

**CAPITAL SOCIAL ¿UN FACTOR DE ESTUDIO  
PARA COMPRENDER EL COMPORTAMIENTO  
EMPRESARIAL DE LAS MUJERES EN MÉXICO?  
UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA**

**Área de investigación: Administración de la micro, pequeña  
y mediana empresa**

**Zugaide Escamilla Salazar**

Centro Universitario Atlacomulco  
Universidad Autónoma del Estado México  
México  
zugaidees@hotmail.com

**Diana del Consuelo Caldera González**

División de Ciencias Económico Administrativas  
Universidad de Guanajuato  
México  
dccaldera@ugto.mx

**Karina Cruz Cruz**

Centro Universitario Atlacomulco  
Universidad Autónoma del Estado México  
México  
karina\_cruz085@hotmail.com

**XX**  
CONGRESO  
INTERNACIONAL  
DE  
CONTADURÍA  
ADMINISTRACIÓN  
E  
INFORMÁTICA





## CAPITAL SOCIAL ¿UN FACTOR DE ESTUDIO PARA COMPRENDER EL COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MUJERES EN MÉXICO? UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA

### Resumen

La creación de empresas es un área que ha sido estudiada desde décadas pasadas. Actualmente son más los investigadores que fijan la atención en el campo empresarial, debido al impacto que la creación de empresas tiene en el desarrollo económico de un país. Las investigaciones pioneras surgen en países desarrollados abordándose desde varios enfoques que hacen que el campo sea multidisciplinar; la sociología por ejemplo, señala que el capital social es un elemento que explica el comportamiento empresarial. La mayoría de las investigaciones han estudiado al comportamiento empresarial del hombre, lo cual no representa a aquellas investigaciones que se han realizado en empresas propiedad de mujeres en el mundo.

Los negocios exitosos propiedad de las mujeres se consideran un motor de crecimiento para la economía y el desarrollo de la mujer, sin embargo en comparación con estudios de empresas propiedad de hombres, se conoce menos al respecto. La literatura muestra que el capital social es un factor fundamental en el proceso emprendedor de la mujer, debido a esto el objetivo de este trabajo es documentar las investigaciones que se dirigen al área empresarial resaltando aquellas que aborden el capital social, poniendo atención a la diferencia entre investigaciones de hombres y mujeres.

**Palabras clave:** Emprendimiento, Capital Social, Mujeres





## Introducción

En las últimas décadas el tema de emprendimiento y la relación que tiene con el factor capital social, ha sido un área de investigación de gran importancia, por la inminente relación que tiene con el desarrollo económico y la generación de empleo.

Sin embargo en esta área de investigación en dirección al emprendimiento femenino y masculino no existe un equilibrio, puesto que la mayoría de estas investigaciones son dirigidas al hombre como es el caso de Latinoamérica, incluso en México en cuanto al binomio emprendimiento y capital social sólo existen cuatro investigaciones referentes a este tema.



Estudios han señalado que la participación de la mujer en el campo laboral se ha incrementado y se considera parte de la economía activa del país, en donde ella realice actividades emprendedoras, sin embargo, aunque la mujer tenga la motivación o el interés de emprender e incluso tenga su propia empresa, sigue enfrentando diversas barreras que debilitan el crecimiento o desarrollo de las mismas.

En este contexto, el emprendimiento de la mujer ha sido una alternativa, para desarrollarse laboralmente y ser autónomas y por ende apoyarse económicamente en sus necesidades personales y con los gastos familiares en el núcleo familiar en el que está integrada. Estudios realizados en países desarrollados señalan que el capital social es un factor importante en el comportamiento empresarial debido a que las relaciones sociales que genera permiten adquirir oportunidades, conocimientos y apoyos (familiares, sociales, gubernamentales y financieros) para la creación de nuevas empresas, incluso para la estabilidad o desarrollo del negocio. Por tanto, el objetivo general de este trabajo es documentar las investigaciones que se dirigen al área empresarial resaltando aquellas que aborden el capital social y que tengan como foco de atención a la mujer emprendedora.



Para tal efecto el trabajo se divide en cuatro apartados: la introducción, la aproximación teórica, el planteamiento del problema y las conclusiones; resaltando el papel de la mujer en el campo empresarial y relacionando esto con el factor de capital social.

## Perspectiva teórica

### Trascendencia de la mujer en el campo laboral

Tras la vasta revisión de la literatura, se detectó que el papel de la mujer en tareas y funciones que ha desempeñado a través del tiempo ha sido crucial, tal es el caso de antiguas civilizaciones como Mesopotamia, Egipto, Grecia y Roma.





En este contexto, de acuerdo con argumentos señalados por Gerda, 1995; Bernal, 2010; Stol, 1995; Pérez, 2011; William, 1989; Reboreda, 2010; Egea, s.f; González, 2003; Alemany, 2005; y Gómez, 2009; en Mesopotamia y Grecia la mujer era reprimida por la denominación masculina y la dicotomía hombre-mujer en la sociedad y en la familia (patriarcado), no podía trabajar públicamente, poseer propiedades o heredar, no tenía derecho al voto ni a la educación, por otra parte el matrimonio fungía un papel importante, en el núcleo familiar su rol era educar a sus hijos y servir a su marido, sin embargo, en controversia con lo mencionado, en el antiguo Egipto la mujer era considerada igual que el hombre ante la sociedad y la ley, además formaba parte de ciertas actividades que realizaba, tenía derecho a ser dueña de propiedades y a recibir herencias (Reyes, 2005; Alemany, 2005).



Siguiendo este orden de ideas, en Roma y en la Edad Media, la mujer seguía teniendo una posición subordinada respecto al hombre, con la obligación de servir al esposo y educar a sus hijos (Alemany, 2005; Varela, et. al., 1996 citado en López, 2007; Rodríguez, 1987; Sollova y Baca, 1999).

Además cabe destacar, la influencia de la religión desde hace siglos en las culturas sobre el dominio, la inferioridad y el machismo hacia la mujer, por ejemplo, en la Biblia se le acusa a la mujer del pecado, en el Corán establece que el hombre se puede casar hasta con cuatro mujeres, pero la mujer sólo con uno, el Talmud describe que la mujer no tiene pertenencias, pues todo lo que adquiere es propiedad de su marido, además, en algunas culturas como la musulmana o china, la mujer es considerada como alguien sin personalidad e incluso como un mal (Egea, s.f).



Posteriormente a principios de la Edad Moderna el papel de la mujer seguía siendo servir en la familia y estaba bajo la supervisión de su marido, no obstante para el siglo XVIII la mujer empieza a tener mayor libertad y comienza a realizar trabajos distintos, por ejemplo en minas, en el sacerdocio, en el comercio, en la fabricación de tejidos y en la industria. Cabe destacar que el salario percibido siempre ha sido inferior en comparación con el de los hombres, sin embargo, esto permitió la integración de la mujer en la economía familiar (López, 2007; Martínez, 2004; Saloma, 2000; Thompson, 1979).

En la Edad Contemporánea, la mayor parte de los oficios eran desempeñados por la mujer, además de ser una guía para los hijos, lo cual representaba el papel fundamental para ella (Serrana y Rial, 2009; Saloma, 2000).

Cabe destacar que entre los años 1889-1910, se graduaron las primeras dentistas, cirujanas, abogadas y maestras; otras empezaron a laborar en diferentes trabajos, además el surgimiento de la Primera Guerra Mundial y el gran número de muertes de hombres, ocasionó una mayor demanda de mano de obra femenina en la industria (López, 2007; Turner, 1967; Martín, 2000; Pardo, 2005).





En este contexto, y debido a la incursión de la mujer en el campo laboral, se crearon leyes en las constituciones políticas de diversos países del mundo, con el objetivo de establecer igualdad y oportunidad para el género femenino, además la mujer durante el siglo XX se introdujo en el contexto político, ciudadano y laboral, logrando derechos civiles, constitucionales y laborales, dejando el papel tradicional de ama de casa, para establecer un equilibrio con el género masculino y ser competitivas (Egea, s.f).

A pesar de las condiciones inseguras de los trabajos informales en los que muchas de las ocasiones la mujer labora, el trabajo denominado extra doméstico<sup>1</sup> le permite “una independencia económica”, que se transforma en satisfacción personal, autocontrol, seguridad y autonomía, permitiéndole además aportar recursos económicos al núcleo familiar (García y Oliveira, 2007). La autonomía de la mujer es fundamental ya que impacta en aspectos sociales, culturales, laborales y económicos, lo que le permite su desarrollo personal.

En este tenor, la autonomía que la mujer logra no sólo se debe al trabajo extra doméstico, sino también a la preparación educativa que ha recibido, ya que a un mayor grado de educación, mayor es el grado de incorporación a un trabajo formal y bien remunerado (Reyes, 2005; Álvarez, 2012), es decir mejores oportunidades para su desarrollo.

### Presencia empresarial de las mujeres

En la actualidad la mujer es más preparada académicamente que antes, lo cual le da la oportunidad de que ocupe puestos importantes en grandes corporaciones. Algunas veces esto le permite adquirir experiencia para después independizarse y crear su propia fuente de empleo, convirtiéndola en empresaria. De hecho, algunas investigaciones señalan que los negocios creados por mujeres son más sólidos y exitosos alrededor del mundo (Guerrero, Armenteros, López y Canibe, 2012; García, 2011; Camarena, 2007).

Estudios realizados en cuanto a la participación de la mujer muestran que el emprendimiento hacia nuevos negocios ha aumentado durante la última década en países europeos y latinoamericanos (Guerrero et al., 2012; Ochoa, 2010) en donde México ha formado parte de este desarrollo.

<sup>1</sup> Nota: Entiéndase trabajo extra doméstico como la “representación de la realidad y características del trabajo femenino remunerado, incluyendo además al trabajo doméstico, en apariencia invisible, y en general no valorado ni considerado como lo que es: fundamental para la permanencia y mantenimiento de la institución de la familia, y soporte principal del desarrollo social” (Baca, 2005).



El término creación de empresas o entrepreneur fue definido en el siglo XVIII por Cantillon (1755), como aquella persona responsable del proceso de un negocio, sin embargo las primeras investigaciones que se realizaron sobre el individuo que crea una empresa (hombres), fueron en el siglo XX en países desarrollados (Guerrero et al., 2012), en este contexto, dentro del mismo siglo pero en la década de los ochenta, las investigaciones de hombres dan un giro y se empieza a incluir a las mujeres inmersas en actividades empresariales (Hernández, 2010; Madrigal, Palos, Madrigal, Cervantes y Reyes, 2011; Madrigal, Arechavala, Madrigal, 2012).



Muchas son las investigaciones que se han generado en el campo empresarial, el cual se considera de carácter multidisciplinar, debido a que son muchas áreas del conocimiento las que lo nutren. Por ejemplo en sociología investigadores como Kuada (2009); Morse, Fowler y Lawrence (2007); Birley (1985); Ozgen y Baron (2007); Walter, Auerb y Ritterc (2005); Simsek, Lubatkin y Floyd (2003); argumentan que es parte fundamental en el emprendimiento; por otra parte en economía, Klein y Bruce (2006); y Shane y Cable (2002) señalan que el financiamiento es necesario para iniciar y mantener una empresa; y desde la psicología, Amorós y Pizarro (2006) hablan respecto a los comportamientos y motivaciones que desarrolla una persona para tomar la iniciativa de emprender.



Es importante destacar que en el campo empresarial se abordan diversos factores agrupados, los cuales como ya se mencionó anteriormente han sido utilizados especialmente en investigaciones de países desarrollados. Los principales factores que se relacionan directamente con el comportamiento empresarial son: a) los socioculturales (Guerrero et al., 2012; García, 2011; Baltazar, 2003; Ochoa, 2010; Madrigal et al., 2011; Azam, 2009; Kuada, 2009; Renzulli, Aldrich y James, 2000; Araiza, 2012; Birley, 1985; Walter et al., 2005; Ramachandran y Ray, 2006; Simsek et al., 2003; b) los socioeconómicos (García, 2011; Ochoa, 2010; Hernández, 2010); y c) los sociodemográficos (Guerrero et al., 2012).

### Planteamiento del problema

De acuerdo a la literatura y los contextos explorados, existen diferentes componentes que influyen para la creación, la supervivencia, estabilidad o desarrollo de una empresa, sin embargo un factor que se considera decisivo es el sociocultural en donde destaca el término capital social, por ser un factor en el que influyen las relaciones sociales para la adquisición de conocimientos, oportunidades y apoyos tanto familiares como sociales y gubernamentales (Escamilla y Caldera, 2014; Ripollés y Blesa, 2006; Liao y Welsch, 2005; Shane y Cable, 2002; Greve y Salaff, 2003; Hormiga, Bautista y Sánchez, 2007; Carolis y Saporito, 2006; Ding y Abetti, 2003; Hoang y Antoncic, 2001; Watson, 2006; Escamilla, Caldera y Cruz, 2014; Lechner, Dowling y Welpel, 2006).





Otros autores como Klein y Bruce (2006); Wincent (2005); Hormiga et al. (2007); Pavlovich y Corner (2006); Carolis y Saporito (2006); Morse et al. (2007); Ding y Abetti (2003); Hoang y Antoncic (2001); Watson (2006); Lechner, Dowling y Welpé (2006); Jack (2005); han argumentado en el tema creación de empresas la importancia del capital social o redes sociales para el éxito o fracaso en el proceso de desarrollo o la creación de una nueva, en efecto, cabe señalar el término empresario según Klein y Bruce (2006) como “alguien que se aprovecha de los conocimientos y recursos para identificar y aprovechar las oportunidades que inician el cambio y la creación de valor en la propia vida y la de los demás”, es decir, un empresario interactúa con personas externas e internas y organizaciones para recibir apoyos para el proceso de su emprendimiento o creación de nuevas empresas (Hansen, 1995; Rosenblatt, 1985; Bruderl y Preisendorfer citado en Liao y Welsch, 2005).



Cabe señalar que, a través del tiempo, el tema del capital social, ha sido estudiado por académicos de distintas disciplinas como: sociología, ciencias políticas, historia económica, economía, salud pública, etc., o bien cuerpos gubernamentales y organizaciones no lucrativas, para analizar y comprender la importancia que tienen las relaciones sociales en el desarrollo de las empresas, además señalan que incluyen activos sociales, psicológicos, culturales, cognoscitivos e institucionales, creando beneficios personales para cumplir con sus objetivos de éxito empresarial (Portela y Neira, 2003; Carolis y Saporito, 2006).



Hasta el momento, de acuerdo con la literatura, las investigaciones que se han realizado sobre emprendimiento van dirigidas generalmente hacia el hombre, tal es el caso de autores como Klein y Bruce, 2006; Ripollés y Blesa, 2006; Hite, 2005; Birley, 1985; Ozgen y Baron, 2007; Waltera et al., 2005; Liao y Welsch, 2005; Greve y Salaff, 2003; Wincent, 2005; Hormiga et al., 2007; Pavlovich y Corner, 2006; Carolis y Saporito, 2006; Morse et al., 2007; Ding y Abetti, 2003; Fuller-Love y Thomas, 2004; Hoang y Antoncic, 2001; Watson, 2006; Lechner et al., 2006; Jack, 2005; y muy poca investigación se enfoca a la mujer.

Ahora bien, si se habla del papel que juegan las relaciones sociales (capital social) del emprendedor masculino para la creación de nuevas empresas, existen autores como Ripollés y Blesa, 2006; Birley, 1985; Liao y Welsch, 2005; Greve y Salaff, 2003; Hormiga et al., 2007.

Quienes nuevamente abordan la importancia del capital social para lograr una permanencia y éxito empresariales para los negocios ya establecidos son Klein y Bruce, 2006; Hite, 2005; Ozgen y Baron, 2007; Walter et al., 2005; Wincent, 2005; Pavlovich y Corner, 2006; Ding y Abetti, 2003; Hoang y Antoncic, 2001; Watson, 2006; Lechner et al., 2006 y Jack, 2005.





De acuerdo a este contexto varios autores argumentan la importancia que tiene el capital social en la creación de nuevas empresas, y empresas que ya están establecidas tal y como se observa en la Tabla 1.

**Tabla 1: Investigación sobre Creación de Empresas y Capital Social**

NIVEL DE ANÁLISIS	AUTORES	CREACION DE EMPRESAS		
		REVISTAS	PAÍSES	RESULTADOS
Empresas	Klein y Bruce, 2006; Hite, 2005; Birley, 1985; Ozgen y Baron, 2007; Walter et al., 2005; Ramachandran y Ray, 2006; Liao y Welsch, 2005; Shane y Cable, 2002; Simsek, et al. 2003; Greve y Salaff, 2003; Wincent, 2005; Hormiga, et al. 2007; Pavlovich y Doyle, 2006; Carolis y Saparito, 2006; Morse, et al. 2007; Ding y Abetti, 2003; Hoang y Antoncic, 2001; Watson, 2006; Lechner, et al., 2006; Jack, 2005; Kalnins y Chung, 2006; Fuller-Love y Thomas, 2004.	Journal of Agricultural and Applied Economics, Entrepreneurship Theory and Practice, Journal of Business Venturing, Journal of Entrepreneurship, Journal of Small Business Management Science, Journal of Management, Journal of Small Business and Enterprise Development, Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro Internacional, Journal of Knowledge Management Studies, Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth, Journal of Management Studies.	EE.UU, Carolina Norte, Nueva Zelanda, Taiwán.	La influencia que tiene una persona sobre el capital social es una factor fundamental en la creación de nuevas empresas, en su desarrollo y supervivencia, es decir, el generar relaciones sociales con la familia, amigos, conocidos, expertos en ciertas temáticas o sistemas e incluso en programas gubernamentales, brinda al emprendedor, el conocimiento, las habilidades, el liderazgo y una actitud positiva respecto al espíritu emprendedor, para aprovechar oportunidades al máximo y crear su propia empresa, o bien manteniéndola.

Fuente: Elaboración propia con base en los autores mencionados en la tabla.

Como se indicó en el párrafo anterior, en cuanto al tema capital social, las investigaciones que se han encontrado son muy pocas, tal el caso de Latinoamérica, en donde solo se han encontrado a nueve autores que tratan sobre el tema, tal como se muestra en la Tabla 2.

**Tabla 2: Investigación sobre capital social en Latinoamérica**

NIVEL DE ANÁLISIS	AUTORES	CAPITAL SOCIAL EN LATINOAMERICA	
		LATINOAMERICA	RESULTADOS
Empresas	Gonzalo, 2002; García, 2002; Becerra, 2008; Lozares, 2008; Molina, Barbara, Martínez, 2008; Urteaga, 2009; Ojeda, López, Jiménez, 2010; Portela y Neira, 2003; López, Martin, Romero, 2005; citados en Montoya,	Latinoamérica	Una economía de redes sociales (capital social) es esencial para la globalización económica, además de generar oportunidades de emprendedores para la adquisición de recursos, para el desarrollo y crecimiento de nuevas empresas, además de una ventaja competitiva en relación con otras empresas y la sociedad, cabe destacar que en el capital social se encuentran inmersas la racionalidad







2013.

económica y la aceptación social, además de contribuir para la realización análisis de estudios.

Fuente: Elaboración propia con base en los autores mencionados en la tabla.

En este mismo contexto, el campo de investigación sobre el tema de capital social, ha sido durante las últimas décadas un tema de gran importancia, sin embargo en México se han encontrado pocas investigaciones referente a este tema tal y como lo argumentan Montoya, 2006; Escamilla, Caldera y Cruz, 2014; y Escamilla y Cruz, 2013; lo cual se muestra en la Tabla 3.

**Tabla 3: Investigación sobre capital social en México**



NIVEL DE ANÁLISIS	AUTORES	CAPITAL SOCIAL EN MEXICO	
		REVISTAS	RESULTADOS
Empresa	Ojeda et al., 2010; Martínez, 2012; Escamilla y Cruz, 2013; Molina, 2006 citados en Montoya, 2013; Escamilla, Caldera y Cruz, 2014; Escamilla y Cruz, 2013.	*Estudios Interdisciplinarios de la Organización. *Entreciencias Diálogo en la sociedad del conocimiento.	El capital social ha sido uno de los factores que ha producido un importante impacto de valor al acceso de fuentes para la adquisición de oportunidades y conocimientos, que los emprendedores y empresarios pueden hacer uso para lograr la creación de empresas y/o el éxito de crecimiento, Son pocas las investigaciones que se han realizado en México respecto al capital social de las mujeres empresarias.



Fuente: Elaboración propia con base en los autores mencionados en la tabla.

Recapitulando ya en el contexto mexicano, podríamos decir que las investigaciones realizadas sobre el capital social son escasas, pero aun más escasas aquellas que se refieren a mujeres emprendedoras. Se encontraron solo a once autores que argumentan la influencia efectiva e importancia que tiene el capital social en las mujeres emprendedoras tal y como se muestra en la Tabla 4.

**Tabla 4: Investigación sobre mujeres emprendedoras y capital social**

NIVEL DE ANÁLISIS	AUTORES	MUJERES EMPRENDEDORAS Y CAPITAL SOCIAL
		RESULTADOS
Mujeres	Honing y Davidsson, 2000; Neergaard y Madsen, 2004; Johnson, 2007; Valdez, 2008; Hanson y Blake, 2009; Alfred, 2009; Pirolo y Presutti, 2010; Ottósson y Klyver, 2010; Chowdhury y Nurul, 2011; Staniuiiené, 2011; Ahmadi, 2011;	El capital social es uno de los factores que las mujeres emprendedoras hacen uso para la adquisición de contactos, conocimientos, oportunidades y motivación para la creación de nuevas empresas, crecimiento y éxito tanto económico como personal, además de ser una fuente necesaria para poder tener una equilibrio en el desarrollo





Chuang, Liu, Huang y Tang; de la empresa.  
2012.

Fuente: Elaboración propia con base en los autores mencionados.

De los argumentos anteriormente planteados surge la siguiente pregunta de investigación: ¿El capital social es un factor de estudio para comprender el comportamiento empresarial de las mujeres en México?

### Conclusiones

Partiendo del objetivo general planteado en este trabajo, el cual fue hacer una aproximación teórica acerca de las investigaciones que se dirigen al área empresarial resaltando aquellas que aborden el capital social dirigidas a hombres y mujeres, podemos decir que de acuerdo a la revisión realizada, el capital social es un factor fundamental para el proceso de creación empresarial, ya que permite a través de la red social en la cual los individuos interactúan, lograr objetivos empresariales que de otra manera sería más complicado concretarlos.

Por tanto, el capital social es un factor importante para hombres y mujeres que tengan la motivación o necesidad de crear una nueva empresa, ya que la ampliación de las relaciones sociales con otras personas o instituciones, les permite tener mejores oportunidades, conocimientos y apoyos familiares y sociales en donde influye una motivación e incluso el acceso al financiamiento y además la adquisición de apoyos gubernamentales. Como ya se mencionó anteriormente, estos factores tienen una influencia importante para la creación de nuevas empresas o empresas que ya están establecidas, logrando una mejor estabilidad, desarrollo y éxito empresarial.

No obstante lo anterior, los estudios encontrados respecto a este constructo, han sido desarrollados en contextos de primer mundo “economías de alto nivel”. Se ha detectado que el factor capital social incluye indicadores medidos en dichos estudios, los cuales han permitido afirmar la influencia de ellos sobre el comportamiento empresarial.

Además, los estudios sobre capital social incluidos en esta revisión son dirigidos a empresas propiedad de los hombres; en su gran mayoría, son escasos aquellos que abordan a las empresas de mujeres. Más escasos aún resultan aquellos trabajos en Latinoamérica y qué decir de la academia de investigadores en México, ya que es un tema y un enfoque poco abordado. Es posible que una revisión más profunda y exhaustiva sobre el tema nos arroje algunos resultados más, sin embargo estamos ciertas de que no serán demasiados.

Consideramos que el no encontrar suficientes trabajos en México se deba quizás a que este constructo no aplica para el contexto mexicano, entonces queda latente la pregunta que ha dado origen a esta investigación que fue





¿será el capital social un factor de estudio para comprender el comportamiento empresarial de las mujeres en México?

Seguiremos abordando este factor en otras investigaciones y dado el momento, realizaremos investigaciones empíricas, de tal forma que podamos conocer la influencia del capital social en el proceso emprendedor de mujeres en México, lo cual permitirá aportar luz acerca de este tema objeto de estudio.

### Referencias

Alemany, E. (2004). Evolución histórica del trabajo de la mujer hasta nuestros días. Aranzadi Social. Consultado el 30 de mayo de 2015, de: <http://www.alemanyabogadosasociados.com/pdfs1/1.%20EVOLUCION%20DEL%20TRABAJO%20DE%20LA%20MUJER.pdf>

Álvarez, S. (2012). La autonomía personal de las mujeres. Una aproximación a la autonomía relacional y la construcción de las opciones. Primer Borrador. Seminario de la Facultad de Derecho de la Universidad de Palermo.

Azam, M. (2009). Impact of Social Capital Development and Use in the Growth Process of Women-Owned Firms *Journal of Enterprising Culture*, 17(4), 473-495.

Araiza, Z. (2012). Factores del Capital Social que Facilitan la Cooperación entre las Pequeñas Empresas: Caso de la Industria Metalmeccánica de la Región Centro del Estado de Coahuila en México. *Revista Internacional Administración y Finanzas*. 5(1).

Amorós, J.L. y Pizarro, O. (2006). Stiepovia Mujeres y Dinámica Emprendedora: Un Estudio Exploratorio. *Univ. Empresa*, Bogotá. Colombia. 5 (11), 15-32.

Alfred, M. (2009). Social Capital Theory: Implications for Women's Networking and Learning. *New Directions for Adult and Continuing Education InterScience*, 122.

Ahmadi, F. (2011). Survey relationship between organizational entrepreneurship and social capital in public sector in Iran *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(1).

Baca, N. (2005). Ciudad, Relaciones de Género y Trabajo Extradoméstico *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal Gaceta Laboral*, 11(3), 316-332.





Bernal, H. (2010). La Propiedad Privada, la Monogamia, el Patriarcado. La Esclavitud y el Carácter de Producción. Universidad de Guadalajara, México *Nómadas Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*.

Bonder, G. (2003). Construyendo el protagonismo de las mujeres en la sociedad del conocimiento: Estrategias educativas y de formación de redes, *Jornada Avanzando en la Calidad Empresarial: Igualdad y Tecnología*, 1, 01-26.

Baltazar, A. (2003). La Competitividad de las Pequeñas Empresas: Un Estudio de Género. Instituto para el Desarrollo de la Innovación y Tecnológica en la Pequeña Empresa.



Birley, S. (1985). The Role of Networks in the Entrepreneurial Process *Journal of Business Venturing*, 1, Winter.

Cantillon, R. (1755). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*, Fondo de Cultura Económica, México, 1996.

Camarena, M. E. (2007). Reseña de “Empresarias y ejecutivas, Mujeres en el poder”. *Actualidad Contable Faces*, 10(14).

Carolis, D. y Saparito, P. (2006). Social Capital, Cognition, and Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (1), 41–56.

Chowdhury, M. y Nurul, M. (2011). The Effects of Human, Social, and Financial Capital on the Woman Entrepreneurship Venturing in Bangladesh. *International Journal of Business and Economics Perspectives*, 6(1).

Chuang, L.M., Liu, C.C., Huang, C.M. y Tang, H.C. (2012). An Evaluation Model of Female Entrepreneurship in the Service Industry Human Capital, Social Capital and Opportunity Recognition Perspective *International Research Journal of Finance and Economics*.

Ding, H., Abetti, P. (2003). The entrepreneurial success of Taiwan: Synergy between technology, social capital and institutional support. *Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth*, 14, 91 – 123.

Egea, S. (s,f). El Papel de la Mujer en la Antigua Grecia y en la Novela. Consultado el 30 de mayo de 2015, de: <http://blogs.ua.es/santiago/files/2007/10/silvia-gea.pdf>

Escamilla, Z., Caldera, D., Cruz, C., (2014). El emprendedor potencial: identificación de oportunidades relacionadas con algunas variables del





capital humano y social. Entreciencias Diálogo en la sociedad del conocimiento, 2(5).

Escamilla, Z., Cruz, C., (2013). Capital Social como Elemento Explicativo para el Emprendimiento Femenino: Una Aproximación Teórica. Estudios Interdisciplinarios de la Organización, (3).

Fuller-Love, N. y Thomas, E. (2004). Networks in small manufacturing firms Journal of Small Business and Enterprise Development, 11 (2), 244-253.

Gerda, L. (Eds). (1990). The Creation of Patriarchy Oxford University Press 1980. Novagràfik, Puigcerdá, 127, 08019 Barcelona.

Greve, A. y Salaff, J. (2003). Social Networks and Entrepreneurship Entrepreneurship Theory and Practice, 28 (1), 1–22.

González, P. (2003). La mujer Griega a través de la Iconografía Domestica Revista del Museo de Melilla.59-68.

Gómez, R. (2009). La Mujer en la Grecia Clásica. Tesis de Licenciatura en Medicina del trabajo y laboral. Universidad CES, Facultad de medicina. Medellin, Colombia. Consultado el 20 de mayo de 2015, de: [http://bdigital.ces.edu.co:8080/dspace/bitstream/123456789/651/2/La %20mujer%20en%20la%20Grecia%20Cl.pdf](http://bdigital.ces.edu.co:8080/dspace/bitstream/123456789/651/2/La%20mujer%20en%20la%20Grecia%20Cl.pdf).

Guzmán, C. y Rodríguez, G. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global Revista de Economía Mundial España 18, 381-392.

Guerrero, L., Armenteros, M., López, S., Canibe, F. (2012). Construcción de un Perfil de las Mujeres Emprendedoras en Torreón, Coahuila, México. Global Conference on Business and Finance Proceedings (7) 2.

García, M. (2011). Mujeres, madres y emprendedoras. Entrepreneur. Consultado el 30 de mayo de 2015, de: <http://www.soyentrepreneur.com/mujeres-madres-y-emprendedoras.html>

García, B. y Olivera, O. (2007). Trabajo extradoméstico y relaciones de género: una nueva mirada. En publicación: Género, familias y trabajo: rupturas y continuidades. Desafíos para la investigación política. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires.

Hite, J. (2005). Evolutionary Processes and Paths of Relationally Embedded Network Ties in Emerging Entrepreneurial Firms. Entrepreneurship Theory and Practice, 29(1), 113–144.





Hernández, E. (2010). Nuevas Tendencias en el Mundo Empresarial: La Participación de las Mujeres La Ventana. 32.

Honing, B. y Davidsson, P. (2000). The Role of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs. *Academy of Management Proceedings*.

Hormiga, P., Bautista, C. y Sánchez M. (2007). La influencia del capital relacional en el éxito de las empresas de nueva creación. Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro. Ayala Calvo J.C. y grupo de investigación FREDA. 1215- 1231.



Hoang, H., Antoncic, B. (2001). Network-based research in entrepreneurship: A critical review *Journal of Business Venturing*, 18 (2), 165-187.

Hanson, S. y Blake, M. (2009). Gender and Entrepreneurial Networks. *Regional Studies*, 43(1), 135–149.

Johnson, C. (2007). Social Capital and the Search for Information: Examining the Role of Social Capital in Information Seeking Behavior in Mongolia *Journal of The American Society for Information Science and Technology*, 58(6), 883-894.



Jack, S. (2005). The Role, Use and Activation of Strong and Weak Network Ties: A Qualitative Analysis *Journal of Management Studies*, 42, 1234-1255.

Kuada, J. (2009). Gender, Social Networks, and Entrepreneurship in Ghana *Journal of African Business*, 10. 85-103.

Klein, P. y Bruce, J. (2006). Can Entrepreneurship Be Taught? *Journal of Agricultural and Applied Economics*.

Klein, G. y Bruce, J. (2006). Can Entrepreneurship Be Taught? *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 38 (2). 429-439.

Kalnins, A. y Chung, W. (2006). Social Capital, Geography, and Survival: Gujarati Immigrant Entrepreneurs in the U.S. *Lodging Industry Management Science*, 52 (2), 233-247.

López, L.J. (2007). Historia de la mujer en México. *Mujeres, Derechos y Sociedad*. 3(5).

Liao, J. y Welsch, H., (2005). Roles of Social Capital in Venture Creation: Key Dimensions and Research Implications *Journal of Small Business Management*, 43 (4), 345–362.





Lechner, C., Dowling, M. y Welp, I. (2006). Firm networks and firm development: The role of the relational mix *Journal of Business Venturing*, 21 (4), 514-540.

Montoya, A. (2013). Análisis de la Importancia del Capital Humano y Social en las Expectativas de Crecimiento en Empresarias de algunos Municipios de la Zona Norte del Estado de México. Tesis de Licenciatura en Administración, Centro Universitario UAEM Atlacomulco.

Martínez, S. (2004). La imagen del feminismo y las feministas en la sociedad actual. Consultado el 20 de mayo de 2015, de: <http://www.ciudaddemujeres.com/articulos/La-imagen-del-feminismo-y-las>



Martín, L. (2000). La mujer en el mercado de trabajo. *Anales de Economía Aplicada*. España. 01-16.

Madrigal, B., Palos, H., Madrigal, R., Cervantes, M., Reyes, M. (2011). Liderazgo Femenino en los Negocio ¿Cómo se Percibe? *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 6(2).

Madrigal, B., Arechavala, R., Madrigal, R. (2012). El Emprendedor y su Capital Social: Caso el Clúster del Software en Jalisco *Revista Internacional Administración y Finanzas*, 5(4).



Morse, E., Fowler S. y Lawrence T. (2007). "The Impact of Virtual Embeddedness on New Venture Survival: Overcoming the Liabilities of Newness". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (2), 139–159.

Neergaard, H. y Madsen, H. (2004). Knowledge Intensive Entrepreneurship in a Social Capital Perspective *Journal of Enterprising Culture*, 12(2).

Ottósson, H. y Klyver, K. (2010). The Effect of Human Capital on Social Capital Among Entrepreneurs *Journal of Enterprising Culture*, 18(4), 399–417.

Ochoa, M. (2010). Las Empresarias de Guadalajara, Jalisco. México y Valencia, España *La Ventana* 32.

Ozgen, E. y Baron, R. (2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums *Journal of Business Venturing*, 22 (2), 174–192.

Pérez, I. (2011). Mito y Género en la Grecia Antigua Tantálidas, Labdácidas y Dardánidas. Disertación doctoral no publicada, Universidad de Salamanca, Facultad de Geografía e Historia.





Portela, M. y Neira, I. (2003). Capital social: las relaciones sociales afectan al desarrollo. Documento de Trabajo, (106).

Pardo, A. (2005). La historia de la mujer en Chile. CEME Centro de Enseñanzas Miguel Enríquez.1, 01-08.

Pirollo, L. y Presutti, M. (2010). The Impact of Social Capital on the Start-ups' Performance Growth Journal of Small Business Management, 48(2), 197-227.

Pavlovich, K. y Doyle, P. (2006). Knowledge creation through co-entrepreneurship. International Journal of Knowledge Management Studies, 1 (1-2), 178-197.

Reboreda, S. (2010). El papel educativo de la mujer en la antigua Grecia y su importancia en el mantenimiento de la polis. Saldvie, 10,159-175.

Rodríguez, M. (1987). La mujer y la familia en la sociedad mexicana. Presencia y Transparencia. La mujer en la historia de México. 4, 669-675.

Renzulli, L., Aldrich H. y James, M., (2000). Family Matters: Gender, Networks, and Entrepreneurial Outcomes. 79(2), 523-546.

Reyes, R.M. (2005). La Autonomía Psicológica en las Mujeres Profesionales: Análisis de un Caso. Otras Miradas. Red de Revistas Científicas de America Latina y el Caribe, España y Portugal, 5(1).

Ramachandran, K. y Ray, S. (2006). Networking and New Venture Resource Strategies: A Study of Information Technology Start-ups Journal of Entrepreneurship. 15 (145).

Ripollés, M. y Blesa. A. (2006). Redes personales del empresario y orientación emprendedora en las nuevas empresas. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa. 26. 73-94.

Stol, M. (1995). "Women in Mesopotamia" Journal of Economic and Social History of the Orient, Jesho.

Sollova, M. y Baca, T. (1999). Enfoques teórico-metodológicos sobre el trabajo femenino. Papeles de Población. México, 5(20), 68-88.

Saloma, G. (2000). De la Mujer Ideal a la Mujer Real. Las Contradicciones del Estereotipo Femenino en el siglo XIX. Escuela Nacional de Antropología e Historia. México, 7(18), 01-18.





Serrana, M. y Rial, G. (2009). Trabajo Femenino y Economía de Subsistencia: El Ejemplo de la Galicia Moderna *Revista d'història Moderna* 27, 77-99.

Shane, S. y Cable, D. (2002). Network Ties, Reputation, and the Financing of New Ventures *Management Science* Informs, 48 (3), 364 – 381.

Simsek, Z., Lubatkin, M. y Floyd S. (2003). Inter-Firm Networks and Entrepreneurial Behavior: A Structural Embeddedness Perspective *Journal of Management*, 29 (3), 427-442.

Staniuiiené, S. (Eds) (2011). *Entrepreneurs Networking for New Venture*. Osteuropa-Zentrum Berlin, Berlin.

Thompson, E. (1979). “Tiempo, Disciplina de Trabajo y Capitalismo Industrial”. En tradición revuelta y conciencia de Clase. *Estudios sobre la Crisis de la Sociedad Preindustrial*.

Turner, F. (1967). Los efectos de la participación femenina en la revoluciones de 1910. En *historia mexicana*. México, 15(4), 603-619.

Valdez, S. (2008). The Effect of Social Capital on White, Korean, Mexican and Black Business Owners Earnings in the US *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 34(6), 955-973.

Varela, Heidi, Villagran, (1996) citado en López, H. (2007). *Historia de la mujer en México*. Mujeres, Derechos y Sociedad. 3(5).

Watson, J. (2006). Modeling the relationship between networking and firm performance *Journal of Business Venturing*, 22(6), 852-874.

William, T. (1989). *El Amazonas. Un estudio de los mitos atenienses*, Fondo de cultura económica, México.p.68

Walter, A., Auerb, M., Ritterc, T. (2005). The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance *Journal of Business Venturing*, 21 (4), 541–567.

Wincent, J. (2005). Does size matter? A study of firm behavior and outcomes in strategic SME networks *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12 (3), 437 – 453.

Zabludovsky, G. (2007). México: Mujeres en Cargos de Dirección del Sector Privado *Revista Latinoamericana de Administración*, (38), 9-26.

Zabludovsky, G. (2007). Las mujeres en México: Trabajo, Educación Superior y Esferas de Poder. *Política y Cultura*, (28), 9-41.

