

# ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS FEMENINAS DE EMPRENDIMIENTO EN LAS ACTIVIDADES DE LA ECONOMÍA INTERNACIONAL

## 3

María Guadalupe Arredondo Hidalgo<sup>1</sup>  
Universidad de Guanajuato  
mg.arredondohidalgo@ugto.mx

“Invertir en las mujeres y las niñas tiene un efecto multiplicador sobre la productividad y el crecimiento económico sostenido... invertir en las mujeres no es solo lo que se debe hacer, es lo más inteligente que hacer.”

Ban Ki-moon, Secretario General de las Naciones Unidas

### RESUMEN

Investigación que aborda un análisis de la participación de la mujer, desde el punto de vista de las características que poseen las mismas para emprender un negocio, examinando cifras de documentos de diferentes organismos que estudian el papel de la mujer en la economía mundial, mediante una metodología de tipo empírico, documental y descriptivo acerca del papel de la mujer en la economía mundial y la mexicana.

**Palabras Clave:** Participación, Mujer, Negocio, Economía Mexicana, Economía Mundial.

### ABSTRACT

Research that addresses an analysis of women's participation, from the point of view of the characteristics they possess to start a business, examining document numbers of different agencies that study the role of women in the world economy, through an empirical, documentary and descriptive methodology about the role of women in the world economy and the Mexican economy.

**Key Words:** Participation, Women, Business, Mexican Economy, World Economy.

### INTRODUCCIÓN

Dada la globalización económica, encontramos que día a día, la participación de la mujer en actividades económicas en un hecho. Esta participación está inserta en una variedad de fenómenos que se definen desde la visión de que las mujeres desean ser parte activa en este proceso de desarrollo democrático, que genera crecimiento y estabilidad económica.

El Fondo Monetario Internacional (FMI, 2016) ha indicado que la participación de las mujeres conlleva a una igualdad de género el cual es en sí mismo un objetivo de desarrollo importante. Existen alrededor de 187 millones de negocios liderados por mujeres en todo el mundo, esto es aproximado porque es una cifra difícil de delimitar, dada la propia naturaleza de los negocios, que generalmente son de carácter informal.

Para los países en donde las tasas de crecimiento de la población son negativas, el aumento de la tasa de actividad femenina puede impulsar el crecimiento al mitigar el impacto de una fuerza laboral que disminuye.

# OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Realizar un análisis de la participación de la mujer, desde el punto de vista de las características que poseen las mujeres para emprender un negocio.

Se analizan cifras de documentos de diferentes organismos que estudian el papel de la mujer en la economía mundial, tales como el Fondo Monetario Internacional, la Organización de las Naciones

Unidas, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, entre otros, para identificar las características comunes del emprendimiento femenino.

Se trata de una investigación de tipo empírico, documental y descriptivo acerca del papel de la mujer en la economía mundial y la mexicana.

## MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

### CONTEXTO ECONÓMICO MUNDIAL

Con base en los datos del Banco Mundial, en la década de 1990, solo un 44% de las mujeres en América Latina participaban en la fuerza laboral. Para 2014 la cifra había aumentado a 54%, es decir, casi a los niveles de Estados Unidos y los mercados emergentes de Asia. En Centroamérica y las cinco mayores economías de América del Sur estaban casi a la par a comienzos de los años noventa, es decir, algo por debajo del 40%, pero desde entonces los países de América del Sur han dado pasos agigantados, en tanto que Centroamérica ha estado igualándose a un ritmo más moderado (véase el gráfico 1).

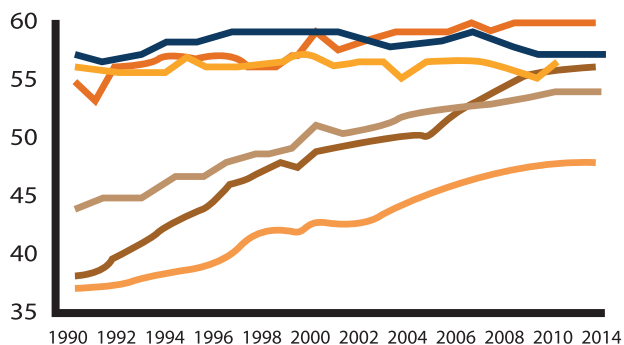
La Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2016) muestra que si se superara la brecha, tanto de empleo como salarial, las mujeres podrían incrementar su ingreso hasta un 76% lo que estima en un valor global en 17 millones de dólares en 2016. Paralelamente, las probabilidades de que las mujeres desempeñen un trabajo informal son altísimas en América Latina y el resto del mundo, esto es un origen que como consecuencia se refleja en el índice de negocios que las mujeres inician para tener ingresos familiares.

Estos índices son de más del 80% en Asia meridional, África subsahariana, el 74%, y en América Latina y el Caribe, el 54%. Aunado a lo anterior, se ha demostrado que las empresas se benefician al añadir a sus filas productivas a las mujeres, dado que son eficientes en la gestión administrativa.

“Se estima que las compañías donde tres o más mujeres ejercen funciones ejecutivas superiores registran un desempeño más alto en todos los aspectos de la eficacia organizacional” (ONU, 2016).

**Gráfico 1 Más mujeres están participando en la fuerza laboral en América Latina y el Caribe (Tasa de participación femenina en la fuerza laboral porcentaje)**

■ Ec. emerg. y en des. Asia      ■ Estados Unidos  
■ América Latina y el Caribe      ■ El Caribe  
■ América Central      ■ AL-5



Fuentes: Banco Mundial, base de datos Indicadores del desarrollo mundial y cálculos del personal técnico del FML  
Nota: AL-5=Brasil, Chile, Colombia, México y Perú.

### CONTEXTO NACIONAL

De acuerdo a datos del INEGI (2015) México cuenta con 119 millones 530 mil 753 habitantes, de los cuales existen 94 hombres por cada 100 mujeres es decir que el 48.6% son hombres y el 51.4% son mujeres. Del total de la población económicamente activa: 95.6%, el 34.6% corresponde a mujeres en actividades que generan un producto económico.

El 43.8% de las personas ocupadas registradas en la economía mexicana, fueron mujeres. Durante el 2014, las mujeres conformaron el 11.0% del total de personal ocupado en el sector construcción, para ese mismo año, en el sector comercio al por menor la fuerza laboral femenina aporta el 51.3% del personal ocupado total. En el comercio al por mayor la participación de la mujer alcanza una de cada cuatro personas empleadas. Las mujeres participaron con el 47.9% del personal ocupado total en los servicios privados no financieros, tales como restaurantes, hoteles, contabilidad y auditoría, escuelas del sector privado, servicios legales y médicos, entre otros. Esto representa casi la mitad del total del personal ocupado en estos sectores.

En ese mismo año 2014, las mujeres participaron con 13.0% del total del personal ocupado en los diferentes modos de transporte. El valor del trabajo no remunerado en las labores domésticas y de cuidados fue el equivalente al 18.0% del Producto Interno Bruto en el año 2014. Por cada 10 horas de carga total de trabajo remunerado y no remunerado realizadas por las mujeres, los hombres realizan 8.3 horas.

Al analizar el personal ocupado por tamaño de empresa se observa que las empresas micro que tienen hasta 10 personas ocupadas presentan el porcentaje más importante de mujeres ocupadas con el 49.4%; en contraste, en las empresas medianas que van de 51 a 250 personas ocupadas las mujeres representan el 34.3% del personal ocupado total.

Es bien sabido que la tendencia actual conduce a la evolución en los roles que desempeñan las mujeres, y conforme éstas evolucionan en sus actividades, se enfrentan a diferentes obstáculos o conflictos que las llevan a decidir enfrentar la vida a partir de las separaciones de sus parejas o cónyuges. De acuerdo a la información de la Encuesta Intercensal (2015), se señala que 10.1% de las mujeres de 12 años y más con al menos un hijo nacido vivo son viudas, 8.4% son separadas y 2.8% están divorciadas.

Destaca el hecho de que 6.5% son solteras, y de las mujeres casadas y unidas, en 3.5% y 4.9% respectivamente, su cónyuge reside en otra vivienda. Hay 31.9 millones de hogares y en 85% de estos, hay al menos una mujer con hijos nacidos vivos. Por medio del parentesco con el jefe del hogar se conocen los roles que desempeñan las

personas, y particularmente en las mujeres que han sido madres, se pueden identificar relaciones que constituyen un apoyo inmediato para la crianza de sus hijos.

La mayoría de las madres son esposas o compañeras del jefe del hogar (54.6 por ciento), mientras que una de cada cuatro (24.8%) son jefas del hogar y 9.9% son hijas. De las jefas del hogar, la mayoría son separadas, divorciadas, viudas o solteras (69 por ciento); mientras que las madres que son hijas, 7.1% son adolescentes de 12 a 19 años, y de estas, 81.4% no asisten a la escuela.

Adicionalmente, se puede afirmar que las madres llevan la batuta en las decisiones fundamentales para la familia. La Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), indica que para el cuarto trimestre de 2015, la tasa de participación económica de las mujeres de 15 años y más con al menos un hijo nacido vivo es de 44.2%, de las cuales, 96.7% combina sus actividades extra domésticas con los quehaceres domésticos, lo que denota el compromiso de las mujeres con la generación de recursos que proporcionen el sustento mínimo de sus hogares. De las 2,930 millones de horas de trabajo total semanal, las mujeres mantienen el 54.7 de la carga total laboral.

Esto representa datos muy importantes para el análisis del proceso de emprendimiento femenino y su impacto en las actividades económicas de nuestro país. Por esta situación, es esencial precisar que para 2014 las mujeres cubrieron el 77.5% del total de las horas destinadas a las labores domésticas y de cuidados no remuneradas; esto significó que estas mujeres mantenían una segunda jornada laboral.

Para el mismo año 2014, el valor económico de las labores domésticas y de cuidados fue de 4.2 billones de pesos, lo que equivale a 24.2% del Producto Interno Bruto mexicano. De esta estimación económica el trabajo no remunerado de las mujeres asciende a 3.1 billones de pesos a precios corrientes en 2014, cifra equivalente a 18.0% del Producto Interno Bruto en ese periodo.

De esta manera, aun cuando estas actividades no se comercializan en la economía, su valor monetario supera al PIB que generan sectores productivos como la industria manufacturera (16.7%), el comercio (15.5%) y/o los servicios educativos (4.1%) en 2014.

Específicamente para el estado de Guanajuato, la población total es de 5 millones 853 mil 677 personas, lo que representa el 4.9% de la población nacional. De la población económicamente activa: 34.6% está a cargo de mujeres en actividades que generan valor económico.

## EMPRENDIMIENTO FEMENINO

Hofstede (1994) realizó en la década de los ochenta, un análisis a lo largo de 6 años en más de 40 países, incluyendo México, en donde puntualizó las dimensiones que toda cultura incluye para desarrollar el contexto económico. La dimensión que se acerca relacionado al género es la de Masculinidad-Feminidad. Esta se refiere a la distribución de roles asignados a cada género dentro del contexto social, el estudio realizado por IBM, revela que: a) Los valores de las mujeres difieren menos entre las sociedades que los valores de los hombres, b) En la mayoría de las sociedades se ha polarizado el concepto de que por un lado el polo asertivo se ha llamado “masculino” y el polo modesto y cuidadoso el “femenino”.

Para el Instituto Nacional de las Mujeres, el concepto de empresaria es:

**“una persona que aporta el capital y realiza al mismo tiempo las funciones propias de la dirección: organizar, planificar, administrar y controlar. En este caso se unen en una única gura la empresaria-administradora, la empresaria que asume el riesgo y la empresaria innovadora. Esta característica es compartida por las empresas familiares y, por lo general, por las pequeñas”, (2007 p. 18).**

Zabludovsky (2007) indica las siguientes características identificadas en las mujeres mexicanas que poseen una empresa, conforme a la tabla 1.

**Tabla 1. Elementos comunes de empresas mexicanas lideradas por mujeres. Fuente: Zabludowski (2007).**

Elementos comunes	
Estrecho contacto personal con todo su lugar de trabajo y sus trabajadores(as).	Empresas más pequeñas que las de los hombres y menor desarrolladas
Recursos propios para iniciar el negocio ahorros personales, se financian con la reinversión de sus ganancias.	Inserción empresarial gradual, empiezan sin concebirse a sí mismas como empresarias.
Comienzan con iniciativas derivadas de la pérdida del empleo, enfermedad o muerte de su pareja o de algún familiar	Menos posibilidades de obtener créditos bancarios
Casi el 50% de las mujeres no han intentado un crédito por temor o desconocimiento.	La mayoría de las empresas de mujeres se concentra en el mercado interno y no exportan ni importan ningún producto o servicio.
Fuente única de ingresos económicos.	El machismo y la corresponsabilidad entre distintos roles (el profesional con el doméstico) son los obstáculos más comunes que afrontan.
Las empresarias tienden a ser más jóvenes que los empresarios.	

Riquelme, Rivera, Ortega y Hernández (2013) identifican cuatro dimensiones para las mujeres que tienen éxito en los proyectos que se plantean. Estos factores son: líder, afectivo altruista, autosuficiente y competente. La tabla 2 muestra lo anterior, así como los indicadores que miden estas definiciones.

**Tabla 2. Dimensiones para identificar a una mujer emprendedora de éxito.**

Factor	Definición	Indicadores
Líder	Persona que tiene la capacidad de conducir a otros hacia un objetivo o meta.	Tiene la capacidad de escuchar. Es objetiva. Decidida. Tiene la capacidad de conducir a otros.

Afectivo altruista	Persona que ayuda de manera cordial, sin esperar nada a cambio	Está al pendiente de ayudar a otros sin esperar nada a cambio. Amigable. Amable. Generosa.
Autosuficiente	Persona autónoma e independiente que enfrenta retos para alcanzar sus objetivos.	Es trabajadora. Alcanza todas las metas que se propone. Es capaz. Es autónoma. Sabe lo que quiere. Se enfrenta a cualquier reto.
Competente	Persona apta, competitiva y eficiente para realizar un trabajo o una función	Está en constante actualización. Siempre quiere ser la mejor en todo lo que hace. Tiene un alto nivel intelectual.

Fuente: extraído de Riquelme et al (2013, p. 1055).

Por otra parte, el Banco Mundial (2012) identifica las disparidades de género, a través de las interacciones entre los hogares, los mercados y las instituciones. Esto toca necesariamente al proceso de emprendimiento y empoderamiento de las mujeres en sus entornos económicos específicos puesto que las mujeres deben gestionar los recursos aplicados a mejorar el nivel de sus ingresos, en las sociedades que les permitan mayor libertad económica.

Sin embargo, esto debe estar conectado con los rentas futuras, o bien, enlazarlo a sus planes de retiro o jubilación dado que las mujeres insertas en actividades informales no cuentan con este tipo de seguridad social. Por esta razón, no debe verse como algo que no tiene una relación directa con el bienestar de las mujeres en el largo plazo. La tabla 3, describe los elementos relacionados, desde dos condiciones:

A. Los relacionados a partir de las políticas gubernamentales.

B. Los relacionados con la disparidad de género, misma que se relaciona con las actividades económicas que realizan las mujeres dentro de sus entornos familiares y externos.

**Tabla 3. Elementos que se relacionan a la disparidad de género y su desempeño en las mujeres**

A. Elementos relacionados a partir de las políticas gubernamentales políticas- crecimiento	
Hogares	Descripción
Mercados	Mecanismos diversos que permiten a compradores y vendedores intercambiar bienes y servicios con arreglo a un conjunto de normas. Los mercados permiten evaluar y fijar un precio para cualquier artículo que sea objeto de intercambio.
Instituciones formales	Aspectos que corresponden al ámbito del funcionamiento del Estado, incluidas las leyes, los marcos normativos y los mecanismos para la prestación de servicios que proporciona el Estado (como los servicios judiciales, los servicios de policía, la infraestructura básica, la salud y la educación)
Instituciones informales:	Son los mecanismos, normas y procedimientos que determinan las interacciones sociales pero no corresponden al funcionamiento del Estado.
B. Elementos relacionados con la igualdad de género	
Capacidad de acción y decisión	Se refiere a la propia capacidad para tomar decisiones, y para transformarlas en las acciones y los resultados deseados.
Oportunidades económicas	Son las coyunturas o circunstancias que pueden originar el deseo de incursionar en un negocio dado.
Dotaciones	Son la educación, la salud y los bienes naturales. Se incluye al acceso al crédito

Fuente: adaptado de Banco Mundial (2012, p.9).

A partir de la tabla anterior, el Banco Mundial (2012) establece que las instituciones formales e informales pueden influir en los mercados y en su configuración. Los roles de género ofrecen guías sobre la conducta normativa para diferentes países que se relacionan en su diversidad de contextos sociales. “La experiencia repetida de la práctica de los roles de género afecta las creencias ampliamente compartidas acerca de los atributos de los hombres y las mujeres y el propio sentido de identidad”.

Las reglas de cada sociedad inciden en estos patrones de conducta que se dan a partir de las creencias o costumbres sociales y pueden afectar desde la forma en colaborar en el hogar y llevar a las mujeres a decidir sobre su posición de

emprendimiento. Esto necesariamente determina las oportunidades, la información, las normas sociales y las percepciones que se desarrollan al interior de cada país en conjunto.

Guzmán y Rodríguez (2008, p.385) identifican tres aspectos que denominan funciones empresariales, que inciden en el nivel de emprendimiento femenino que tienen su origen desde el rasgo de la personalidad de género.

1. El estilo de dirección femenino el cual es participativo y democrático.

2. La función financiera, a partir de que señalan una diferencia marcada en la forma en que se pueden conseguir los fondos para que sus empresas funcionen operativamente.

3. Función impulsora. Señalan que las mujeres empresarias muestran una mayor necesidad de logro, tienen un mayor control interno, muestran menor propensión al riesgo y, por último, poseen una personalidad menos proactiva que los empresarios masculinos. Lo anterior dado que los criterios de éxito subyacen en los motivos de origen que las llevaron a iniciar la empresa: fundamentados en el desarrollo profesional y la autorrealización.

Ormeño (2014) indica que la capacidad de emprender en las mujeres oscila en tres dimensiones:

1. Capacidad de innovar,  
2. Oportunidades

3. Características del individuo. La autora cita a Moriano (2005) quien afirma que las personas que emprenden negocios dirigen sus vidas hacia los valores personales tales como poder, logro, hedonismo, estimulación) más que los de tipo colectivistas (benevolencia, tradición y conformidad). Aunque los estudios analizados indican que para las mujeres es más importante el colectivismo y los beneficios compartidos que permean en favores de índole familiar.

El marco conceptual desarrollado, permite denotar claramente que los beneficios para los resultados en materia de género del desarrollo económico (la combinación de mayores ingresos y mejores instituciones para la prestación de servicios) provienen del funcionamiento de los hogares, los mercados y las instituciones y de sus interacciones.

# CONCLUSIONES

Es un hecho común el que la motivación fundamental de las mujeres al comenzar un negocio es principalmente la necesidad de aumentar los ingresos, derivado de que son mujeres que no cuentan con algún soporte o bien porque contribuyen paralelamente a estos ingresos. Subyace también la necesidad de sentirse independientes de horarios o de que ellas mismas sean las que generen ese ingreso.

Asimismo, los riesgos reales y los percibidos son también elementos importantes en la determinación de los peligros de continuidad en los negocios que inician, pero la estabilidad económica es mayor a estos riesgos latentes. Esto es un origen suficiente para que las mujeres trabajen más y más horas en la determinación de llevar a flote a sus ideas encaminadas a que permeen en los beneficios y de bienestar dentro de sus familias. Inician con la simple idea de que sea el sustento familiar incipiente, posteriormente el crecimiento es una consecuencia de la tenacidad que imprimen en sus negocios propios. Paralelamente la crisis o las inseguridades de cada país, determinan las características propias de cada negocio. “Las crisis afectan en mayor medida a las empresarias que a los empresarios, sin embargo, predomina la necesidad de obtener mayores ingresos, ellas tienen estilos diferentes de operar, dirigir y administrar”, señala María del Carmen Bernal, del Ipade. “Son más cuidadosas con los recursos y con el patrimonio, se pueden adaptar mejor y asumen riesgos compartidos. Son más asertivas cuando comunican sus ideas, sin mencionar su facultad para hacer muchas tareas al mismo tiempo”.

Las mujeres ven la fundación de su propia empresa como una manera fundamental de dar fin a sus problemas y ven a sus empresas desde una visión holística incorporando en ella a su entorno, familia y sociedad integral. (Zabludowski, 2002).

El Fondo Monetario Internacional (2016) ha indicado que la tendencia es que las mujeres más jóvenes en América Latina están trabajando cada vez más, y en especial las que tienen niveles más altos de instrucción.

Esto se debe conforme al FMI a que las generaciones de mujeres más jóvenes trabajan más y un componente relacionado con el ciclo de vida (muchas de estas mujeres aún no son madres). Pero obviamente esto es un proceso en donde las mujeres vayan madurando en el proceso para tener hijos y que los gobiernos decidan con base a generar políticas que puedan brindarles mayores oportunidades, tanto laborales como personales. La prevalencia del empleo femenino a tiempo completo es una importante variable predictiva de la proporción de puestos directivos que las mujeres ocupan en las empresas. Además, la presencia de más mujeres en puestos de alta dirección y en los consejos directivos de las empresas, según afirma el estudio efectuado por el personal técnico del FMI, lleva aparejado un rendimiento financiero más sólido de las empresas, lo que ayudaría a fomentar su inversión y productividad y moderaría aún más la desaceleración del crecimiento potencial en Europa.

Castiblanco (2013, p. 65) enfatiza en que la cultura de los países determina el que se juzgue a las mujeres empresarias, las que a veces son castigadas socialmente por su interés en ser independientes y generar ingresos propios. También indica que no reciben la misma capacitación que sus contrapartes hombres para la administración de los negocios. Su administración se basa en los saberes heredados donde buscan el interés a partir del beneficio familia y colectivo “así, la forma de manejo de los negocios es diferente, se caracteriza por una menor orientación al logro y mayor cohesión, una menor búsqueda de ganancias pero, más búsqueda de independencia”.

Necesariamente la incorporación de las mujeres en la vida laboral de cada una de sus economías locales, conllevaría resultados positivos a la economía mundial, el mismo Banco Mundial ha indicado que las mujeres brindan más recursos para la educación y salud de sus hijos, así como los beneficios que se quedan en las familias en donde ellas se desempeñan como cabeza de negocios y como emprendedoras comprometidas con su entorno.

# BIBLIOGRAFÍA

Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial (2011). Informe sobre el desarrollo mundial. Igualdad de Género y desarrollo.

Castiblanco, S. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, 21(2), 53-66.

Recuperado de: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-68052013000200005&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-68052013000200005&lng=en&tlng=es).

Fondo Monetario Internacional (octubre, 2016). La mujer en el trabajo: gran logro en América Latina y el Caribe. Recuperado de: <http://blog-dialogoafondo.org/?p=6784>

Guzmán, J. y Rodríguez, M. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global. Revista de Economía Mundial, núm. 18, 2008, pp. 381-392.

Hofstede, G. (1980). Motivation, leadership, and organization: Do american theories apply abroad?

Hofstede, G (1994), The business of international business is culture. International business Review Vol. 3, No. 1, pp. 1-14.

Inegi (2016). Estadísticas a propósito del día Internacional de la Mujer. Datos Económicos Nacionales. Recuperado de: [http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/mujer2016\\_0.pdf](http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/mujer2016_0.pdf)

Inegi (2015). Encuesta intercensal. Panorama sociodemográfico de México.

Instituto Nacional de las Mujeres. (2009). Empresas de mujeres=Empresas exitosas. Recuperado de: [http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos\\_download/100988.pdf](http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100988.pdf)

International Monetary Fund (enero, 2016). She is the answer. Recuperado de: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2016/03/kinoshita.htm>

Moriano, J. (2005). El perfil psicosocial del emprendedor. Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales Vol. 71; pp. 243-245

Organización de las Naciones Unidas. (septiembre, 2016).

Hechos y cifras: Empoderamiento económico. Los beneficios del empoderamiento económico. Recuperado de: <http://www.unwomen.org/es/what-we-do/economic-empowerment/facts-and-figures>

Ormeño, B. (2014). Emprendimiento femenino: Propuesta de un Perfil en base al propio discurso de mujeres, desde una Perspectiva Cualitativa. Revista GPT Gestión de las Personas y Tecnología, 19.

Riquelme, A., Rivera, S., Ortega, P., y Hernandez, J. Construcción y Validación de un Instrumento para Evaluar la Actitud Hacia una Mujer con Éxito. Acta de Investigación Psicológica, Volume 3, Issue 1, pps. 1041-1062.

World Bank (2012). The effect of women's economic power in Latin America and the Caribbean recuperado de: <http://www.bancomundial.org/content/dam/Worldbank/document/PLBSummer12latest.pdf>