, C., Sánchez, M. y Díaz, O. (2018). Empoderamiento y cooperativismo femenino, tres estudios de caso de cooperativas lideradas por mujeres en la Ciudad de México. *Acta Universitaria*, 28(5), 72-83
- Instituto Veracruzano de las Mujeres. (2017). Informe estadístico del banco estatal de datos para el seguimiento de la ruta crítica de las mujeres en situación de violencia periodo 2010-2016. <http://www.ivermujeres.gob.mx/wp-content/uploads/sites/16/2017/04/INFORME-ESTADISTICO-FINAL-2010-2016.pdf>
- Kautonen, T., Down, S., & Minniti, M. (2014). Ageing and entrepreneurial preferences. *Small Business Economics*, 42(3), 579-594.
- Moser, C. (1993). *Gender Planning and Development: Theory, Practice and Training*. London: Routledge.
- Muñoz, C. E., Barrera, R. M., y Espinosa, A. D. C. D. (2021). Model of Psychological Empowerment Based on Structural Equations for Predicting Autonomy. *Revista Colombiana de Psicología*, 30(2). <https://doi.org/10.15446/rcp.v30n2.82149>

- Obschonka, M., Stuetzer, M., Audretsch, D. B., Rentfrow, P. J., Potter, J., & Gosling, S. D. (2019). Entrepreneurial regions: Do macro-psychological cultural characteristics of regions help solve the “knowledge paradox” of economics? *PLoS ONE*, 14(4), e0216080.
- Organización de las Naciones Unidas. (2016). Principios para el empoderamiento de las mujeres en las empresas. <http://www.onu.org.mx/wp-content/uploads/2016/12/Empoderamiento-mujeres-en-empresas.pdf>
- Pandey, N. (2015) Women entrepreneurship: an effective and possible approach for women empowerment. *International Journal of Development Research*, 5(5) 4275-4279
- Paredes, S. P., Leal, M. C., & Saavedra, M. L. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, 10(23), 158-167. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2019.v10.n23.a8>
- Parker, S. C. (2009). *The economics of entrepreneurship*. Cambridge University Press.
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. (2019). *Empoderamiento económico de las mujeres*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. <https://www.undp.org/content/undp/es/home/gender-equality/women-s-economic-empowerment.html>
- Rowlands, J. (1997). *Questioning empowerment: Working with women in Honduras*. R Oxfam.
- Rubio, A. G. R., Bordi, I. V., Ortiz, H. T., y Muro, P. G. (2017). Empoderamiento y feminismo comunitario en la conservación del maíz en México. *Revista Estudios Feministas*, 25, 1073-1092.
- Sallenave, J.P. (1994). *La gerencia integral*. Editorial Norma.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Soler, P., Planas, A., Ciraso, A., y Ribot, A. (2014). Empoderamiento en la comunidad. El diseño de un sistema abierto de indicadores a partir de procesos de Evaluación Participativa. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, (24), 49-77.
- Stanzin, M. (2016) Role of women entrepreneurship in promoting women empowerment. *International Journal of Management and Applied Science*, 2(10), pp. 48-51.

- Universidad de Valencia. (2010). *SPSS: Análisis de Fiabilidad Alfa de Cronbach* [Documento en PDF] Disponible en: https://www.uv.es/innomide/spss/SPSS/SPSS_0801B.pdf
- Young, K. (1997). Empoderamiento desde abajo: ¿Qué podemos aprender de las organizaciones de base? En León, M. (Comp). *Poder y Empoderamiento de las mujeres*. TM Editores y UN Facultad de Ciencias Humanas, 99-118.