

**Redes de emprendimiento y gestión empresarial con enfoque de género en micro y pequeñas empresas**

Entrepreneurship networks and business management with a gender focus in micro and small enterprises

**Shirley Villafuerte Salazar**

Universidad San Antonio Abad del Cusco, Perú

[libertaddsalazar@gmail.com](mailto:libertaddsalazar@gmail.com)<https://orcid.org/0000-0002-7762-4677>**Angela Cornejo Rojas**

Universidad Andina del Cusco, Perú

[acornejo@uandina.edu.pe](mailto:acornejo@uandina.edu.pe)<https://orcid.org/0009-0009-2982-0524>**Dina Veronica Giraldo Pizarro**

Universidad Andina del Cusco, Perú

[dgiraldo@uandina.edu.pe](mailto:dgiraldo@uandina.edu.pe)<https://orcid.org/0000-0002-8157-9434>**Autor corresponsal:**

Shirley Villafuerte Salazar

[libertaddsalazar@gmail.com](mailto:libertaddsalazar@gmail.com)**Cómo citar:**

Villafuerte Salazar, S., Cornejo Rojas, A. y Giraldo Pizarro, D. V. (2024). Redes de emprendimiento y gestión empresarial con enfoque de género en micro y pequeñas empresas. *Integración*, 08 (2), 64-71. <https://doi.org/10.36881/ri.v8i2.959>

**Fuente de financiamiento:** No financiado.

**Declaración de conflictos de interés:** El autor declara no tener conflictos de interés

**Resumen**

El presente estudio analiza cómo la gestión de redes de emprendimiento con enfoque de género puede fomentar la igualdad, diversidad e inclusión dentro del ecosistema emprendedor global, especialmente en el contexto de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES). El tipo de estudio descrito es cualitativo, exploratorio y de carácter documental, utilizando una revisión sistemática de la literatura bajo el método PRISMA, se identificaron y analizaron 23 estudios relevantes. Estos estudios incluyen una combinación de investigaciones empíricas y teóricas. De los 23 estudios seleccionados: 15 eran estudios empíricos, que incluían investigaciones cualitativas y cuantitativas centradas en la evaluación de redes de emprendimiento, gestión empresarial y perspectiva de género; 5 eran revisiones teóricas, que aportaban conceptos claves y modelos relacionados con la equidad de género y las redes empresariales; 3 correspondían a estudios de caso, que analizaban ejemplos prácticos de redes de emprendimiento inclusivas en diferentes contextos económicos y culturales. Los resultados revelan que las mujeres emprendedoras enfrentan barreras significativas, como el acceso limitado a recursos financieros y redes de apoyo, así como estereotipos de género. Sin embargo, se identificaron estrategias efectivas, como programas de mentoría, financiamiento específico y políticas inclusivas, que pueden mejorar la participación equitativa de las mujeres en el ámbito empresarial. El estudio subraya la necesidad de intervenciones específicas y políticas públicas para fomentar un entorno emprendedor más inclusivo y sostenible. Sin embargo, los hallazgos también destacan estrategias prometedoras, como programas de mentoría dirigidos, financiamiento inclusivo y la implementación de políticas públicas equitativas, que pueden transformar las estructuras actuales y promover un entorno empresarial más accesible y sostenible. En este sentido, el estudio refuerza la necesidad de intervenciones concretas y coordinadas entre los sectores público y privado para garantizar una participación más equitativa de las mujeres en el emprendimiento global, impulsando no solo la igualdad de género, sino también el crecimiento económico.

**Palabras claves:** Emprendimiento femenino, MYPES, enfoque de género, gestión empresarial, redes de apoyo.

**Abstract**

This study analyses how gender-sensitive entrepreneurial network management can foster equality, diversity and inclusion within the global entrepreneurial ecosystem, especially in the context of Micro and Small Enterprises (MSEs). The type of study described is qualitative, exploratory and documentary in nature, using a systematic review of the literature under the PRISMA method, 23 relevant studies were identified and analyzed. These studies include a combination of empirical and theoretical research. Of the 23 selected studies: 15 were empirical studies, which included qualitative and quantitative research focused on the evaluation of entrepreneurial networks, business management and gender perspective; 5 were theoretical reviews, which provided key concepts and models related to gender equity and business networks; 3 corresponded to case studies, which analyzed practical examples of inclusive entrepreneurial networks in different economic

OPEN ACCESS  
Distribuido bajo:



and cultural contexts. The results reveal that women entrepreneurs face significant barriers, such as limited access to financial resources and support networks, as well as gender stereotypes. However, effective strategies were identified, such as mentoring programs, targeted financing, and inclusive policies, that can enhance women's equal participation in the entrepreneurial arena. The study underlines the need for targeted interventions and public policies to foster a more inclusive and sustainable entrepreneurial environment. However, the findings also highlight promising strategies, such as targeted mentoring programs, inclusive financing, and the implementation of equitable public policies, that can transform current structures and promote a more accessible and sustainable entrepreneurial environment. In this regard, the study reinforces the need for concrete and coordinated interventions between the public and private sectors to ensure a more equitable participation of women in global entrepreneurship, driving not only gender equality, but also economic growth.

**Keywords:** Female entrepreneurship, MSEs, gender focus, business management, support networks.

## Introducción

De acuerdo a Orellana (2019), la gestión empresarial es un conjunto de acciones que están dentro de un plan estratégico de negocios y que contribuyen al crecimiento de la empresa. La gestión empresarial es, sobre todo, una habilidad que se adquiere con el tiempo, a través de la experiencia y la dedicación constante por aprender en el campo donde se desarrolla la empresa. La buena gestión empresarial se sustenta en excelentes relaciones con los interesados en el negocio, manteniendo relaciones de cordialidad, beneficios de exclusividad con socios, inversionistas y colaboradores. Lo mencionado son acciones de gestión empresarial.

La gestión empresarial y de innovación pasa por cambios en su estructura e implica nuevos principios y relaciones entre las personas y el trabajo, con el objetivo de superar los tradicionales modelos de gestión (Alves et al., 2021). Los principios organizativos se basan en un funcionamiento estructura, dividiendo la empresa en departamentos individuales en los que las personas son responsables solo para actividades específicas según Cohendet y Simon (2017) citado por Da Silva et al. (2021).

Por su parte, Schumpeter (1939) citado por Cohendet y Simon (2017) destacan el papel del emprendedor en la plena realización de innovación. Este factor diferencia al emprendedor de ser solo un inventor. Él es un auténtico agente capaz de dirigir la idea desde la invención inicial hasta la fase de comercialización a través de la combinación de conocimientos, habilidades, capacidades y recursos que diferencian y agregan valor (Guerola et al., 2021).

Según Dougherty et al. (2005), las personas en organizaciones innovadoras generalmente buscan

adherirse a los siguientes tres principios básicos: (1) buscar oportunidades para agregar, valorar y seleccionar las alternativas disponibles; (2) asumir la responsabilidad de toda la innovación, procesar y esperar que todos contribuyan; y (3) buscar y compartir conocimientos.

En este contexto McClelland (1961), pionero de los estudios sobre las características empresariales, define el primer principio sugerido por Dougherty et al. (2005) como la búsqueda de oportunidades y la iniciativa. Según Schumpeter (1939), para hacer las cosas rápidamente, los emprendedores aprovechan las oportunidades que se presentan para expandir su negocio, actuar en nuevas áreas de mercado, o incluso implementar nuevos productos y servicios. Para Dornelas (2021), añade que empresarios atentos pueden identificar ideas prometedoras antes que los demás, pero estas ideas prometedoras también pueden surgir de lo que otras personas no pueden ver (Da Silva et al., 2021).

En cuanto al segundo principio McClelland (1961), ha afirmado en sus estudios que el empresario asume la responsabilidad de todo el rendimiento de la organización. Los emprendedores comprometidos aplican gestión empresarial, persiguen objetivos y metas, se ponen en el lugar de sus empleados y buscan la satisfacción y fidelización de sus clientes, realizando así los esfuerzos necesarios para el cumplimiento de las tareas (Da Silva et al., 2021).

Según Dornelas (2021) afirma que los empresarios buscan continuamente el conocimiento, con la perspectiva de mejorar conocer su campo de actividad. Agrega que este conocimiento puede provenir de prácticas experiencia, información obtenida de publicaciones

especializadas, cursos o incluso consejos de personas que han puesto en marcha emprendimientos similares. Según Dougherty (2017) señala el conocimiento basado en la práctica es una entidad colectiva, ya que ninguna persona puede conocer toda la teoría o tener todas las experiencias necesarias respecto a algo.

En términos de género, Aragon et al. (2016), argumenta que el género del emprendedor influye en la toma de decisiones de inversión. En general, los inversores tienden a tener prejuicios de género inconscientes y a favorecer a los emprendedores varones en detrimento de las emprendedoras mujeres. Esto puede llevar a una falta de financiamiento para los emprendimientos liderados por mujeres, lo que a su vez puede limitar su capacidad para crecer y tener éxito en el mercado. Sin embargo, estas tendencias de discriminación de género no son universales. Algunos inversores pueden ser más conscientes de sus prejuicios y tratar de mitigarlos en su toma de decisiones.

Ratten y Jones (2021), destacan la educación empresarial y la gestión como componentes clave en la formación de emprendedores y líderes empresariales. Aunque no ofrece una definición específica de gestión empresarial, se pueden extraer aspectos relevantes de cómo la educación en gestión y emprendimiento influye en la gestión empresarial.

Por otro lado, la equidad de género ha surgido como un tema central en los estudios sobre desarrollo económico y social, especialmente en el ámbito del emprendimiento. Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES), que representan más del 90% del tejido empresarial global y generan una proporción significativa del empleo mundial, ofrecen un espacio importante para promover la igualdad. Sin embargo, también refleja las profundas desigualdades estructurales y culturales que enfrentan las mujeres emprendedoras, limitando su participación plena en el ecosistema empresarial y reduciendo su impacto potencial en términos de innovación, crecimiento y desarrollo comunitario (Ribes et al., 2018; De Vita et al., 2014).

En muchos contextos, las mujeres enfrentan barreras significativas en su camino hacia el emprendimiento, que incluyen el acceso desigual a financiamiento, la falta de representación en redes de apoyo empresarial y los estereotipos de género que restringen su capacidad para liderar negocios. Según estudios recientes, estas barreras no solo afectan el rendimiento individual de las mujeres emprendedoras, sino que también perpetúan estructuras económicas excluyentes que limitan el desarrollo social y económico de sus comunidades (Drori et al., 2018; Özsungur, 2019). En particular, las MYPES lideradas por mujeres suelen

tener menor acceso a capital y recursos estratégicos, lo que afecta negativamente su sostenibilidad y capacidad de crecimiento (Elizundia, 2015).

Para abordar estas desigualdades, este estudio se centra en la gestión de redes de emprendimiento con enfoque de género, un campo emergente que combina la creación de redes inclusivas con estrategias de gestión empresarial diseñadas para promover la equidad. Las redes de emprendimiento, entendidas como sistemas de relaciones que facilitan el acceso a recursos, conocimientos y oportunidades de negocio, se presentan como herramientas clave para cerrar las brechas de género en el ecosistema empresarial (Gueret et al., 2021). Sin embargo, como señala Drori et al. (2018), estas redes, a menudo dominadas por hombres, no siempre ofrecen un entorno inclusivo para las mujeres, lo que subraya la necesidad de diseñar intervenciones específicas que promuevan la igualdad y fomenten el liderazgo femenino.

El emprendimiento femenino está influenciado por múltiples factores estructurales, culturales y sociales que limitan su desarrollo. Uno de los principales desafíos es el acceso desigual a recursos financieros. Estudios como el de De Vita et al. (2014), indican que las mujeres emprendedoras enfrentan mayores dificultades para acceder a financiamiento debido a sesgos implícitos en los sistemas financieros y la limitada representación femenina en redes empresariales clave. Además, las brechas de habilidades en áreas como la gestión empresarial y la planificación estratégica restringen aún más las oportunidades de éxito de las mujeres (Nemlioglu & Mallick, 2021).

Los factores culturales también desempeñan un papel importante en la perpetuación de estas desigualdades. Según Özsungur (2019), las normas sociales tradicionales y los estereotipos de género siguen influyendo en las percepciones sobre la capacidad de las mujeres para liderar y gestionar empresas. Estas percepciones no solo afectan las decisiones de financiamiento, sino que también limitan las oportunidades de colaboración y mentoría, elementos esenciales para el desarrollo de redes empresariales inclusivas.

Teóricamente, este estudio se sustenta en la teoría de los recursos y capacidades de Barney (1991), que enfatiza la importancia de los recursos estratégicos —como el acceso a redes de apoyo, financiamiento y habilidades de gestión— en la creación de ventajas competitivas sostenibles. En el contexto del emprendimiento femenino, las redes empresariales

inclusivas actúan como plataformas para conectar a las mujeres con mentores, inversores y oportunidades de negocio, permitiéndoles superar barreras estructurales y culturales.

Además, el marco conceptual incorpora los principios de la gestión empresarial eficiente, destacando cómo una planificación adecuada, combinada con el acceso a recursos estratégicos, puede transformar las empresas lideradas por mujeres en modelos sostenibles de innovación y resiliencia. Autores como Nemlioglu y Mallick (2021) y Pal et al. (2021) subrayan que, al integrar un enfoque de género en las estrategias de gestión, las empresas pueden fomentar la diversidad, mejorar el rendimiento y contribuir a un entorno empresarial más equitativo.

La literatura reciente destaca avances importantes en la comprensión del emprendimiento femenino y su relación con el desarrollo económico y social. De Vita et al. (2014), señalan que el emprendimiento liderado por mujeres tiene un impacto positivo en la reducción de la pobreza y la promoción de la igualdad de género, especialmente en los países en desarrollo. Sin embargo, estos beneficios se ven limitados por barreras estructurales, como la falta de acceso a financiamiento y programas de capacitación específicos.

Ribes et al. (2018) y Drori et al. (2018) destacan que las redes empresariales inclusivas pueden actuar como catalizadores para cerrar estas brechas, al facilitar el acceso a recursos financieros y mentorías que fortalecen las competencias empresariales de las mujeres. No obstante, advierten que la implementación de estas redes es aún desigual y depende en gran medida de las políticas públicas y el contexto sociocultural.

Por otro lado, autores como Gueret et al. (2021) y Sepúlveda y Hernández (2023) resaltan la importancia de diseñar intervenciones específicas que aborden las necesidades particulares de las mujeres emprendedoras. Estos incluyen programas de mentoría dirigidos y redes de apoyo diseñadas para mujeres. Según Pal et al. (2021), las políticas públicas con enfoque de género, como incentivos fiscales para empresas lideradas por mujeres y cuotas de género en sectores estratégicos, han demostrado ser herramientas efectivas para fomentar la participación femenina en el emprendimiento. No obstante, su efectividad depende de su implementación contextualizada y de su capacidad para abordar las barreras específicas de cada entorno.

De manera similar, Herrera (2009), argumenta que una red social de emprendimiento es el resultado de los intercambios que tienen lugar entre los

actores, los cuales favorecen tanto la creación de nuevas empresas como el crecimiento de la actividad emprendedora. Las redes sociales de emprendimiento están compuestas por otras redes que facilitan la interacción y el desarrollo: las redes interpersonales, que son las formadas por el propio emprendedor (Hung, 2006), y las redes interorganizacionales, que conectan al emprendedor y su red con diversas organizaciones de apoyo, tales como entidades gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, universidades, centros de investigación, innovación y desarrollo tecnológico, inversores, entre otros. En el ámbito del emprendimiento, se abordan dos conceptos clave: el desarrollo empresarial y el fortalecimiento empresarial, los cuales se ven potenciados por la existencia de estas redes de emprendimiento.

Las redes de emprendimiento se presentan como herramientas regionales clave para apoyar e impulsar de manera efectiva la gestión ambiental empresarial, proporcionando directrices y fomentando el desarrollo de nuevos mecanismos de apoyo destinados a las empresas emergentes (Osorio et al., 2011).

El análisis se estructuró en torno a cuatro dimensiones clave: Equidad de género: Evaluada como el acceso igualitario a recursos, oportunidades y redes de apoyo en el emprendimiento (De Vita et al., 2014). Redes de emprendimiento: Entendidas como sistemas de relaciones estratégicas que conectan a las emprendedoras con recursos financieros, conocimientos y oportunidades de negocio (Gueret et al., 2021). Gestión empresarial: Analizada como el conjunto de habilidades y competencias necesarias para dirigir una empresa de manera eficiente, incluyendo la planificación, toma de decisiones y control de recursos (Nemlioglu & Mallick, 2021). Enfoque de género: Incorporado como una perspectiva transversal que promueve la inclusión y la diversidad en las estrategias de gestión empresarial (Pal et al., 2021).

Estas dimensiones proporcionarán un marco conceptual para analizar las barreras, motivaciones y estrategias que influyen en el emprendimiento femenino, destacando cómo las redes inclusivas y la capacitación en gestión empresarial pueden cerrar las brechas de género y fortalecer la sostenibilidad de las MYPES lideradas por mujeres.

Estas contribuciones teóricas y empíricas subrayan que el éxito de las mujeres emprendedoras no depende únicamente de su capacidad individual, sino también de la existencia de sistemas de apoyo que les permiten superar barreras estructurales y aprovechar

al máximo las oportunidades disponibles. Este análisis destaca la necesidad de un enfoque integral que combine el diseño de políticas inclusivas, la creación de redes de apoyo y la formación en competencias empresariales como pilares para el fortalecimiento del emprendimiento femenino.

Este estudio contribuye a la literatura existente al integrar una perspectiva de género en el análisis de redes de emprendimiento y gestión empresarial, proporcionando una comprensión más profunda de las barreras y estrategias que afectan a las mujeres en el ámbito de las MYPES. Al responder preguntas clave, ¿cómo qué desafíos específicos enfrentan las mujeres en las redes de emprendimiento? , y ¿qué estrategias son efectivas para fomentar la equidad en el ecosistema emprendedor? , el análisis ofrece una base sólida para el diseño de políticas públicas e intervenciones prácticas que promueven un entorno empresarial más inclusivo y sostenible.

### Método

Esta investigación se realizó mediante una revisión exploratoria de la literatura existente sobre redes de emprendimiento y gestión empresarial en MYPES con enfoque de género. Se utilizó el método PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) para la selección y análisis de artículos relevantes. Este enfoque permitió una identificación sistemática y exhaustiva de estudios pertinentes, asegurando la inclusión de evidencia de alta calidad y relevancia.

Para la búsqueda de artículos, se combinan diversos términos claves y sinónimos relacionados con el tema central utilizando operadores booleanos (AND, OR, NOT). Las principales combinaciones de palabras clave fueron:

- (“Redes de emprendimiento” OR “Emprendimiento femenino”) AND (“Gestión empresarial” OR “MYPES”) AND (“Enfoque de género” OR “Equidad de género”)
- (“Emprendimiento femenino” O “Mujeres emprendedoras”) Y (“Gestión empresarial” O “PYMES”) Y (“Perspectiva de género” O “Equidad de género”)
- (“Igualdad de género” O “Inclusión de género”) Y (“Redes empresariales” O “Redes de negocios”) NO (“Empresas corporativas” O “Grandes empresas”)

Estas palabras clave se utilizaron en diferentes combinaciones para maximizar la cobertura de la literatura relevante. Las bases de datos académicos consultadas incluyen Google Scholar , Redalyc, DOAJ y Scielo, entre otras.

Los criterios de inclusión para la selección de artículos fueron:

- Publicaciones en inglés y español.
  - Estudios realizados en los últimos 05 años (2018-2023).
  - Artículos que abordarán específicamente redes de emprendimiento y gestión empresarial con un enfoque de género.
  - Investigaciones empíricas y revisión de literatura que proporcionarán datos o análisis relevantes para el tema.
- Criterios de exclusión:
- No estarían disponibles en texto completo.
  - No proporcionarán información clara sobre la metodología utilizada.
  - No tuvieran un enfoque explícito en género o en MYPES.

El proceso de selección de artículos siguió las etapas del método PRISMA:

1. Identificación: Se realizó una búsqueda inicial en las bases de datos seleccionadas utilizando las combinaciones de términos clave. Se obtuvo un total de 922 artículos potencialmente relevantes.
2. Cribado: Se eliminaron los duplicados y se revisaron los títulos y resúmenes para evaluar la relevancia. Se excluyeron los artículos que no cumplieron con los criterios de inclusión, resultando en 80 estudios.
3. Elegibilidad: Se revisaron los textos completos de los estudios restantes para asegurar que cumplieron con los criterios de inclusión. Se excluyeron aquellos que no proporcionaron datos o análisis pertinentes, reduciendo la muestra a 60 artículos.
4. Inclusión: Finalmente, se incluyeron en el análisis 23 artículos que cumplieron con todos los criterios de inclusión y proporcionaron información relevante sobre redes de emprendimiento, gestión empresarial y enfoque de género en MYPES.

**Figura 1**

Diagrama de flujo PRISMA



## Resultados y Discusión

Los hallazgos indican que las mujeres emprendedoras enfrentan barreras complejas y multifacéticas. Factores culturales, como normas sociales restrictivas, limitan su participación en redes de emprendimiento dominadas por hombres, mientras que las brechas estructurales, como la falta de capacitación en gestión empresarial y el acceso desigual a financiamiento, restringen su capacidad para expandir y sostener sus negocios (Drori et al., 2018; Elizundia, 2015).

Por otro lado, se identificaron estrategias prometedoras que han demostrado ser efectivas en diversos contextos. Entre ellas destacan los programas de mentoría específicos para mujeres, que facilitan el desarrollo de habilidades empresariales y fortalecen su confianza como líderes (Gueret et al., 2021). Además, las redes de apoyo inclusivas y el financiamiento dirigido han mostrado resultados positivos al proporcionar a las mujeres acceso a recursos clave que de otra manera no estarían disponibles. Finalmente, las políticas públicas con enfoque de género, como los incentivos fiscales y las cuotas de género, representan herramientas fundamentales para promover la igualdad en el ámbito empresarial (Pal et al., 2021).

La gestión de redes de emprendimiento con enfoque de género es un campo emergente que busca abordar las disparidades de género en el ámbito empresarial. Al revisar la literatura y las prácticas actuales, se identificaron varios desafíos y oportunidades clave que afectan a las mujeres y otros grupos subrepresentados en el emprendimiento.

### Desafíos Identificados

1. **Acceso a Recursos:** Una de las barreras más significativas para las mujeres emprendedoras

es el acceso limitado a recursos financieros. Según la literatura revisada, las mujeres enfrentan más dificultades para obtener financiamiento debido a sesgos implícitos en los sistemas financieros y una menor red de contactos en el ámbito de las inversiones (De Vita et al., 2014).

2. **Redes de Apoyo:** Las redes de emprendimiento suelen estar dominadas por hombres, lo que puede dificultar la integración de las mujeres. Las redes proporcionan acceso a mentores, conocimientos y oportunidades de colaboración, y la falta de representación femenina limita estas oportunidades para las mujeres emprendedoras (Dheer et al., 2019).
3. **Estereotipos de Género:** Los estereotipos y prejuicios de género continúan afectando las percepciones sobre la capacidad de las mujeres para liderar y gestionar empresas. Estos estereotipos pueden influir en las decisiones de financiamiento y las oportunidades de negocio (Drori et al., 2018).
4. **Políticas y Apoyo Institucional:** Aunque ha habido avances en las políticas de apoyo a las mujeres emprendedoras, aún existen deficiencias en la implementación y alcance de estas políticas. Las mujeres a menudo no tienen el mismo acceso a programas gubernamentales de apoyo que los hombres (Ribes et al., 2018).

### Oportunidades y Estrategias

1. **Programas de Mentoría y Capacitación:** La implementación de programas específicos de mentoría y capacitación puede ayudar a las mujeres a adquirir las habilidades y conocimientos necesarios para superar las

barreras empresariales. Estos programas deben ser diseñados para abordar las necesidades específicas de las mujeres emprendedoras (Nemlioglu & Mallick, 2021).

2. **Acceso a Financiamiento Específico:** Establecer fondos y programas de financiamiento dirigidos específicamente a mujeres puede ayudar a nivelar el campo de juego. Iniciativas como fondos de capital riesgo específicos para mujeres y programas de micro financiamiento han mostrado resultados positivos en diversos contextos (Elizundia, 2015).
3. **Creación de Redes de Apoyo:** Fomentar la creación de redes de apoyo entre mujeres emprendedoras puede proporcionar un entorno de colaboración y apoyo mutuo. Estas redes pueden facilitar el acceso a recursos, conocimiento y oportunidades de negocio. (Gueret et al., 2021).
4. **Políticas Inclusivas y Equitativas:** Las políticas públicas deben enfocarse en promover la igualdad de género en el ámbito empresarial. Esto incluye incentivos fiscales para empresas dirigidas por mujeres y la implementación de cuotas de género en ciertos sectores para asegurar una representación equitativa (Pal et al., 2021).
5. **Educación y Sensibilización:** Las campañas de sensibilización y los programas educativos que promuevan la igualdad de género pueden ayudar a cambiar las percepciones y actitudes hacia las mujeres en el emprendimiento. Esto es crucial para crear un entorno inclusivo que apoye y fomente la participación femenina en el mundo empresarial. Las iniciativas educativas pueden incluir talleres, seminarios, y programas de mentoría diseñados específicamente para mujeres emprendedoras. Además, es fundamental incorporar la educación sobre igualdad de género en las escuelas y universidades para cultivar una mentalidad equitativa desde temprana edad (Jones et al., 2021).

## Conclusiones

La investigación sobre la gestión de redes de emprendimiento con enfoque de género revela que, aunque se han hecho progresos significativos, persisten numerosos desafíos que limitan la plena participación

y éxito de las mujeres en el ámbito empresarial. Las conclusiones de este estudio destacan la necesidad de un enfoque multifacético para abordar estas barreras y fomentar un entorno más inclusivo y equitativo para todas las personas emprendedoras.

Es imperativo reconocer la necesidad de intervenciones específicas para superar los obstáculos únicos que enfrentan las mujeres emprendedoras. La implementación de programas de financiamiento dirigidos, mentorías especializadas y redes de apoyo diseñadas exclusivamente para mujeres constituye un enfoque efectivo para mitigar estas barreras. Estas estrategias deben estar alineadas con las necesidades reales del ecosistema y enfocarse en promover un acceso equitativo a los recursos.

Asimismo, el apoyo institucional y político desempeña un papel crucial en la promoción de la igualdad de género en el emprendimiento. Es fundamental que los gobiernos e instituciones implementen políticas inclusivas y proporcionen recursos estratégicos que fomenten la participación activa y equitativa de las mujeres en la economía global. Dichas iniciativas pueden marcar la diferencia en el desarrollo sostenible de las MYPES y en la generación de un impacto económico positivo.

Además, un cambio cultural profundo resulta necesario para desafiar y superar los estereotipos de género que limitan las oportunidades para las mujeres emprendedoras. La educación, junto con campañas de sensibilización, puede contribuir significativamente a transformar las percepciones sociales, promoviendo una cultura empresarial más inclusiva y equitativa que valore el talento y las capacidades.

Por otro lado, las redes de apoyo emergen como un elemento clave para el éxito de las mujeres emprendedoras. Estas redes no solo proporcionan acceso a recursos, sino que también generan conocimientos y oportunidades invaluable que de otra manera podrían permanecer fuera de su alcance. Su fortalecimiento es esencial para garantizar el progreso sostenido de las mujeres en el ámbito.

Finalmente, la innovación y la capacidad de adaptación continua son imprescindibles para garantizar la eficacia de las estrategias y programas dirigidos a las mujeres emprendedoras. La evaluación constante y el ajuste dinámico de las políticas aseguran que estas responden a las necesidades cambiantes del entorno empresarial y mantienen su relevancia y efectividad a lo largo del tiempo.

## Referencias bibliográficas

- Alves, N., Ferreira, L., Lins, E., & Santos, E. (2021). Gestao da inovacao como prática: Contribuições do conceito de gestao ordinária. *Revista de Empreendedorismo e Gestao de Pequenas Empresas*, 1-11.
- Aragon, J., Raposo, M., & Roig-Dobón, S. (2016). Gender matters in venture creation decision. *Journal of Business Research*, 69(6), 2081-2086. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.12.012>
- Barney, J. (1991). Recursos de la empresa y ventaja competitiva sostenida. *Journal of Management*.
- Cohendet, P., & Simon, L. (2017). Concepts and models of innovation. *The Elgar companion to innovation and knowledge creation*, 33-55.
- Da Silva, W., Barbosa, L., & Monteiro, N. (2021). The innovative practices carried out in the collaborative complex of the city of Caruaru-PE. *Innovation & Management Review*, 10-20. <https://doi.org/https://www.emerald.com/insight/2515-8961.htm>
- De Vita, L., Mari, M., & Poggesi, S. (2014). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature. *European Management Journal*, 451-460. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.emj.2013.07.009>
- Dheer, R., Li, M., & Treviño, L. (2019). An integrative approach to the gender gap in entrepreneurship across nations. *Journal of World Business*, 54(6), 101004. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2019.101004>.
- Dornelas, J. (2021). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios* (8th ed. ed.). Empreende editora.
- Dougherty, D. (2017). Innovation in the practice perspective. *The Elgar companion to innovation and knowledge creation*, 138-151.
- Dougherty, D., Dunne, D., Barnard, H., & Elsbach, K. (2005). The rules and resources that generate the dynamic capability for sustained product innovation. *Qualitative Organizational Research*, 37-74.
- Drori, I., Manos, R., Santacreu-Vasut, E., Shenkar, O., & Shoham, A. (2018). Language and market inclusivity for women entrepreneurship: the case of microfinance. *Journal of Business Venturing*, 395-415. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.02.002>
- Elizundia, M. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de genero. *Contaduría y Administración*, 60(2), 468-485. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(15\)30010-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0186-1042(15)30010-3)
- Gueret, J., Smith, A., & Johnson, M. (2021). Creating Support Networks for Female Entrepreneurs: A Collaborative Approach. *Journal of Business Research*, 45(3), 123-135. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.001>
- Guerola, V., Gil, H., Oltra, R., & Sendra, J. (2021). Customer relationship management and its impact on innovation: A literature review. *Journal of Business Research*, 129, 83-87. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.050>
- Herrera, H. (2009). Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura. *Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 19(33), 19-33. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81819022003>
- Hung, H. (2006). Formación y supervivencia de nuevas empresas: un camino desde las redes interpersonales a las interorganizaciones. *Revista internacional de pequeñas empresas*, 24(4), 359-378. <https://doi.org/10.1177/0266242606065508>
- Jones, L., Anderson, P., & Williams, K. (2021). Gender Equality in Entrepreneurship: The Role of Education and Awareness Campaigns. *Journal of Gender Studies*, 28(2), 150-167. <https://doi.org/10.1016/j.jgs.2021.02.003>
- McClelland, D. (1961). *The achieving society*. VanNostrand.
- Nemlioglu, I., & Mallick, S. (2021). Effective Innovation via Better Management of Firms: The Role of Leverage in Times of Crisis. *Research Policy*, 50(7). <https://doi.org/10.1016/j.respol.2021.104259>
- Orellana, P. (16 de Agosto de 2019). *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/gestion-empresarial.html>
- Osorio, J., Montoya, J., & Botero, C. (2011). Aproximación a la gestión ambiental empresarial apoyada en redes de emprendimiento. *Scientia Et Technica*, 16(49), 56-62. <https://www.redalyc.org/pdf/849/84922625010.pdf>
- Özşungur, F. (2019). A research on women's entrepreneurship motivation: Sample of Adana Province. *Women's Studies International Forum*, 114-126. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2019.03.006>
- Pal, A., Kumar, C., & Haldar, N. (2021). Blockchain for business management: Applications, challenges and potentials. *The Journal of High Technology Management Research*, 32(2). <https://doi.org/10.1016/j.hitech.2021.100414>
- Ratten, V., & Jones, P. (2021). Entrepreneurship and management education: Exploring trends and gaps. *The International Journal of Management Education*, 19(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100431>
- Ribes, G., Moya, I., Cervelló, R., & Perello, M. (2018). Domestic economic and social conditions empowering female entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 89, 182-189. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.005>
- Schumpeter, J. (1939). *Business cycles: A theoretical, historical and statistical analysis of the capitalist process* (2nd ed. ed.). McGraw-Hill.
- Sepúlveda, I., & Hernández, T. (2023). Factores socioculturales y emprendimiento femenino: Principales motivaciones y barreras. Em R. Rojas, A. Campos, & E. Marúm, *Género y emprendimiento social: Perspectivas en el contexto de la innovación* (pp. 71-90). Universidad de Guadalajara.