

EL EMPRENDIMIENTO EXPORTADOR DE LAS MIPYME DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO DE SU PROPIETARIO*

Jessica Garizurieta Bernabe**
Luis Alejandro Gazca Herrera***

Recibido: 4 diciembre 2023 – Aprobado: 3 mayo de 2024

Doi: <https://doi.org/10.22395/seec.v27n63a4624>

RESUMEN

Con el objetivo de identificar si existen brechas de género en el emprendimiento exportador de las mipymes, se realizó una investigación con enfoque mixto de tipo explicativa secuencial para evaluar la eventual asociación entre la caracterización de la empresaria y el empresario, y los diferentes factores organizacionales y del entorno externo, relacionados con el proceso de exportación. Para ello, mediante un instrumento autoadministrado de tipo transversal y entrevistas personalizadas se abordaron las percepciones de una muestra de dueñas y dueños de mipymes del estado de Veracruz, México. A través de un análisis correlacional se evidenció que el tipo de empresa tiene implicaciones en la capacidad de poder exportar, pero no existe una relación significativa entre la caracterización del empresario, con su capacidad de emprendimiento exportador y los factores externos de exportación. En un segundo análisis, al considerar la brecha de género como variable consecuente, se aceptan las hipótesis en las que se considera la gestión del tiempo y los estereotipos culturales como variables antecedentes. Se concluye que la brecha de género en el emprendimiento exportador se encuentra en los estereotipos relacionados con el papel determinado en la familia y los comportamientos asignados en forma generalizada, y no en factores de su caracterización.

PALABRAS CLAVE

Negocios internacionales, género, globalización, emprendimiento internacional

CÓDIGOS JEL

F23, F63, M16

CONTENIDO

Introducción; 1. Marco conceptual; 2. Materiales y métodos; 3. Resultados y discusión; 4. Conclusiones; Referencias.

* Artículo de investigación, resultado de la investigación independiente de los autores.

** Administradora de la Universidad Veracruzana, Xalapa, México. Magíster en Finanzas de la Universidad Cristóbal Colón, Veracruz, México. Doctora en Desarrollo Económico y Sectorial estratégico de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Puebla, México. Profesora de tiempo completo de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana, Xalapa, México. Dirección: Circuito Aguirre Beltrán s/n Col. Zona Universitaria C.P. 91000. Correo electrónico: jgarizurieta@uv.mx. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1443-4737>

*** Sistemas computacionales administrativos, Universidad Veracruzana, Xalapa, México. Magíster en Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana, Xalapa, México. Doctor en Administración Pública del Instituto de Administración Pública iap, Xalapa, México. Profesor de Tiempo Completo de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana, Xalapa, México. Dirección: Circuito Aguirre Beltrán s/n Col. Zona Universitaria C.P. 91000. Correo electrónico: lgazca@uv.mx. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7637-2909>

THE EXPORT ENTREPRENEURSHIP OF MSMES ACCORDING TO THE GENDER PERSPECTIVE OF THEIR OWNERS

ABSTRACT

In order to identify gender gaps in the export entrepreneurship of MSMEs, we conducted a mixed study with a sequential explanatory design to assess the possible link between the business owner's characterization and the different organizational and external factors related to the export process. To this end, a cross-sectional self-administered instrument and personalized interviews were used to explore the perceptions of a sample of MSMEs owners from the state of Veracruz, Mexico. A correlation analysis showed that the type of enterprise has implications for export capability, but there is no significant relation between business owner characterization, export entrepreneurship capability, and external export factors. During a second analysis, by considering the gender gap a consequent variable, the hypotheses of time management and cultural stereotypes being antecedent variables were accepted. It was concluded that the gender gap in export entrepreneurship is found in specific family roles and generally assigned behaviors, and not in characterization factors.

KEY WORDS

International business, gender, globalization, international entrepreneurship.

JEL CODES

F23, F63, M16

CONTENT

Introduction; 1. Conceptual framework; 2. Materials and methods; 3. Results and discussion; 4. Conclusions; References.

O EMPREENDEDORISMO EXPORTADOR DE MPMEs NA PERSPECTIVA DE GÊNERO DE SEU PROPRIETÁRIO

RESUMO

Com o objetivo de identificar se existem disparidades de gênero no empreendedorismo exportador das MPME, foi realizada uma investigação com abordagem mista de tipo explicativo sequencial, para avaliar a eventual associação entre a caracterização da empresária e do empresário face à diferentes fatores organizacionais e do ambiente externo, relacionados ao processo de exportação. Para tanto, por meio de um instrumento transversal autoadministrado e entrevistas personalizadas, foram abordadas as percepções de uma amostra de proprietários de MPMEs do estado de Veracruz, México. Através de uma análise correlacional, ficou evidente que o tipo de empresa tem implicações na capacidade de exportar, mas não existe uma relação significativa entre a caracterização do empreendedor, a sua capacidade de empreendedorismo exportador e os fatores externos de exportação. Numa segunda análise, ao considerar a disparidade de gênero como variável consequente, aceitam-se as hipóteses onde a gestão do tempo e os estereótipos culturais são considerados como variáveis antecedentes. Conclui-se que a disparidade de gênero no empreendedorismo exportador se encontra nos estereótipos relacionados com o determinado papel na família e nos comportamentos geralmente atribuídos, e não em fatores da sua caracterização.

PALAVRAS-CHAVE

Negócios internacionais, gênero, globalização, empreendedorismo internacional

CÓDIGOS JEL

F23, F63, M16

CONTENTE

Introdução; 1. Enquadramento conceptual; 2. Materiais e métodos; 3 Resultados e discussão; 4. Conclusões; 5. Referências.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la creciente globalización ha generado nuevas dinámicas económicas y políticas, así como variaciones en la estructura del comercio y de los mercados, trayendo consigo cambios en la política comercial y haciendo el mercado externo atractivo para las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme) y llevándolas a poner en consideración la internacionalización de su negocio a través de la exportación (Ferreira y Horta, 2019) como una estrategia para incrementar sus ganancias y ventajas competitivas.

En los últimos cinco años, las mipymes han sido uno de los elementos centrales para el crecimiento socioeconómico (Ferreira y Horta, 2019), sobre todo de los países en vías de desarrollo, debido a que contribuyen con una importante porción del empleo total y, asimismo, juegan un papel relevante en la actividad emprendedora y la innovación (Gualdrón y Duarte, 2021), impulsando el comercio local y regional, y multiplicando los beneficios al explotar los recursos propios de cada entidad.

Tan solo en México constituyen el 99,8 % del total de los establecimientos, siendo mayoría los micronegocios (94,9 %) (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2020, 2021b). De igual forma, sus beneficios se ven reflejados en la generación de empleos, el cual en México es del 64,5 %, y esto significa que, seis de cada diez trabajadores son empleados en este tipo de organizaciones (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2020). Por lo tanto, los beneficios que generan son tanto para el empresario como para el Estado, los consumidores y la población económicamente activa (Cruz y Vidal, 2022).

Paralelamente, se subraya el espíritu emprendedor de las dueñas y dueños de las mipymes, el cual es importante para el desarrollo económico y social (Urbano y Toledano, 2008). Sin embargo, según el informe de INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2021b) sobre la demografía de los negocios, en México, solo el 19 % de emprendimientos formalmente establecidos son de mujeres y 31 mueren antes del primer año, por lo que se concuerda con Cruz y Vidal (2022) acerca de que la escalabilidad del emprendimiento sigue representando un desafío, sobre todo en aquellos emprendidos por mujeres.

Con la globalización, se ha buscado ampliar las oportunidades para que las mujeres participen y se beneficien de la internacionalización (Méndez, 2021), sin embargo, lejos de generar un impacto positivo sobre el crecimiento de las mujeres, se ha producido una agudización de las desigualdades (Rodríguez, 2008). Un "estudio de empresas exportadoras realizado en 20 países en desarrollo de diferentes

regiones del mundo [...] muestra que solo un 15 % de estas empresas eran lideradas por mujeres” (Frohmann, 2018, p. 11).

Por otro lado, de acuerdo con un estudio sobre el emprendimiento en Chile, “un 52 % consideraba que es más difícil emprender para las mujeres que para los hombres, ya sea por los patrones culturales machistas de la sociedad, o bien por sus mayores ingresos y patrimonios” (Frohmann, 2018, p. 12); mientras que en México, los principales obstáculos a los que se enfrentan las mujeres para emprender a exportar son los costos de desarrollo de mercado y las problemáticas culturales que son parte del sistema patriarcal (Bircher *et al.*, 2020).

De este modo, resulta evidente la importancia de reflexionar sobre algunos elementos del emprendimiento exportador que, desde la perspectiva de la economía, evidencia el carácter de las desigualdades entre hombres y mujeres.

Es importante recordar que los análisis de temas económicos son siempre complejos, dado el espacio social en que suceden y el número de escenarios que confluyen alrededor de estos, generando cambios significativos entre sus distintos actores (Cruz y Vidal, 2022).

En este sentido, la presente investigación hace referencia a un análisis del emprendimiento exportador y las características estructurales de las mipymes, mediante la incorporación del género como una categoría analítica en el proceso de emprendimiento exportador, con la finalidad de la presentación de posibles soluciones, en caso de existir desequilibrios, así como de disminuir aquellos impactos condicionados por los roles diferenciados de mujeres y hombres y con ello, la brecha de la desigualdad (Frohmann, 2018).

1. MARCO CONCEPTUAL

En esta sección se analiza qué es el emprendimiento exportador desde una óptica conceptual, a fin de poder identificar los elementos de género presentes en los factores que influyen en el emprendimiento exportador y así, poder definir cada uno de estos.

Incorporar el género como una categoría analítica, permite avanzar en la construcción de modelos económicos que tengan como principio básico la satisfacción de las necesidades humanas, respetando y promoviendo la igualdad de género. Si bien el origen de este concepto se vincula a las corrientes feministas, surge a partir de la necesidad de eliminar las características biológicas y fisiológicas de las

explicaciones de las desigualdades económicas, sociales y culturales entre mujeres y hombres (Comisión Nacional de los Derechos Humanos [CNDH], s. f.).

Por lo tanto, si queremos analizar el comercio teniendo en cuenta el género, se tienen que considerar las normas, creencias, derechos, obligaciones y las relaciones sociales, psicológicas, económicas y políticas que sitúan a mujeres y hombres de forma diferente, de tal forma que sea posible analizar esta situación desde la perspectiva de género, es decir, cuestionar los estereotipos y la estructura social a partir de las interpretaciones que regulan estas relaciones y del peso que estas interpretaciones tienen en la vida de las personas.

1.1. Factores de género en el emprendimiento exportador

Emprender tiene múltiples connotaciones de acuerdo con el contexto en el que se emplee. En términos generales, es el proceso mediante el cual se explota una oportunidad comercial (Aracil *et al.*, 2022), ya sea mediante el desarrollo de nuevos mercados, la integración vertical de actividades o el desarrollo de nuevos productos o servicios que puedan estar relacionados o no con el negocio (Steinwascher, 2012).

Por su parte, cuando se habla de la actividad económica de exportación de las mipymes, se hace alusión a su actividad emprendedora, toda vez que implica la generación de nuevas dinámicas y variaciones en la estructura del comercio y de los mercados. "Las exportaciones son aquellos conjuntos de mercancía que son vendidos y enviados a países del exterior" (Gualdron y Duarte, 2021, p. 17).

Por lo tanto, el emprendimiento exportador consiste en crear o desarrollar un nuevo negocio, en mercados diferentes al doméstico de una manera proactiva (Dueñas y Peñalosa, 2015; Navarro *et al.*, 2017; Padilla *et al.*, 2018), y va más allá de crear una nueva empresa, de poner en marcha nuevos proyectos empresariales o desarrollar iniciativas innovadoras; por el contrario, implica la construcción de realidades alternativas que conduzcan a una mejor calidad de vida, y por consiguiente, a un mayor bienestar social (Urbano y Toledano, 2008).

A partir de su dinamismo y posibilidad de crecimiento, es posible identificar cuatro modos de llevar a la práctica el emprendimiento exportador: mediante actividades de exportación a través de agente o medios propios, en forma esporádica o regular, mediante el establecimiento en el extranjero de subsidiarias de venta o unidades de producción (Dueñas y Peñalosa, 2015). Desde este punto de vista, el emprendimiento exportador es el proceso por el cual se aprovechan las oportunidades de mercado extranjero en función de los recursos disponibles y los factores del entorno (Navarro *et al.*, 2017).

Lo anterior permite vislumbrar la existencia de factores, tanto formales como informales (Aracil *et al.*, 2022) que influyen en el emprendimiento exportador. De acuerdo con García *et al.* (2012), Hurtado y Escandón (2016), Navarro *et al.* (2017) y Pernía *et al.* (2012), estos factores pueden ser agrupados en tres dimensiones: características individuales, empresariales y del entorno externo en el que se encuentra la organización; tal como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. Factores determinantes del emprendimiento exportador

Dimensiones	Indicadores
Características del individuo	• Edad
	• Nivel educativo
	• Experiencia
	• Motivos
Características de la empresa	• Tiempo
	• Tamaño organizacional
	• Sector económico
Entorno externo	• Nivel tecnológico
	• Competencia
	• Acceso
	• Marco legal y barreras regulatorias

Fuente: elaboración propia a partir de García *et al.* (2012), Hurtado y Escandón (2016), Navarro *et al.* (2017) Pernía *et al.* (2012)

Como se puede ver, el nivel de emprendimiento exportador está condicionado por factores tanto personales como propios de la organización y por el dinamismo del mercado. A continuación se describen desde una perspectiva de género.

1.2. Características del individuo

Cuando se hace referencia a las características de propietarias y propietarios de las mipymes, por lo general se piensa en variables cuantitativas tales como: la edad, el nivel educativo y la experiencia laboral (Gualdron y Duarte, 2021), lo que conlleva a considerarlas como factores de influencia en el proceso del emprendimiento exportador de las propietarias y propietarios de las mipymes. Sin embargo, no solo se debe pensar en factores cuantitativos como variables que influyen en el proceso del emprendimiento exportador, sino también en variables cualitativas propias de la definición de género, como lo es el rol al interior de la familia (Cruz y Vidal, 2022).

En lo que respecta a las características personales, Pernía *et al.* (2012) y García *et al.* (2012) relacionan de manera significativa el rol de las mujeres y hombres con el proceso del emprendimiento exportador, toda vez que, dentro de la economía y el mundo empresarial, la presencia femenina ha tenido un crecimiento considerable en los últimos años: tan sólo en México, la participación de las mujeres en las mipymes del 2008 al 2018 incrementó en un 27,8 %, siendo actualmente del 41,03 % (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2021a); además de que el 15,1 % de la producción bruta total es generado por mipymes encabezadas por mujeres.

Si bien, dentro del contexto económico, la perspectiva de género fija su atención en las relaciones asimétricas de: las oportunidades laborales, el avance profesional, el nivel de salarios, las condiciones y calidad del trabajo, las tareas y atribuciones (De Carvalho, 2021; Espino y Azar, 2001; Rodríguez, 2008), en el ámbito del comercio exterior se hace hincapié en los estereotipos culturales y roles de género socialmente establecidos —tales como: la gestión del tiempo, el rol al interior de la familia, la mentalidad de los compradores, la necesidad de validación y legitimización y el acceso a información y redes de contacto (Bircher *et al.*, 2020; Comisión Económica para América Latina y el Caribe [Cepal], 2013; Frohmann, 2018)— como las barreras que enfrentan y que una vez sorteadas, apoyan su inserción en los mercados internacionales.

1.3. Características de la organización

En cuanto a las características organizacionales, aunque para Hurtado y Escandón (2016) el tamaño de las mipymes les permite tener mayor flexibilidad para adaptarse a los mercados exteriores (Gualdron y Duarte, 2021), consideran también que “los conocimientos limitados de mercados de otros países, les genera una fuerte limitación en su desarrollo” (p. 18).

Así mismo, el nivel tecnológico con el que cuentan (García *et al.*, 2012; Gualdron y Duarte, 2021) y las capacidades percibidas de adaptación (Aracil *et al.*, 2022) marcan una gran diferencia en el proceso de emprendimiento exportador frente a la competencia (Gualdron y Duarte, 2021).

Con relación a lo anterior, y con base en el último censo de 2019 sobre las características de los establecimientos de propietarios y propietarias, en México el 94,9 % son micronegocios, siendo en proporciones casi iguales de mujeres (36,8 %) y hombres (35,8 %) (INEGI, 2021a), y aunque su capacidad de generación de bienes y servicios respecto al monto de inversión de igual forma es en proporción casi igual (1,6 pesos por cada peso invertido en las empresas de mujeres y 1,7 pesos por cada

peso invertido en las empresas de hombres) (INEGI, 2021a), solo el 7,3 % exporta y únicamente 1 de cada 5 empresas que exporta son lideradas por mujeres, de acuerdo con el censo de 2019 (INEGI, 2020). Esto puede afirmarse con los datos obtenidos del estudio de diagnóstico *Radiografía de la participación de las mujeres empresarias de la Alianza del Pacífico en el comercio exterior* de Bircher *et al.* (2020) donde, de 1.933 empresarias mexicanas encuestadas, solo el 12 % se encuentran exportando periódicamente.

En cuanto al nivel tecnológico, se observa que 10 de cada 100 mipymes de mujeres hacen uso de la tecnología, mientras que, en el caso de los establecimientos de hombres propietarios dobla la cifra (20 hacen uso de tecnología), lo cual impacta directamente sobre las ventas al ser del 18,5 % en las empresas dirigidas por mujeres y del 36,2 % en las dirigidas por hombres (INEGI, 2021a).

Teniendo en cuenta el contexto antes mencionado, es posible definir como factores que influyen en el emprendimiento exportador: el tipo de organización, la capacidad de adaptación del modelo productivo, los recursos y el nivel tecnológico.

1.4. Entorno externo

En último término, se consideran los elementos del entorno con los que se enfrentan las organizaciones. Aun cuando parte esencial del comercio internacional es la liberalización progresiva del comercio mediante la eliminación de barreras y protecciones y la consecuente ampliación del acceso a los mercados (Rodríguez, 2008, p. 152), la existencia de diversas barreras significativas como son, entre otras, la dificultad para acceder a financiamiento, las redes empresariales, la falta de regulaciones homogéneas y los altos costos para cubrir requerimientos de calidad y conformidad (Ferreira y Horta, 2019), hace evidente la desigualdad que tienen las mipymes para internacionalizar sus operaciones.

Desde un enfoque de género, se observa una igualdad para mujeres y hombres en cuanto a la aplicación del marco legal y las barreras arancelarias (Cepal, 2013; de Carvalho, 2021; Frohmann, 2018; Méndez, 2021); sin embargo, en lo que respecta a las variables de mercado y acceso, son definidas en razón de: la mentalidad de los compradores, el acceso a la información y las redes de contacto.

De manera puntual, en relación con el acceso se puede plantear que el acceso a financiamiento, información y redes de contacto no es igual en las mipymes gestionadas por mujeres que por hombres (Bircher *et al.*, 2020).

Específicamente, en lo referente al mercado, es visible una discriminación como consecuencia de los estereotipos culturales, lo cual dificulta la legitimización de

las propietarias de mipymes (Cepal, 2013; Frohmann, 2018; Méndez, 2021). Desde estos argumentos, puede determinarse que los estereotipos culturales dificultan más el proceso de emprendimiento exportador de las mipymes que tienen al frente a mujeres que aquellas que tienen a hombres.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Con el objetivo de identificar si existen brechas de género en el emprendimiento exportador de las mipymes del estado de Veracruz, se llevó a cabo un estudio mixto explicativo secuencial, a través de la recolección de datos cuantitativos y cualitativos de forma lineal, y la realización de un análisis correlacional y descriptivo.

La primera fase consistió en la recopilación de datos cuantitativos, mediante un instrumento autodirigido, a partir de los cuales fue posible definir la caracterización de la empresaria y del empresario mipyme y los factores que influyen en el emprendimiento exportador a través de ciertos elementos relacionados con el proceso de exportación.

Y, en una segunda fase, se realizó la recopilación de datos cualitativos a través de entrevistas personalizadas para auxiliar la interpretación y explicación sobre los retos y las dificultades que afrontan las empresarias y empresarios mipyme al integrarse de manera efectiva al comercio internacional, y así, con ello, identificar posibles brechas de género en el proceso de emprendimiento exportador.

2.1. Población y muestra

Debido a que en México no se tienen datos específicos sobre la participación de las mipyme en el sector exportador, a partir del universo de usuarios de servicios de promoción comercial otorgados por la Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario (Sedecop), se determinó el tamaño de la población de mipymes de propietarias y propietarios veracruzanos, a partir de los registros de las empresas que fueron atendidas por Sedecop del estado de Veracruz en la sede Xalapa durante el 2022, siendo un total de 160 mipymes veracruzanas. A su vez, se establecieron dos muestras: una para las encuestas y otra para las entrevistas.

Para las encuestas se aplicó la fórmula de muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas, considerando un nivel de confianza del 90 % y un valor máximo de error estimado del 10 %. Se consideró la aplicación del instrumento de encuesta a 48 mipymes para la obtención de los datos, la cual quedó conformada como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. Muestra de mipymes por género

Tamaño	Muestra		Mujeres		Hombres	
	N	%	N	%	N	%
Micro	35	73 %	14	40 %	21	60 %
Pequeña	8	17 %	4	50 %	4	50 %
Mediana	5	10 %	3	60 %	2	40 %
TOTAL	48	100 %	21	44 %	27	56 %

Fuente: elaboración propia, a partir de los datos obtenidos de Sedecop (2024).

Así mismo, a fin de profundizar sobre la experiencia tanto de las mujeres como de los hombres y ahondar en los desafíos a los que se enfrentan en el proceso exportador, se realizaron entrevistas personalizadas con un subgrupo de empresarias y empresarios que participaron previamente en la encuesta. El objetivo de estas entrevistas —una a una— fue profundizar sobre la experiencia tanto de las mujeres como de los hombres y entender con mayor detalle sus apreciaciones del proceso de emprendimiento exportador.

Para ello, se determinó aplicar entrevistas únicamente a micronegocios, puesto que representan el 96,1 % de las unidades económicas del estado de Veracruz (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2019) y se determinó una muestra no probabilística considerando que el criterio básico para la selección de las participantes en la investigación cualitativa es que esta provea información necesaria y suficiente para entender y explicar el fenómeno bajo estudio (Creswell, 2021). Por lo que, el tipo de muestreo fue intencionado, pues lo que se busca es una representatividad cultural, a manera de poder comprender los patrones en torno a los cuales se estructuran los comportamientos y se atribuye sentido a la situación en estudio.

De esta forma, la muestra para las entrevistas quedó conformada por ocho tipos de empresarios, una mujer y un hombre, de acuerdo con el nivel de emprendimiento exportador en que se encuentran:

- Mipyme que actualmente exporta.
- Mipyme que realizó alguna exportación en el pasado, pero ya no lo realiza.
- Mipyme que nunca ha exportado, pero está interesada en iniciar un proceso de exportación.
- Mipyme a la que no le interesa exportar.

2.2. Diseño del instrumento

Para poder recopilar la información se diseñó un instrumento estructurado con tres dimensiones: la primera se enfoca a obtener datos sobre la caracterización de la empresaria o empresario, la segunda sobre los factores organizacionales que intervienen en el emprendimiento exportador y la tercera sobre los factores externos implícitos en los procesos de exportación.

Cada una de las dimensiones e Ítems que se visualizan en la tabla 3 fueron establecidos con base en el marco conceptual y lo analizado en las investigaciones de García *et al.* (2012), Hurtado y Escandón (2016), Navarro *et al.* (2017), Pernía *et al.* (2012), quienes establecen una diversidad de factores del individuo y organizacionales que influyen en el emprendimiento exportador de las mipymes; mientras que, para la determinación de los ítems de los factores externos, estos se hicieron con base en el diagnóstico realizado por Bircher *et al.* (2020) para desarrollar una radiografía general de la situación actual de las mujeres empresarias en Chile, Colombia, México y Perú en el comercio exterior.

Tabla 3. Estructura de dimensiones

Dimensión	Indicador	Ítems
Características individuales	Edad	Entre 18 y 25 años
		Entre 26 y 35 años
		Entre 36 y 49 años
		Más de 50 años
	Nivel educativo	Educación Media Superior
		Licenciatura
		Maestría
	Experiencia Laboral	De 1 a 3 años
		De 3 a 5 años
		De 5 a 10 años
Más de 10 años		
Personales	Gestión del tiempo	
	Rol en el interior de la familia	

Dimensión	Indicador	Ítems
Factores organizacionales	Capacidad de adaptación	Flexibilidad para adaptarse a los mercados exteriores
		Complejidad en la implementación del plan de negocios de exportación al interior de la organización
		Conocimiento del mercado (riesgos económicos, políticos, sociales o culturales)
	Recursos	Conocimiento sobre los requisitos para iniciar una exportación (permisos, certificaciones, etcétera)
		Costos para cubrir requerimientos de calidad
Factores externos	Acceso	Financiamiento
		Redes empresariales
		Canales de distribución
	Información	Estereotipos culturales
		Información clara y confiable sobre los requisitos de exportación
		Información clara y confiable sobre el mercado destino
Costos	Impuestos de exportación altos en el mercado destino	
	Altos costos de fletes y transporte	
		Costos asociados al proceso de exportación

Fuente: elaboración propia, a partir de las investigaciones de García *et al.* (2012), Hurtado y Escandón (2016), Navarro *et al.* (2017), Pernía *et al.* (2012), Bircher *et al.* (2020).

Con el fin de evitar fallas metodológicas en el diseño del instrumento, se aplicó el método de validación de alfa de Cronbach para calcular el tipo de consistencia interna de su escala. Se aplicó una prueba piloto a ocho empresarias y empresarios con 12 ítems cuantitativos del instrumento que dio como resultado un alfa de Cronbach de 0,915 lo cual —con base en George y Mallery (2003)— se tiene un instrumento con una excelente consistencia, por lo que es fiable para su aplicación. George y Mallery (2003) demuestran que el instrumento tiene una buena consistencia y es fiable, y esto se puede apreciar en la tabla 4.

Tabla 4. Estadístico de fiabilidad para el instrumento de empresarios

Estadísticos	
Alfa de Cronbach	No. de elementos
0,915	12

Fuente: elaboración propia, con datos obtenidos del Programa Estadístico SPSS (2023).

3. RESULTADOS

Teniendo en consideración las posibles afectaciones por dimensión y la recolección de información acerca de los indicadores, en este apartado se busca responder a los planteamientos anteriormente presentados en el marco conceptual.

Se inicia con la composición general de la muestra seleccionada para este estudio; los datos son observables en la tabla 5.

Tabla 5. Mipyme por actividad y género

Tamaño	Tipo	Mujeres		Hombres		Totales	
		N	%	N	%	N	%
Micro	Agricultura y pecuaria	4	19 %	3	11 %	7	15 %
	Comercial	7	33 %	9	33 %	16	33 %
	Industrial	1	5 %	6	22 %	7	15 %
	Servicios	2	10 %	3	11 %	5	10 %
Pequeña	Agricultura y pecuaria	0	0 %	1	4 %	1	2 %
	Comercial	1	5 %	0	0 %	1	2 %
	Industrial	3	14 %	2	7 %	5	10 %
	Servicios		0 %	1	4 %	1	2 %
Mediana	Agricultura y pecuaria	0	0 %	0	0 %	0	0 %
	Comercial	0	0 %	0	0 %	0	0 %
	Industrial	2	10 %	2	7 %	4	8 %
	Servicios	1	5 %	0	0 %	1	2 %
TOTALES		21	100 %	27	100 %	48	100 %

Fuente: elaboración propia, con datos obtenidos de las encuestas aplicadas en el 2023.

Como se puede observar en la tabla 5, se encontró que 56 % de los participantes en el estudio son hombres y 43 % son mujeres. En cuanto al tamaño de la empresa, la mayoría son micronegocios (73 %) con actividades comerciales (33 %), seguido de las actividades industriales (15 %), la agricultura y pecuaria (15 %) y, en una menor medida, del sector servicios (10 %) y pequeñas empresas del sector industrial (10 %).

En general, es posible ver en la tabla 5 que la mayoría de hombres al frente de las mipymes, sobre todo en aquellas con actividades industriales (63 %) y de servicios (57 %), y únicamente en los negocios con actividades de agricultura y pecuaria, la proporción de mujeres y hombres al frente del negocio es igual. Específicamente en las empresas que son de tamaño micro, es posible identificar que el 57 % con actividades de agricultura y pecuaria tienen al frente a mujeres, mientras que el 56 % con actividades comerciales tienen al frente a hombres, por lo que se puede afirmar que la relación de estas dos actividades en las microempresas es proporcionalmente inversa.

En cuanto al mercado que atienden, y como se muestra en la tabla 6, el 35 % se enfoca al mercado local, el 44 % se dirige mayormente al mercado nacional y solo el 21 % se orienta al mercado internacional. Por lo que se refiere a la participación en exportaciones, el 40 % de la totalidad de mipymes encuestadas ha realizado actividades de exportación y el 60 % no han llevado a cabo un proceso de exportación, pero se encuentran interesadas en comenzar a exportar sus productos o servicios.

TABLA 6. Mipyme por mercado y género

Tamaño	Nivel de emprendimiento exportador	Mujeres		Hombres		Totales	
		N	%	N	%	N	%
Micro	Exporta actualmente.	3	14 %	4	15 %	7	15 %
	Realizó algunas exportaciones en el pasado, pero actualmente ya no.	4	19 %	1	4 %	5	10 %
	Nunca ha exportado, pero le interesa exportar.	7	33 %	16	59 %	23	48 %
Pequeña	Exporta actualmente	1	5 %	2	7 %	3	6 %
	Realizó algunas exportaciones en el pasado, pero actualmente ya no.	0	0 %	1	4 %	1	2 %
	Nunca ha exportado, pero le interesa exportar.	3	14 %	1	4 %	4	8 %
Mediana	Exporta actualmente	3	14 %	2	7 %	5	10 %
TOTALES		21	100 %	27	100 %	48	100 %

Nota: elaboración propia, con datos obtenidos de las encuestas aplicadas en el 2023.

De manera más específica, con base en las encuestas y de acuerdo con el nivel de emprendimiento, es posible observar en la tabla 6 que, si bien el número de mipymes gestionadas por mujeres que exportan actualmente es casi igual al número de mipymes gestionadas por hombres (7 y 8, respectivamente), son más

los micronegocios de mujeres que han desertado en continuar con el proceso de exportación que los micronegocios de hombres.

3.1. Análisis correlacional

Para poder identificar los valores de las variables se requiere llevar a cabo el proceso de medición de las mismas y la calidad de lo que se pretende medir depende de su validez y confiabilidad; a partir del proceso de medición de las variables surge la necesidad de evaluar la relación entre ellas (Martínez *et al.*, 2016).

La opción que se aplica en esta investigación para evaluar la relación entre las variables fue calculando el coeficiente de correlación por medio de estadísticos no paramétricos con el método de Tau-c de Kendall. Por lo expuesto es importante mencionar que para los cálculos correlacionales los ítems se identifican como variables, los cuales pueden ser analizados de forma individual o bien agrupados formando otra variable en conjunto.

Una vez definido el perfil de la empresaria y el empresario mipyme, así como las características de sus organizaciones (de acuerdo con lo establecido en la tabla 1), se analizó si existe alguna asociación entre la dimensión de la caracterización del empresario/a (género, edad, nivel educativo y la experiencia laboral) con la variable sobre su capacidad de emprendimiento exportador, tal como se muestra en la tabla 7. Las hipótesis formuladas son las siguientes:

- H_0 : no existe relación significativa entre la caracterización del empresario/a y su capacidad de emprendimiento exportador.
- H_1 : existe relación significativa entre la caracterización del empresario/a y su capacidad de emprendimiento exportador.

Si la sig. p-valor es $< 0,05$ se rechaza H_0 ; en caso contrario se acepta.

Para la realización del cálculo se utilizó el método Tau-c de Kendall diseñado para tablas no cuadradas donde el número de filas y columnas puede diferir, lo que permite una mayor precisión en la evaluación de las variables incorporando el conteo de pares concordantes y discordantes (Reiczigel, *et al.*, 2010).

Tabla 7. Correlación caracterización empresario/a-capacidad de emprendimiento exportador

		Medidas simétricas			
		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-c de Kendall	-0,111	0,131	-0,846	0,398
No. de casos válidos		48			

Fuente: elaboración propia, con datos obtenidos del Programa Estadístico SPSS (2023).

De acuerdo con los cálculos realizados, el p-valor "sig. (Aproximación)" = 0,398 > 0,05, lo que implica aceptar la H_0 admitiendo que no hay asociación significativa entre la dimensión de caracterización del empresario y su capacidad de emprendimiento exportador. Esto queda evidenciado con el valor de coeficiente de correlación $t = -0,111$, el cual se interpreta como una correlación negativa ínfima entre las variables. El coeficiente negativo ínfimo indica que, aunque exista una ligera tendencia a que en la medida que una variable aumenta la otra disminuye, esta relación no es estadísticamente significativa.

Un segundo caso de análisis que se observa en la tabla 8 fue el referente sobre determinar si existe alguna asociación entre la variable de tipo de empresa (de acuerdo con su tamaño) con la variable capacidad de exportación. Las hipótesis formuladas son las siguientes:

- H_0 : no existe relación significativa entre el tipo de la empresa y su capacidad de exportación.
- H_1 : existe relación significativa entre el tipo de la empresa y su capacidad de exportación

Si la sig. p-valor es < 0,05, se rechaza H_0 ; en caso contrario se acepta.

TABLA 8. Correlación tipo de empresa-capacidad de exportación

		Medidas simétricas			
		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-c de Kendall	-0,238	0,111	-2,149	0,032
No. de casos válidos		48			

Fuente: elaboración propia, con datos obtenidos del Programa Estadístico SPSS.

Con base en los resultados de la tabla 8, el p-valor "sig. (aproximación)" = 0,032 < 0,05. Esto implica no aceptar la H_0 afirmando que hay asociación significativa entre la variable de tipo de empresa y su capacidad de exportación, pues el valor del coeficiente de correlación $t = -0,238$ se interpreta como una correlación negativa escasa entre las variables. El coeficiente negativo indica que, a medida que una variable aumenta (el tamaño de la empresa), la otra tiende a disminuir (la capacidad de exportación), aunque la relación es escasa.

Como se puede apreciar en los resultados de los casos de las correlaciones, la caracterización del empresario/a no influye en la capacidad de emprendimiento exportador, sin embargo, el tipo de empresa sí tiene implicaciones en la capacidad para exportar, aunque se debe enfatizar que la correlación es escasa por lo que no podemos concluir en la afirmación de la correlación existente; el ejercicio realizado con el método Tau-c de Kendall implica la comprobación de una prueba de hipótesis y medida de correlación por medio de índices (Reiczigel *et al.*, 2010).

Finalmente, como se aprecia en la tabla 9, se analizó lo referente sobre determinar si existe alguna asociación entre la variable del tipo género (empresaria/empresario) con la dimensión del nivel de impacto de factores externos para la capacidad de exportación. Las hipótesis formuladas son las siguientes:

- H_0 : no existe relación significativa entre el ser empresaria o empresario y el impacto de los factores externos para poder exportar.
- H_1 : existe relación significativa entre el ser empresaria o empresario y el impacto de los factores externos para poder exportar.

Si la sig. p-valor es < 0,05 se rechaza H_0 ; en caso contrario se acepta.

Método Tau-c de Kendall.

Tabla 9. Correlación empresaria/empresario-capacidad de exportación

Medidas simétricas					
	Valor	Error estándar asintótico^a	T aproximada^b	Significación aproximada	
Ordinal por ordinal	Tau-c de Kendall	-0,188	0,440	-0,426	0,670
	No. de casos válidos	8			

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Fuente: elaboración propia, con datos obtenidos del Programa Estadístico SPSS (2023).

Con base en los resultados de la tabla 9, el p-valor "sig. (aproximación)" = 0,670 > 0,05, lo que implica aceptar la H_0 afirmando que no hay asociación significativa entre la variable de tipo género (empresaria/empresario) y el impacto de los factores externos para poder exportar, pues el valor del coeficiente de correlación $t = -0,188$ se interpreta como una correlación negativa ínfima entre las variables.

Como se puede apreciar en los resultados, la caracterización del empresario/a no influye en la capacidad de emprendimiento exportador y de igual forma el ser empresaria o empresario no influye en el impacto de los factores externos para exportar, sin embargo, el tipo de empresa sí tiene implicaciones en la capacidad de poder exportar, aunque se debe enfatizar que la correlación es escasa, por lo que no podemos concluir en la afirmación de la correlación existente; el ejercicio realizado con el método Tau-c de Kendall implica la comprobación de una prueba de hipótesis y medida de correlación por medio de índices.

3.2. Análisis descriptivo cualitativo y cuantitativo

En este apartado se describen los principales hallazgos derivados de las entrevistas personalizadas realizadas a las propietarias y los propietarios de las mipymes, con base en el nivel de emprendimiento exportador en que se encuentran.

En general, tanto las mujeres como los hombres dedican en promedio 12 horas a actividades relacionadas con su mipyme, sin representar un conflicto para los hombres respecto a su rol en el interior de la familia. Por el contrario, la inversión de tiempo ha representado un conflicto para las mujeres en su rol dentro de su familia; y aunque esta no ha sido la razón principal por la que han desertado en continuar exportando, las empresarias mujeres *que nunca han exportado* expresaron que "me ha desmotivado el tiempo que implica iniciar el proceso porque tendría que desentender a mi familia" (empresaria de micronegocio del sector agroindustrial de 56 años con maestría, comunicado personal, 16 de junio de 2023). "En la parte agrícola se requiere estar siempre y debo realizar actividades de la casa y atender a mis hijos" (empresaria de micronegocio del sector agroindustrial de 47 años con licenciatura, comunicado personal, 16 de junio de 2023).

De acuerdo con las encuestas, las mipymes que no han emprendido un proceso de exportación lo deben más a factores externos tales como no contar con socios comerciales en otros países y la falta de información referente a los requisitos de exportación; y en una menor medida, a factores organizacionales de capacidad de adaptación del modelo productivo —en el caso de las mipymes de mujeres— y a la falta de recursos —en las mipymes de hombres—, tal como se muestra en la tabla 7.

Tabla 10. Factores por los que no han emprendido una exportación las mipymes

Factores	Mujeres		Hombres		Totales	
	N	%	N	%	N	%
Capacidad para adaptar el modelo productivo a la demanda externa	2	17 %	0	0 %	2	7 %
Certificaciones	1	8 %	0	0 %	1	3 %
Información sobre los requisitos de exportación	3	25 %	4	24 %	7	24 %
Información sobre la demanda de mi producto/servicio en mercados internacionales	1	8 %	0	0 %	1	3 %
Página web y catálogo de mis productos	0	0 %	1	6 %	1	3 %
No cuento con los recursos necesarios para iniciar la actividad exportadora	0	0 %	2	12 %	2	7 %
Socios comerciales en otros países	5	42 %	10	59 %	15	52 %
Totales	12	100 %	17	100 %	29	100 %

Nota: elaboración propia, con datos obtenidos de las encuestas aplicadas en el 2023.

Esto se confirma con las entrevistas en las que la empresaria comentó que "el motivo para comenzar a exportar es que cuento con la capacidad productiva [...] falta claridad en el proceso de exportación, pero el gobierno apoya adecuadamente en la información [...] lo que no es fácil es conseguir quien se interese en el producto" (empresaria de micronegocio del sector agroindustrial de 32 años con licenciatura, comunicado personal, 16 de junio de 2023); y el empresario, por su parte, añadió: "Falta de conocimiento sobre el proceso y asesoría [...] y desconocimiento de mercados potenciales" (empresario de micronegocio del sector agroindustrial de 46 años con licenciatura, comunicado personal, 16 de junio de 2023).

Lo anterior mantiene una relación directa con la toma de decisión de las propietarias y propietarios de mipyme que ya han exportado, puesto que, cuando estas decidieron emprender el proceso por primera vez, se debió primordialmente al conocimiento de la existencia de demanda para su producto; sin embargo, tanto mujeres como hombres dejaron de exportar por los altos costos asociados a la exportación y los términos poco favorables a su empresa. Ejemplo de ello es la respuesta dada por la empresaria de micronegocio del sector agroindustrial de 52 años y con carrera técnica: "El motivo por el que no he continuado exportando es por el tiempo y los costos" (comunicado personal, 16 de junio de 2023). Por su parte, un empresario de micronegocio del sector comercial de 48 años con licenciatura, afirmó: "No tenía mucha experiencia, lo que afectó [...] la venta fue a autoservicios en Estados Unidos y fue una venta esporádica, no ha sido posible encontrar un socio fijo" (comunicado personal, 16 de junio de 2023).

En cuanto a las mipymes que aún continúan exportando, se observa una alta tendencia de permanencia en la actividad exportadora más en las mipymes gestionadas por mujeres que por hombres puesto que todas ya tienen más de cinco años exportando y de acuerdo con las encuestas, la frecuencia con que realizan exportaciones es mayormente mensual (60 %), a diferencia de las gestionadas por hombres que tienen de tres a cinco años exportando con una la frecuencia de tres meses a un año (83 %).

Estas mipymes comentan que si bien "dentro del país, la competencia o los encargados en su mayoría son hombres y dificultan la entrada en los mercados, por el contrario en el exterior es más fácil por ser mujer" (empresaria de micronegocio del sector agroindustrial de 45 años con licenciatura, comunicado personal, 16 de junio de 2023). La forma de emprender a exportar ha sido a través de la venta a intermediarios internacionales, ya que la venta directa representa mayores obstáculos, sobre todo para las mipymes de mujeres. Tal fue el caso del empresario de micronegocio del sector agroindustrial de 67 años, con maestría, quien dijo que "aunque se ha tenido facilidad de negociación a través de la socia, en Qatar, debido a que la socia que negocia es mujer, no fue posible realizar el negocio, hasta que el socio contactó al cliente" (comunicado personal, 16 de junio de 2023).

Por su parte, una empresaria de micronegocio del sector agroindustrial de 49 años, con licenciatura, mencionó que "en algunos países hay dificultad para realizar contratos debido al género; hace 22 años no había presencia alguna de mujeres y hoy día el 50 % son mujeres" (comunicado personal, 16 de junio de 2023). Este último punto confirma que los estereotipos culturales aún dificultan el proceso de emprendimiento exportador para las mujeres, sobre todo en lo referente a temas de negociación y redes de contacto.

4. DISCUSIÓN

Si bien las características del emprendedor son centrales para desarrollar los procesos de internacionalización (Hurtado y Escandón, 2016), los resultados muestran que en las mipymes —al menos del estado de Veracruz— los aspectos de edad, experiencia y nivel educativo no son aspectos que influyan en su postura emprendedora; pero sí, los estereotipos impuestos desde una perspectiva de género, tales como: creencias, obligaciones, así como las relaciones sociales, psicológicas y económicas, que sitúan a mujeres y hombres de forma diferente. Como, por ejemplo, el estereotipo de que la mujer debe encargarse de las labores del hogar y la familia y, por consiguiente, la gestión del tiempo se convierte en un factor que

influye en la decisión de emprender de las propietarias de mipymes, a diferencia de los propietarios de mipymes.

Y aunque para Aracil *et al.* (2022) el emprendimiento femenino brinda a las mujeres la posibilidad de ajustar el tiempo de dedicación al trabajo y al hogar, se coincide con Barafani y Barral (2020), quienes indican que el comercio internacional requiere una disponibilidad de horarios no convencional, lo que conlleva a una mayor adaptación de tiempos; sin embargo, tal como se ve en los resultados, la sobrecarga de trabajo no remunerado, como lo son las labores del hogar y el cuidado de las personas, representa una barrera para las mujeres empresarias a fin de emprender un proceso de exportación. Por lo tanto, "la conciliación de la vida familiar y laboral es un tema central para el desarrollo del emprendimiento en la mujer" (Aracil *et al.*, 2022, p. 56).

En lo referente a las características estructurales de la organización, tal como las presentan Navarro *et al.* (2017) y Gualdron y Duarte (2021), en este caso el tamaño y la capacidad de adaptación del modelo productivo son aspectos que condicionan el proceso de internacionalización de las organizaciones, tanto de mujeres como de hombres, siendo relevante el incremento en la aplicación de tecnologías, dado que dan mayor probabilidad de exportar (Gualdron y Duarte, 2021).

En cuanto a los factores externos, no se coincide con Prieto *et al.* (2023) acerca de que las mujeres enfrentan mayores obstáculos para acceder a el financiamiento y a los recursos a fin de hacer crecer sus negocios, ya que de acuerdo con los resultados de las encuestas y las entrevistas, mujeres y hombres tienen la misma oportunidad de acceso, siendo mayor el tipo de financiamientos con perfiles asociados a las mujeres que a los hombres.

No obstante, se coincide con Ferreira y Horta (2019), quienes destacan que las principales barreras para exportar de las mipymes se encuentran relacionadas con los trámites y la falta de información; asimismo, la Cepal (2013) subraya la importancia de conformar redes y mecanismos de apoyo orientados a facilitar el acceso a información clara e incrementar el acceso de las mipymes gestionadas por mujeres en mercados externos, ya que, como se mostró en los resultados, estos dos aspectos son las principales debilidades de las mipymes de propietarias, caso contrario de las mipymes gestionadas por hombres.

Por lo anterior, se puede confirmar lo establecido por Ferreira y Horta (2019) y Hurtado y Escandón (2016) acerca de que las características internas y externas son factores que influyen en la postura emprendedora para exportar de las y los propietarios de mipymes, siendo las características internas de igual aplicación

para las mipymes de propietarias y propietarios, pero difiriendo los factores externos en función del género de quien se encuentra enfrente de la mipyme.

5. CONCLUSIONES

La incorporación de las mipymes al comercio internacional representa una oportunidad de crecimiento para estas organizaciones y un beneficio indirecto en la economía. Hoy en día es posible encontrar mayor número de mujeres dirigiendo su propia empresa, lo que lleva a pensar que el comercio está logrando cumplir un papel más inclusivo.

En general, tanto mujeres como hombres mantienen la misma oportunidad de acceso a financiamiento y tienen la misma problemática sobre la información en cuanto al conocimiento de la demanda y los requisitos de exportación. Todas las mipymes que se deciden a emprender a exportar lo hacen de acuerdo con la capacidad productiva que alcanzan, lo cual se relaciona directamente con el tamaño de la empresa. No obstante, muestran mayor oportunidad de permanencia en el mercado externo las mipymes de mujeres que de hombres.

Si bien las mujeres vienen ganando terreno en cuestiones de derechos y oportunidades, los hallazgos muestran que la brecha de género en el emprendimiento exportador se encuentra en los estereotipos relacionados con el papel determinado en la familia o en la sociedad a las mujeres y hombres, y los comportamientos asignados en forma generalizada (CNDH, s. f.), y no en factores relacionados con la edad, el nivel educativo y la experiencia, lo que se evidencia en las mujeres que no han emprendido un proceso de exportación, pues mencionan que no lo hacen debido a que representa mayor inversión de tiempo y ello significa desatender las actividades derivadas de su rol de cuidadoras y proveedoras al interior de su familia. Se tiene en cuenta lo mencionado por un empresario y una empresaria referente a la dificultad de incursionar en algunos mercados externos a través de la representación de una mujer.

Finalmente, es importante resaltar que las brechas de género difieren entre países, dado los diferentes roles que tiene la mujer en esas sociedades, por lo que resulta interesante analizar en un futuro las situaciones que reflejan desigualdades de género para las y los propietarios de mipymes en América Latina y el Caribe.

REFERENCIAS

- Aracil, J., Figuerola-Ferretti, I., y Infante, J. (2022). Emprendimiento y brecha de género un mapa para el caso español [Documento de trabajo]. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/67823>
- Barafani, M., y Barral Verna, Á. (2020). Género y comercio: Una relación a distintas velocidades. Inter-American Development Bank. <https://doi.org/10.18235/0002644>
- Bircher, M., Chahín, D., López, C., Mejía, I., y Villota, A. (2020). Estudio Diagnóstico "Radiografía de la participación de las mujeres empresarias de la Alianza del. Banco Interamericano de Desarrollo BID. <https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/Estudio-de-Diagnostico-Participacion-de-las-mujeres-empresarias-de-la-AP-en-el-comercio-exterior-NOV2020.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal). (2013). Comercio internacional y desarrollo inclusivo. Construyendo sinergias. Naciones Unidas. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/27975-comercio-internacional-desarrollo-inclusivo-construyendo-sinergias>
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH). (s. f.). Los derechos de las niñas, niños y adolescentes y la perspectiva de género. <https://www.cndh.org.mx/ni%C3%B1as-y-ni%C3%B1os/derechos-humanos-de-ninas-y-ninos>
- Creswell, J. W. (2021). A concise introduction to mixed methods research. SAGE publications.
- Cruz Ramírez, J. M., y Vidal Fócil, A. B. (2022). Las mipymes familiares y la resiliencia al covid-19 desde la perspectiva de género. Publicaciones e Investigación, 16(3). <https://doi.org/10.22490/25394088.6554>
- De Carvalho, P. N. (2021). Transformaciones en la economía internacional, el comercio y el género: un estudio de caso de la participación femenina en la industria de la. Desafíos, 33(2), 1-40. <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/desafios/article/view/8968>
- Dueñas Guarnizo, J. A., y Peñalosa Otero, M. E. (2015). Desarrollo de las relaciones de negocios internacionales de pymes del subsector confección de ropa en Bogotá, Colombia. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, 10(19), 35-50. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v10i19.619>
- Espino, A., y Azar, P. (2001). El comercio internacional: ¿una oportunidad para la equidad social y de género. <https://www.oocities.org/infinmx/negint/ComercioIntr.pdf>
- Ferreira, L., y Horta, R. (2019). La exportación como forma de internacionalización de las Mipymi uruguayas. En J. Federico, P. Báscolo, L. Borgogno, Ma. F. Secreto, S. Roitter, y F. Chiodi (Eds.), Lecturas seleccionadas de la XXIV Reunión Anual Red Pymes Mercosur "Creación y Desarrollo de Empresas. Demografía empresarial". Rafaela: Asociación Civil Red Pymes Mercosur. <http://redpymes.org.ar/wp-content/uploads/2020/07/XXIV-Reunión-Anual-Red-Pymes-Mercosur-Eje-2.pdf>
- Frohmann, A. (2018). Género y emprendimiento exportador. Naciones Unidas. <https://repositorio.cepal.org/entities/publication/7f1b795c-ef82-4f9f-81e8-194baf5c061e>

- García Solarte, M., García Pérez de Lema, D., y Madrid Guijarro, A. (2012). Caracterización del comportamiento de las Pymes según el género del gerente: Un estudio empírico. Cuadernos de Administración, 28(47), 37-52. <https://www.redalyc.org/pdf/2250/225025086004.pdf>
- Gualdron Jiménez, D. S., y Duarte Fúquene, J. E. (2021). Estrategias para el impulso de las exportaciones en Mímymes de Santander, a partir del mejoramiento de procesos [Unidades Tecnológicas de Santander]. <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/8310/F-DC-125%20%20Informe%20Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- George, D. and Mallery, P. (2003). Spss for Windows step by step: A Simple Guide and Reference. 11.0 Update (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon
- Hurtado-Ayala, A., y Escandón-Barbosa, D. M. (2016). Antecedentes de la postura emprendedora y su influencia en el desempeño exportador de las pymes en Colombia. Cuadernos de Administración, 29(53), 1-34. <https://doi.org/10.11144/laveriana.cao29-53.apei>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2019). Díptico Veracruz CE 2019. https://inegi.org.mx/contenidos/programas/ce/2019/doc/mver_ce19.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2020). Micro, pequeña, mediana y gran empresa. Estratificación de los establecimientos Censos Económicos 2019. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825198657.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2021a). Características de los establecimientos de propietarios y propietarias. Censos Económicos 2019. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/889463900900.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2021b). Resultados del estudio sobre la demografía de los negocios 2021 (Comunicado de Prensa 790/21; pp. 1-16). https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EDN/EDN_2021.pdf
- Méndez Bértolo, X. M. (2021). Mujer e internacionalización: El comercio exterior como oportunidad para el empoderamiento económico de las mujeres. ICE, Revista de Economía, (921). <https://doi.org/10.32796/ice.2021.921.7275>
- Martínez Curbelo, G., Cortés Cortés, M. E. y Pérez Fernández, A. C. (2016). Metodología para el análisis de correlación y concordancia en equipos de mediciones similares. Universidad y Sociedad, 8(4), 65-70. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202016000400008&script=sci_arttext&tlng=pt
- Navarro-García, A., Rey-Moreno, M., y Barrera-Barrera, R. (2017). Compromiso, recursos, emprendimiento exportador y resultados empresariales. Revista de Administração de Empresas, 57(2), 135-147. <https://doi.org/10.1590/s0034-759020170203>
- Padilla Martínez, M. P., Lascano Pérez, L. F., y Jiménez Silva, W. R. (2018). La dinámica empresarial y el emprendimiento, factores determinantes para el desarrollo del ciclo de vida de las pymes. Revista Publicando, 2(15), 308-325. https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/1376/pdf_1007

- Pernía, J. L. G., Arrizabalaga, A. M., y Legazkue, I. P. (2012). Género y actividad exportadora de los emprendedores en España. *Economía Industrial*, 383, 95-110. <https://www.orkestra.deusto.es/images/investigacion/publicaciones/articulos-cientificos/revistas-especializadas/JoseL-Gonzalez-Pernia.pdf>
- Prieto, M. E. P., Luzardo, M. T. A., Paternina, L. J., & Peralta, C. M. P. (2023). Emprendimiento femenino en el Departamento de Sucre-Colombia. Un enfoque de género. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 28(9), 248-265. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.16>
- Reiczigel, J., Földi, J., & Ózsvári, L. (2010). Exact confidence limits for prevalence of a disease with an imperfect diagnostic test. *Epidemiology & Infection*, 138(11), 1674-1678. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/20196903/>
- Rodríguez, G. (2008). Género, comercio internacional y desarrollo: Una relación conflictiva. *Nueva Sociedad*, (218), 148-162. <https://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/docs/2167.pdf>
- Steinwascher, S. W. (2012). Grandes Pymes. España: Escuela de Organización Industrial del Gobierno de España. <http://www.grandespymes.com.ar/2012/03/22/los-organos-de-gobierno-de-la-empresa-familiar/>
- Urbano, D., y Toledano, N. (2008). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas (1°)*. UOC.