Scientia et PRAXIS

Vol.06. No.12. Jul-Dic (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

Capital Social en el Emprendimiento Colectivo de Mujeres Indígenas Rurales: Implicaciones para el Desarrollo Sostenible

Social Capital in Rural Indigenous Women's Collective Entrepreneurship: Implications for Sustainable Development

Ana Laura Bojórquez-Carrillo. ORCID 0000-0003-0830-2508
Universidad Autónoma de Yucatán, Mérida, Yucatán, México
Facultad de Contaduría y Administración
email: anabc@correo.uady.mx

Anel Flores-Novelo. ORCID 0000-0003-2567-8769
Universidad Autónoma de Yucatán, Mérida, Yucatán, México
Facultad de Contaduría y Administración
email: anel.flores@correo.uady.mx

Monserrat Vargas-Jiménez. ORCID 0000-0002-4303-6631
Universidad Autónoma de Yucatán, Mérida, Yucatán, México
Facultad de Contaduría y Administración
email: monserrat.vargas@correo.uady.mx

Palabras Clave: capital social, emprendimiento femenino, mujeres indígenas

Keywords: Social capital, Women's entrepreneurship, Indigenous women

Recibido: 3-Agosto-2026; Aceptado: 31-Octubre-2026

RESUMEN

Contexto. Las mujeres indígenas mayas de comunidades rurales del sur de Yucatán, México, desarrollan emprendimientos colectivos en condiciones sociales, familiares y territoriales que limitan su sostenibilidad.

Problema. Las relaciones sociales facilitan el acceso a recursos, pero su aprovechamiento depende del contexto. La pregunta de investigación es: ¿Cómo interactúan las dimensiones del capital social para favorecer la continuidad de emprendimientos colectivos de mujeres indígenas mayas rurales?

Propósito. Analizar las dimensiones del capital social, desde la perspectiva de género, en tres grupos de emprendimiento colectivo de mujeres indígenas mayas rurales.

Metodología. Se realizó un estudio cualitativo, interpretativo y de casos múltiples. Entre noviembre de 2025 y marzo de 2026 se entrevistó a trece participantes. Los datos se analizaron con ATLAS.ti mediante triangulación, comparación entre casos, reflexividad y trazabilidad analítica.

Hallazgos Teóricos y Prácticos. Se identificaron cuatro dimensiones del capital social: estructural, relacional, cognitiva y contextual. Las redes facilitaron el acceso a mercados y recursos; la confianza, cooperación y conocimientos compartidos favorecieron la continuidad. La dimensión contextual mostró cómo el género, la familia y las condiciones territoriales limitan el aprovechamiento de recursos. En un grupo, el paso de la venta directa a un contrato renovable puede interpretarse como innovación de procesos de negocio en la comercialización, conforme al Manual de Oslo.

Originalidad. La integración de perspectivas ofrece una comprensión multidisciplinaria y contextualizada del emprendimiento colectivo de mujeres indígenas rurales. Los hallazgos se relacionan con los ODS 5, 8 y 10 por su atención a la participación económica femenina, la continuidad de los emprendimientos y las desigualdades de acceso a oportunidades.

Conclusiones y limitaciones. El capital social favorece las capacidades colectivas y la continuidad de los emprendimientos, aunque no elimina las desigualdades estructurales. Futuros estudios pueden contrastar el modelo en otros territorios y analizar longitudinalmente su relación con las capacidades colectivas y la innovación.

Vol.06. No.12. Jul-Dec (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

ABSTRACT

Context. Indigenous Maya women in rural communities in southern Yucatán, Mexico, develop collective enterprises under social, family, and territorial conditions that constrain their sustainability.

Problem. Social relationships facilitate access to resources, but their utilization depends on context. The research question is: How do the dimensions of social capital interact to support the continuity of collective enterprises led by rural Indigenous Maya women?

Purpose. To analyze the dimensions of social capital from a gender perspective in three collective enterprise groups composed of rural Indigenous Maya women.

Methodology. A qualitative, interpretive, multiple-case study was conducted. Between November 2025 and March 2026, thirteen participants were interviewed. Data were analyzed using ATLAS.ti through triangulation, cross-case comparison, reflexivity, and analytical traceability.

Theoretical and Practical Findings. Four dimensions of social capital were identified: structural, relational, cognitive, and contextual. Networks facilitated access to markets and resources, while trust, cooperation, and shared knowledge supported continuity. The contextual dimension revealed how gender, family dynamics, and territorial conditions constrain the use of resources. In one group, the shift from direct sales to a renewable contract can be interpreted as a business process innovation in marketing, in accordance with the Oslo Manual.

Originality. Integrating multiple perspectives provides a multidisciplinary and context-sensitive understanding of collective entrepreneurship among rural Indigenous women. The findings relate to SDGs 5, 8, and 10 by addressing women's economic participation, enterprise continuity, and inequalities in access to opportunities.

Conclusions and limitations. Social capital strengthens collective capacities and enterprise continuity, although it does not eliminate structural inequalities. Future studies could test the model in other territories and longitudinally examine its relationship with collective capacities and innovation.

Vol.06. No.12. Jul-Dic (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

1. INTRODUCCIÓN

El capital social constituye un recurso derivado de las relaciones sociales que, mediante redes, confianza y normas de reciprocidad, facilita la acción colectiva, la circulación de información y la movilización de recursos (Darmenova y Koo, 2021). En el emprendimiento, estas relaciones permiten ampliar el acceso a conocimientos, apoyos y oportunidades no siempre disponibles de manera individual. En el caso de las mujeres, suelen existir mayores dificultades para formar redes empresariales y acceder a recursos, lo que puede limitar su capacidad para identificar y aprovechar oportunidades (Chen et al., 2022).

Estas limitaciones no sólo están relacionadas con el género, sino también con las condiciones del hogar y el entorno. Proaño Sánchez y Bojica (2024) señalan que la estructura familiar puede influir en las posibilidades de las mujeres para establecer relaciones fuera de su entorno inmediato y movilizar recursos, especialmente en contextos de pobreza. En ese sentido la familia puede tener un papel ambivalente en el emprendimiento. Por una parte, las responsabilidades de cuidado pueden reducir el tiempo y los recursos disponibles para el emprendimiento; por otra, el apoyo de la pareja y otros integrantes de la familia pueden aportar financiamiento, trabajo y respaldo emocional. No obstante, este apoyo depende de las condiciones familiares y de la distribución de responsabilidades (Boonyaphen et al., 2026; Demir et al., 2021).

En la ruralidad, estas restricciones pueden ser mayores debido a condiciones económicas, sociales, culturales y una menor capacidad institucional para responder a las necesidades de estos emprendimientos. Asimismo, las desigualdades de género, las normas sociales, las responsabilidades familiares y las dificultades para acceder a mercados, financiamiento y otros recursos pueden presentarse al mismo tiempo y limitar la continuidad de los emprendimientos liderados por mujeres (Aguilar-Rosado y Campos-Sánchez, 2024; Parga-Montoya y Cuevas-Vargas, 2020; Welsh et al., 2018). A esto se suman barreras individuales —como el miedo al fracaso o la falta de confianza— que pueden verse reforzadas por restricciones económicas y familiares (Sica, 2026), por lo que el emprendimiento femenino requiere analizarse considerando no sólo los atributos individuales, sino también las relaciones familiares, sociales y comunitarias, así como las condiciones en las que éstas se desarrollan.

Aunado a lo anterior, las experiencias y roles socialmente asociados con las mujeres pueden favorecer el desarrollo de recursos relacionales vinculados con la comunicación, la empatía, la cooperación y la resolución de problemas. Especialmente en contextos rurales, la confianza, la

Vol.06. No.12. Jul-Dec (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

reciprocidad y la cooperación contribuyen a enfrentar restricciones, fortalecer iniciativas productivas y generar beneficios colectivos (Fernández-Guadaño et al., 2026; Osei y Zhuang, 2020; Yetim, 2008).

En conjunto, el capital social puede ser un recurso valioso para las mujeres que emprenden en contextos rurales, indígenas y económicamente desfavorecidos. En estos espacios, las dificultades para acceder a recursos y las desigualdades de género se presentan al mismo tiempo que vínculos familiares, comunitarios y colectivos que pueden brindar apoyo. Sin embargo, contar con estos recursos no significa que siempre puedan aprovecharlos de la misma manera, ya que esto también depende de las condiciones familiares, sociales y territoriales en las que se desarrolla cada emprendimiento. Por ello, analizar el capital social requiere considerar en conjunto las redes, las relaciones, los elementos cognitivos y las condiciones propias del contexto.

A este respecto se hizo una revisión de la literatura sobre el capital social en procesos emprendedores y se identificó escasa evidencia que analice de manera conjunta las dimensiones estructural, relacional y cognitiva, las condiciones contextuales con perspectiva de género. Esta integración resulta relevante para entender cómo las condiciones familiares, socioeconómicas, culturales y territoriales que enfrentan las mujeres pueden condicionar la manera en que se movilizan y aprovechan los recursos derivados de las relaciones sociales. Por ello, el propósito de esta investigación fue: Analizar las dimensiones del capital social, bajo la perspectiva de género, en tres grupos de emprendimiento colectivo integrados por mujeres indígenas mayas de comunidades rurales. Se planteó como pregunta de investigación: ¿Cómo interactúan las dimensiones del capital social para favorecer la continuidad de emprendimientos colectivos integrados por mujeres indígenas mayas de comunidades rurales?

La originalidad del estudio radica en integrar las dimensiones estructural, relacional y cognitiva del capital social con las condiciones contextuales y la perspectiva de género en el análisis de emprendimientos colectivos de mujeres indígenas rurales. Esta aproximación permite examinar cómo las capacidades colectivas y la movilización de recursos favorecen cambios en la organización, producción o comercialización de los emprendimientos. Desde el Manual de Oslo, estos cambios podrían considerarse innovaciones de procesos de negocio cuando difieren significativamente de las prácticas previas del grupo y han sido puestos en uso (OECD/Eurostat, 2018). Asimismo, los hallazgos se relacionan con los ODS 5, 8 y 10 al abordar la participación

Vol.06. No.12. Jul-Dic (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

económica de las mujeres indígenas, la continuidad de sus emprendimientos y las desigualdades que condicionan su acceso a oportunidades.

El presente trabajo inicia con la descripción del contexto de los emprendimientos colectivos de mujeres indígenas rurales, posteriormente se aborda el marco teórico el cual versa sobre las dimensiones del capital social y las condiciones que influyen en su aprovechamiento, enfatizando la dimensión contextual y proponiendo un modelo teórico. Posteriormente, se presenta la metodología utilizada para el estudio de los tres casos y los resultados obtenidos a partir de su análisis. En la discusión, los hallazgos se contrastan con la literatura y se analiza la interacción entre las dimensiones del capital social. Finalmente, se presentan las implicaciones teóricas y prácticas del estudio, sus limitaciones y las principales conclusiones.

2. DESCRIPCIÓN DEL CONTEXTO

El presente estudio se desarrolla en comunidades rurales del sur de Yucatán, México, territorio caracterizado por una importante presencia de población indígena maya y por la persistencia de condiciones de pobreza y marginación. La marginación constituye una medida que permite identificar las disparidades territoriales a partir de las carencias que experimenta la población en ámbitos como educación, vivienda e ingresos, entre otros (CONAPO, 2021). Con base en los indicadores de marginación de 2020, 40 de los 106 municipios de Yucatán fueron clasificados con grados alto o muy alto de marginación, la mayor parte ubicados en el sur del estado de Yucatán (SEGEY, 2022) que es la zona donde este estudio se desarrolló. Esta situación es relevante para la población indígena y rural, pues a escala nacional la evidencia muestra que la población indígena continúa presentando mayores rezagos sociales y económicos y que los niveles más elevados de pobreza tienden a concentrarse en municipios del sur y en regiones indígenas (CONEVAL, 2022).

Las mujeres indígenas que habitan en comunidades rurales enfrentan desigualdades que se configuran por la interacción de factores económicos, territoriales, étnicos y de género, los cuales pueden restringir su acceso a oportunidades laborales, educación, recursos productivos, financiamiento y mercados. En América Latina, las mujeres rurales tienen un papel importante en la producción, el sostenimiento de los hogares y las economías locales; sin embargo, aún existen brechas en el acceso a recursos productivos, crédito, ingresos y oportunidades económicas, sobre todo entre aquellas que pertenecen a pueblos indígenas (CEPAL y FILAC, 2020; ONU Mujeres y FILAC, 2021). Estas desigualdades también se observan en el mercado laboral, donde las mujeres

Vol.06. No.12. Jul-Dec (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

se encuentran sobrerrepresentadas en actividades informales, que suelen tener menores ingresos, inseguridad laboral y limitada protección social (ONU Mujeres, 2025).

En México, estas desventajas se manifiestan particularmente en la incidencia de la pobreza: la población indígena ha presentado históricamente mayores niveles de precariedad y rezago social y económico que otros grupos de población, mientras que en 2020 los municipios donde las mujeres registraron incidencias de pobreza de 80% o más se concentraron principalmente en el sur del país (CONEVAL, 2022). De manera más específica, el PNUD (2022) señala que el 83.5% de las mujeres hablantes de lengua indígena residentes en zonas rurales se encontraba en situación de pobreza y que cuatro de cada diez vivían en pobreza extrema, condiciones que pueden agravarse por las dificultades para acceder a servicios, mercados y recursos financieros.

A estas condiciones se suma la distribución desigual de las responsabilidades domésticas y de cuidado. La Encuesta Nacional sobre Uso del Tiempo evidencia la permanencia de roles de género asociados con diferencias en la participación de mujeres y hombres en el trabajo remunerado y no remunerado, y permite observar cómo las cargas de trabajo doméstico y de cuidados recaen de manera desproporcionada en las mujeres (INEGI, 2020). Esta desigualdad continúa teniendo una importante expresión económica: en 2023, el trabajo no remunerado en labores domésticas y de cuidados representó 26.3% del PIB nacional y las mujeres generaron el 71.5% de su valor económico (INEGI, 2024). En contextos rurales e indígenas, la combinación de responsabilidades familiares, pobreza y restricciones para acceder a mercados y servicios puede incrementar las dificultades para desarrollar actividades productivas (Flores-Novelo et al., 2024). Las redes de colaboración y organización entre mujeres pueden constituirse en mecanismos para fortalecer su participación económica, resiliencia financiera y capacidad productiva, como muestran iniciativas dirigidas a mujeres indígenas y rurales basadas en redes de apoyo, ahorro solidario, capacitación y proyectos productivos colectivos (PNUD, 2022).

En este contexto, los emprendimientos colectivos desarrollados por mujeres mayas adquieren una importancia que trasciende la generación de ingresos, ya que son espacios en los que se adquieren recursos, conocimientos y relaciones difíciles de obtener de manera individual. Las condiciones socioeconómicas y de género, así como las características propias de la ruralidad, pueden incrementar la relevancia de las redes familiares, comunitarias e institucionales para el desarrollo y permanencia de estos emprendimientos. Por tanto, el territorio no constituye únicamente el escenario donde se desarrolla la actividad emprendedora, sino una condición que

Vol.06. No.12. Jul-Dic (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

puede favorecer o restringir la formación, movilización y aprovechamiento del capital social. Esta realidad resulta especialmente pertinente para el estudio de grupos de mujeres indígenas mayas que desarrollan emprendimientos colectivos en comunidades rurales del sur de Yucatán, ya que permite analizar cómo la interacción entre género, estructura familiar, condiciones socioeconómicas y acceso a recursos configura la dimensión contextual del capital social.

3. REVISIÓN DE LA LITERATURA

El estudio del emprendimiento ha mostrado que emprender implica, además de disponer de conocimientos, recursos o determinadas capacidades, estar inserto en relaciones desde las cuales pueda obtenerse información, apoyo, oportunidades, legitimidad u otros recursos necesarios para iniciar y sostener una actividad económica (Zenozain Cordero et al., 2025). Desde esta perspectiva, parte de los recursos necesarios para emprender no son individuales; sino que se encuentran distribuidos entre familiares, miembros de la comunidad, otras personas empresarias, organizaciones e instituciones. Por tanto, su aprovechamiento depende de la posibilidad de acceder a esas relaciones y movilizarlas (Brogan y Dooley, 2024; Chen et al., 2022; Demir et al., 2021; Osei y Zhuang, 2020).

Esta idea se sustenta en la Teoría del Capital Social, que proporciona un marco conceptual para analizar las redes, las relaciones y los recursos que se generan a partir de ellas. El capital social se concibe como un recurso estratégico que favorece la innovación, y se sustenta en las redes de relaciones recíprocas, confianza e intercambio de conocimiento que ha contribuido a la sostenibilidad de las comunidades locales (Darmenova y Koo, 2021; Klarin y Suseno, 2023); siendo además, uno de los factores que permiten anticipar el éxito emprendedor (Fernandes y Ferreira, 2022). En este sentido, González-Heras (2022) identifica dos grandes aproximaciones, una individual que entiende al capital social como los recursos a los que una persona accede mediante sus redes, y otra comunitaria, que lo reconoce como una propiedad colectiva asociada con la cooperación y las relaciones que sostienen a un grupo.

Para el análisis del emprendimiento esta distinción permite superar una interpretación de las redes como simples conjuntos de contactos. Establecer relaciones no equivale necesariamente a disponer de capital social, ya que su valor depende de los recursos que circulan a través de ellas, de quiénes tienen acceso a estos y de las condiciones en las que pueden movilizarse.

Vol.06. No.12. Jul-Dec (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

Para una mejor comprensión de cómo estos recursos se generan, movilizan y aprovechan en el contexto de una iniciativa emprendedora, se hizo una revisión de la literatura sobre emprendimiento y capital social, con énfasis en estudios sobre mujeres en espacios rurales. Para organizar esta revisión, se tomó como referencia el modelo de Nahapiet y Ghoshal (1998), que distingue tres dimensiones del capital social: estructural, relacional y cognitiva. Esta clasificación ha sido referente para diversos estudios sobre capital social en diferentes contextos, incluido el emprendimiento (Pérez Fernández et al., 2024; Chen et al., 2022). A partir de estas dimensiones, la revisión de la literatura permitió analizar los principales recursos asociados con el capital social en el emprendimiento, considerando además la incorporación de elementos culturales y contextuales, con especial atención a la evidencia empírica desarrollada en contextos rurales.

1. **Dimensión estructural:** se refiere a la configuración de las redes y permite ver qué sujetos están conectados entre sí, de qué manera y a través de qué canales se establecen estas relaciones (Nahapiet y Ghoshal, 1998; Pérez Fernández et al., 2024). En este sentido la composición y diversidad de las redes, así como el tipo de recursos a los que les permiten acceder, constituyen elementos centrales de esta dimensión. Asimismo los vínculos cercanos y las conexiones internas cumplen funciones distintas y complementarias. Los primeros suelen sostener intercambios basados en proximidad y confianza, mientras que los segundos amplían el acceso a información y recursos que no se encuentran disponibles en el círculo inmediato. No obstante, su utilidad depende de su fortaleza y de la posición de los actores con quienes se establece la relación y de los recursos a los que permiten acceder (González-Heras, 2022). En el emprendimiento, las redes favorecen la exposición a información novedosa, mientras que los vínculos fuertes facilitan el acceso a recursos mediante la confianza y la reputación (Chen et al., 2022). Pérez Fernández et al. (2024) advierten precisamente que los vínculos fuertes pueden generar información redundante, mientras que otras configuraciones relacionales amplían la posibilidad de acceder a conocimientos diferentes. En mujeres emprendedoras el componente de género se manifiesta en una mayor dependencia de círculos familiares y dificultades para construir redes fuera de su contexto inmediato y ello restringe su acceso a información, financiamiento y contactos empresariales externos (Chen et al., 2022). Igualmente, Brogan y Dooley (2024) reportan que sus hallazgos en un estudio de mujeres artesanas revelaron que las redes comunitarias fortalecieron sus capacidades internas, pero las conexiones con actores externos permitieron alcanzar mercados, recursos y formación que difícilmente habrían

Vol.06. No.12. Jul-Dic (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

estado disponibles dentro del entorno inmediato. Así, más que la extensión de las redes importa también la capacidad de combinar relaciones que aporten recursos diferentes.

2. **Dimensión relacional:** comprende la naturaleza y calidad de los lazos individuales que las personas desarrollan a lo largo del tiempo (Nahapiet y Ghoshal, 1998). Incluye elementos como la confianza, la reciprocidad, las obligaciones y la identificación (Pérez Fernández et al., 2024). Entre las mujeres rurales, estos elementos representan recursos intangibles que facilitan el acceso a información sobre los mercados y favorecen el desempeño empresarial; además, están presentes en las relaciones familiares y comunitarias, así como en aquellas que se establecen con socios y otros actores económicos (Osei y Zhuang, 2020). Desde esta perspectiva, la estructura de la red determina las posibilidades de conexión, pero es la calidad de las relaciones la que influye en la capacidad de convertir esas conexiones en recursos que pueden ser utilizados. Asimismo, en el emprendimiento femenino y rural, la confianza y la reciprocidad facilitan el intercambio de información y el aprovechamiento de oportunidades, mientras que la cooperación y el apoyo social favorecen el funcionamiento de las iniciativas colectivas (Osei y Zhuang, 2020; Brogan y Dooley, 2024). Brogan y Dooley (2024) sitúan precisamente la cooperación, el apoyo social, el intercambio y la confianza entre los componentes recurrentes del capital social en mujeres artesanas. Esto es consistente con los hallazgos en contextos rurales, donde la confianza, las obligaciones y la reciprocidad fortalecen la capacidad de las mujeres para intercambiar información y aprovechar oportunidades (Osei y Zhuang, 2020). A diferencia de la dimensión estructural, que permite identificar cómo se configura la red y quien se relaciona con quién, la dimensión relacional permite comprender las características de esas relaciones y cómo influyen en el intercambio y aprovechamiento de recursos.

3. **Dimensión cognitiva:** Abarca los recursos que proporcionan sistemas de significados, interpretaciones, códigos y lenguajes compartidos entre los integrantes de una red (Nahapiet y Ghoshal, 1998). Estos referentes comunes facilitan la comunicación, el intercambio y la combinación de información y conocimiento, permitiendo que lo que circula en la red pueda ser interpretado e incorporado en las decisiones y prácticas emprendedoras (Pérez Fernández et al., 2024). En contextos comunitarios, esta dimensión puede estar vinculada con los valores, identidades y formas de organización compartidas. A este respecto, Zhang et al., (2021) muestran en su estudio sobre la conformación de capital social en turismo comunitario que las redes internas y externas se relacionan con la cohesión, la pertenencia y los valores colectivos, mientras que la

Vol.06. No.12. Jul-Dec (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

calidad de las relaciones favorece la colaboración y la participación de los miembros de la comunidad. Esto sugiere que el capital social no solo facilita la circulación de recursos materiales e información, sino que también puede sostener formas compartidas de comprender la actividad económica y sus propósitos.

La relación entre conocimiento, comunidad y actividad productiva adquiere especial importancia en emprendimientos vinculados con prácticas culturales, puesto que el capital social puede contribuir a resultados que van más allá del intercambio económico. A este respecto, Zhao et al. (2022) encontraron que, en personas dedicadas a la preservación y transmisión del patrimonio cultural inmaterial, el capital social se relaciona de forma indirecta con el logro de estatus a través de la capacidad emprendedora. En este mismo sentido, Padilla-Meléndez y Ciruela-Lorenzo (2018), muestran la importancia de la cultura y el capital social en el emprendimiento de mujeres indígenas quechuas. Por su parte, Shrestha et al. (2024), destacan el papel de las redes, las asociaciones y el aprendizaje en los emprendimientos turísticos de mujeres indígenas. Estos hallazgos permiten evidenciar que la dimensión cognitiva del capital social puede estar estrechamente vinculada con los conocimientos, valores y referentes culturales compartidos.

Estas tres dimensiones del capital social interactúan de manera simultánea, por lo que pueden resultar en diferentes formas de construir, movilizar y aprovechar el capital social. No obstante, las interacciones entre estas dimensiones no ocurren de manera aislada, ya que dependen del contexto en el que se desarrollan estas relaciones. En el caso de los emprendimientos femeninos en zonas rurales, estas condiciones pueden favorecer o limitar la construcción de las redes, así como el acceso y aprovechamiento de los recursos que se derivan de ellas.

En el caso de las mujeres, las desigualdades de género influyen en la forma en que construyen y movilizan su capital social. Barreras como la segregación laboral, las responsabilidades familiares y las dificultades para acceder a contactos de mayor estatus pueden limitar su participación en redes valiosas para la actividad empresarial (Chen et al., 2022). Por otra parte, cuando el acceso a recursos institucionales es limitado, las redes familiares pueden cobrar mayor importancia como fuente de financiamiento y apoyo. En ese mismo sentido Gomez et al., (2024) presentan evidencia que sustenta que el capital social está condicionado por las oportunidades y restricciones del entorno.

Por otro lado, la ruralidad introduce particularidades que influyen en el aprovechamiento del capital social. Son entornos donde los recursos tangibles y las instituciones de mercado son

Vol.06. No.12. Jul-Dic (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

limitados, por lo que las redes pueden funcionar como vías alternativas para obtener información, establecer contactos comerciales y acceder a determinados servicios. Osei y Zhuang (2020) muestran que, en estas condiciones, el capital social puede ayudar a las mujeres a establecer vínculos con clientes, socios y miembros de la comunidad y, a partir de estas relaciones, generar oportunidades económicas. Sin embargo, esta capacidad no implica que las relaciones sustituyan los recursos materiales o institucionales ausentes; más bien, muestra que su utilidad aumenta cuando permiten acceder, combinar o aprovechar recursos que de otro modo serían difíciles de obtener.

En una revisión sistemática de la literatura Kumari et al. (2026) indicaron que a pesar de la extensa literatura sobre el emprendimiento rural femenino, los marcos teóricos están escasamente integrados y existen múltiples dimensiones que requieren desarrollarse con mayor profundidad.

La **Tabla 1** sintetiza los estudios revisados, considerando las dimensiones del capital social abordadas y la forma en que incorporan las condiciones contextuales, así como la literatura revisada y muestra que los componentes del capital social han sido abordados principalmente de manera separada, por lo que aún es limitada la comprensión de cómo interactúan sus dimensiones y de qué manera las condiciones en las que se desarrolla el emprendimiento influyen en esa interacción.

Tabla 1. *Dimensiones del capital social y su relación con el contexto y el género en el emprendimiento femenino rural.*

Autores	Población / contexto	Dimensiones del capital social	Integración del contexto en el análisis	Enfoque del trabajo
Osei y Zhuang (2020)	Mujeres rurales en agronegocios	Estructural y relacional: redes, confianza y reciprocidad	Incorpora la ruralidad como condición que influye en el acceso a recursos	Muestra cómo las relaciones formales e informales facilitan información, mercados, recursos y oportunidades.
Chen et al. (2022)	Mujeres emprendedoras	Estructura, Redes y acceso a recursos	Lo incorpora como condiciones socioeconómicas y familiares	Evidencia que las condiciones de género pueden restringir la construcción de redes heterogéneas y el acceso a recursos.
Brogan y Dooley (2024)	Mujeres artesanas	Estructural y relacional: redes, cooperación, apoyo y confianza	No lo plantea explícitamente	Muestra la complementariedad entre redes comunitarias y conexiones externas para acceder a mercados, recursos y formación.

Vol.06. No.12. Jul-Dec (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

Gomez et al. (2024)	Emprendimiento	Relacional: Redes familiares y acceso a recursos	Lo integra como condiciones familiares e institucionales	Muestra la importancia de las redes familiares cuando existen restricciones para acceder a recursos institucionales.
Padilla-Meléndez y Ciruela-Lorenzo (2018)	Mujeres indígenas quechuas, Bolivia	Cognitiva; redes y comunidad	Lo integra en su aspecto cultural, comunitario e indígena	Integra cultura, capital social y emprendimiento de mujeres indígenas y constituye un antecedente cercano al objeto de estudio.
Shrestha et al. (2024)	Mujeres indígenas vinculadas con turismo	Cognitiva; Redes, aprendizaje y capital social	Lo integra como condiciones familiares y culturales y rurales.	Integra redes, asociaciones, aprendizaje y perspectiva de género en el emprendimiento de mujeres indígenas.

Fuente: Elaboración propia.

En particular el contexto ha recibido menor atención como parte del análisis del capital social. Esta limitación coincide con lo señalado por Henry y Lewis (2023), quienes advierten la necesidad de prestar mayor atención al contexto en la investigación sobre emprendimiento femenino, particularmente a la forma en que este interactúa con el género. En conjunto, estos hallazgos plantean la pertinencia de incorporar el contexto de manera explícita en el análisis del capital social.

Vol.06. No.12. Jul-Dic (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

3.1. Diseño del instrumento final

La guía de entrevista semiestructurada se diseñó a partir del modelo analítico de capital social e incluyó 13 preguntas principales, organizadas para su presentación en cuatro bloques analíticos: contextual (roles de género), estructural, relacional y cognitivo. La correspondencia entre preguntas y dimensiones se muestra en la **Tabla 2**; la guía se presenta en el **Anexo 1**.

Tabla 2. ***Correspondencia entre la guía de entrevista y las dimensiones de análisis.***

Dimensión de análisis	Preguntas de la guía	Contenido principal
Contextual (roles de género)	1–4	Pareja, ingresos familiares, experiencia de emprender y roles de las mujeres
Estructural	5	Redes de apoyo y recursos recibidos
Relacional	6–9	Valores, pertenencia, confianza, reciprocidad y normas
Cognitiva	10–13	Propósito, visión e identidad compartida

Fuente: Elaboración propia.

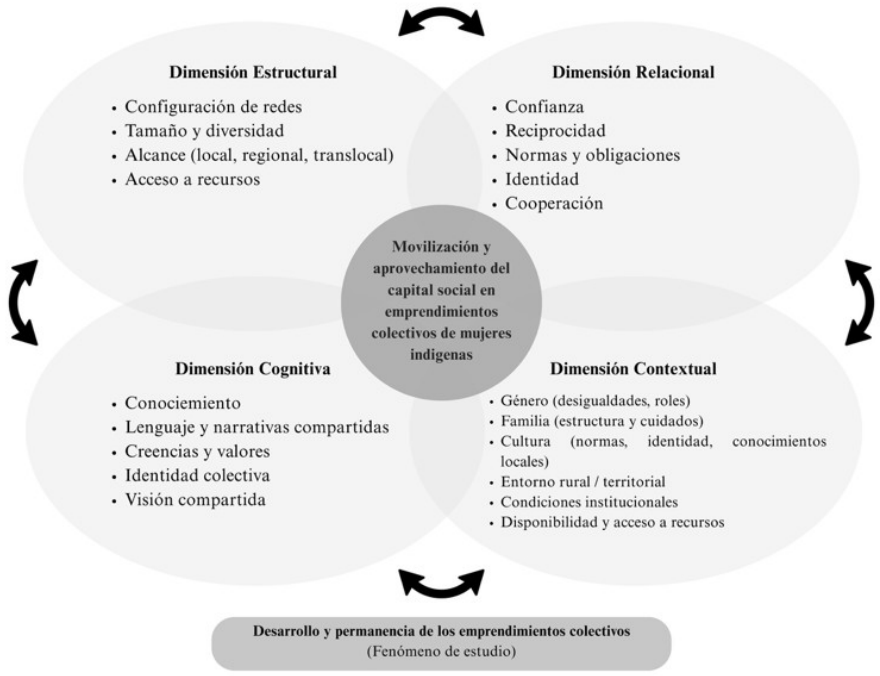
3.2. Modelo conceptual

La literatura muestra que el capital social es un constructo multidimensional en el que las redes y los recursos derivados de las relaciones sociales interactúan con elementos relacionales, cognitivos y contextuales. La dimensión estructural comprende la configuración, tamaño, diversidad y alcance de las redes, que posibilitan conexiones y acceso a distintos recursos; la dimensión relacional se sustenta en elementos como la identidad, la confianza, la reciprocidad y la cooperación; mientras que la dimensión cognitiva incorpora el conocimiento, el lenguaje, las narrativas, las creencias, los valores y la visión compartida que favorecen el entendimiento y la acción colectiva (Osei y Zhuang, 2020; Pérez Fernández et al., 2024). Sin embargo, la movilización y los beneficios derivados de estas dimensiones están condicionados por el entorno en el que se desarrollan las relaciones sociales; particularmente, en el emprendimiento femenino, factores como las desigualdades de género, la hostilidad del contexto, la estructura familiar y la disponibilidad y acceso a recursos pueden favorecer o restringir la construcción y utilización del capital social (Boonyaphen et al., 2026; Chen et al., 2022; Demir et al., 2021; Proaño Sánchez y Bojica, 2024).

Vol.06. No.12. Jul-Dec (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

A partir de la integración de estos planteamientos teóricos y de la evidencia empírica revisada, en este estudio se propone un modelo analítico del capital social conformado por cuatro dimensiones interrelacionadas: estructural, relacional, cognitiva y contextual, donde las tres primeras permiten comprender la configuración y funcionamiento de las relaciones sociales, mientras que la dimensión contextual incorpora las condiciones bajo las cuales dichos recursos pueden ser construidos, movilizados y aprovechados por las mujeres emprendedoras, como se sintetiza en la **Figura 1.** Dado el carácter cualitativo e interpretativo del estudio, las cuatro dimensiones funcionan como categorías que orientan las entrevistas y el análisis de los casos. El modelo permite examinar sus interacciones en las experiencias de los grupos, sin plantear hipótesis causales para su comprobación.

Figura 1. *Modelo conceptual del capital social en emprendimientos colectivos de mujeres indígenas en zonas rurales.*



Fuente: Elaboración propia con base en Chen et al. (2022), Darmenova y Koo (2021), Demir et al. (2021), González-Heras (2022), Osei y Zhuang (2020), Pérez Fernández et al. (2024), y Proaño Sánchez y Bojica (2024).

Vol.06. No.12. Jul-Dic (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

4. METODOLOGÍA Y MATERIALES

Se realizó un estudio cualitativo de carácter interpretativo, orientado a comprender las características y dinámicas del capital social en tres grupos de mujeres indígenas mayas con emprendimientos colectivos en comunidades rurales del sur de Yucatán, México. Se adoptó una estrategia de casos múltiples, en la que cada grupo constituyó una unidad de análisis. El enfoque cualitativo permitió recuperar las experiencias, significados y relaciones desde la perspectiva de los actores y en el contexto en el que se desarrollan (Moser y Korstjens, 2017). Para preservar la confidencialidad de la información y reducir el riesgo de identificación de las participantes y de sus grupos, se utilizaron seudónimos tanto para los colectivos como para las mujeres entrevistadas (Ver **Tabla 3**).

Tabla 3. *Características principales de las unidades de análisis (grupos de emprendedoras) de Yucatán, México.*

Seudónimo del grupo	Localidad / municipio	Número de integrantes	Personas entrevistadas	Año de conformación	Principales productos
Horchatas de Yucatán	Chacsinkín	8	1 líder 3 productoras 1 consultora	2006	Concentrados de horchata, jamaica y tamarindo
Productoras del Mayab	Oxkutzcab	20	1 líder 2 productoras 1 consultora	2021	Huevos
Miel Dorada	Tzucacab	6	1 líder 2 productoras 1 consultora	2022	Miel, jabones, shampoos, cremas, tinturas, propóleo, polen y jarabes

Fuente: Elaboración propia.

Se empleó muestreo intencional o por criterios, pertinente cuando se seleccionan casos capaces de aportar información significativa para comprender el fenómeno, sin pretender representatividad estadística (Moser y Korstjens, 2018). Los criterios fueron: a) grupos de mujeres indígenas mayas residentes en comunidades rurales del sur de Yucatán; b) desarrollo colectivo de una actividad productiva; c) más de tres años de permanencia; y d) comercialización o intentos de comercialización en sus localidades y fuera de ellas, particularmente en Mérida y en localidades de Yucatán, Quintana Roo y Campeche. La antigüedad permitió estudiar grupos que han mantenido su organización pese a restricciones económicas, familiares, sociales y territoriales.

El equipo de investigación contaba con experiencia previa de trabajo con los grupos participantes, a partir de talleres, asesorías, consultorías y proyectos de vinculación e investigación-acción desarrollados desde el año 2020. Esta trayectoria facilitó el acceso al campo y el

Vol.06. No.12. Jul-Dec (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

conocimiento del contexto, al tiempo que hizo necesario incorporar la reflexividad para reconocer y atender la posible influencia de esta relación en el proceso de investigación. Se entrevistó a 13 personas: tres líderes, siete integrantes y tres consultoras. En cada caso se incorporaron perspectivas internas y externas con el propósito de contrastar la trayectoria y las dinámicas de los emprendimientos.

La información se obtuvo mediante entrevistas semiestructuradas. La guía se elaboró a partir del modelo analítico del estudio e incluyó las cuatro dimensiones del capital social especificadas en la Figura 1. Se mantuvo un núcleo temático común y se profundizó en distintos aspectos según el papel de cada actor. Las entrevistas se realizaron entre noviembre de 2025 y marzo de 2026 y tuvieron una duración aproximada de 60 minutos. Con autorización previa, fueron grabadas en audio y transcritas mediante Transcribe. Posteriormente, se compararon las transcripciones con los audios originales para verificar su fidelidad y realizar las correcciones.

El análisis se realizó con el software ATLAS.ti versión 26. Tras revisar las transcripciones, se identificaron unidades de significado y se realizó su codificación y categorización, combinando una orientación deductiva, basada en las dimensiones y categorías del marco teórico, con la incorporación de elementos emergentes. Las perspectivas se contrastaron dentro de cada grupo y entre los tres casos. La relación entre las transcripciones, los códigos, las categorías, las dimensiones y la evidencia textual permitió conservar la trazabilidad entre los datos y las interpretaciones y fortalecer la dependencia y confirmabilidad del análisis (Nowell et al., 2017). Para hacer reconstruible esta relación, el **Anexo 2** presenta el libro de códigos con definiciones operativas y criterios de aplicación; y el **Anexo 3**, una matriz comparativa de los tres casos.

El rigor se sustentó con los criterios de credibilidad, transferibilidad, dependencia y confirmabilidad (Korstjens y Moser, 2018; Nowell et al., 2017). La credibilidad se fortaleció mediante la triangulación de distintos actores, operacionalizada como triangulación de fuentes o perspectivas, en la que se contrastaron los testimonios de líderes, integrantes y consultoras vinculadas con los grupos, así como mediante la comparación entre los tres casos, lo que permitió identificar coincidencias, diferencias y particularidades sin basar la interpretación en una sola perspectiva.

También se realizó triangulación de investigadoras mediante la revisión y discusión conjunta de códigos, categorías e interpretaciones, resolviendo las diferencias por consenso. La transferibilidad se fortaleció con una descripción detallada de los grupos y del contexto rural, socioeconómico y

Vol.06. No.12. Jul-Dic (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

territorial, mientras que la dependencia y confirmabilidad se apoyaron en la trazabilidad del análisis realizado en ATLAS.ti. Debido a la relación previa con los grupos, la reflexividad se consideró de manera explícita. Se distinguió el conocimiento obtenido en actividades anteriores de vinculación de la evidencia generada en las entrevistas, y las interpretaciones se contrastaron entre actores, casos e investigadoras (Korstjens y Moser, 2018).

La participación fue voluntaria, previa explicación del propósito del estudio, el uso académico de la información y la obtención del consentimiento informado. Se comunicó el derecho a no responder preguntas o retirarse del estudio. Para proteger identidad y seguridad se emplearon seudónimos y se omitió información que permitiera identificación directa o indirecta. Se tomaron en cuenta, por lo tanto, el consentimiento, la confidencialidad y la gestión responsable de la relación investigador-participante como componentes esenciales del rigor ético cualitativo (Noreña et al., 2012; Reid et al., 2018).

5. RESULTADOS

Se muestran en las sifguients dimensiones:

5.1. Dimensión Estructural del Capital Social

La dimensión estructural se expresó en el tamaño, diversidad y alcance de las redes. Los grupos mostraron diferencias en su composición, es decir, mientras algunos se redujeron con el tiempo y conservaron un núcleo pequeño y estable, otros ampliaron sus vínculos mediante centros de acopio y relaciones con otros grupos. La permanencia no dependió exclusivamente del número de integrantes; incluso redes pequeñas se mantuvieron durante largos periodos y, en algunos casos, nuevas participantes se incorporaron mediante relaciones de parentesco. Además, varias mujeres participan en más de una actividad productiva y combinan el emprendimiento con labores agrícolas, apícolas u otros trabajos, lo que conecta a los grupos con redes económicas y sociales más amplias.

Las redes también se extendieron fuera de la comunidad, hacia ferias, tianguis, instituciones, comercios y mercados de otros municipios y ciudades. Estos espacios no sólo funcionaron como puntos de venta, sino como lugares para establecer contactos, darse a conocer y encontrar nuevos compradores. En el grupo dedicado a la producción de huevo, la comercialización evolucionó desde la búsqueda directa de clientes y la promoción entre vecinas hasta la venta mediante un

Vol.06. No.12. Jul-Dec (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

contrato renovable con una empresa. Este cambio incorporó un canal comercial que el grupo utiliza actualmente. Sin embargo, ampliar la red trajo nuevas exigencias de producción, por lo que algunas oportunidades no pudieron aprovecharse debido a limitaciones de volumen, organización o capacidad de respuesta.

5.2. Dimensión Relacional del Capital Social

La dimensión relacional se manifestó en la identidad, la confianza, la reciprocidad y la cooperación. La convivencia prolongada fortaleció un sentido de pertenencia que llevó a algunas participantes a describir al grupo como una "familia" y a reconocerse colectivamente como mujeres emprendedoras. Esta identidad también se vinculó con referentes territoriales y culturales mayas y con la apropiación del proyecto productivo, expresada en elementos compartidos como la marca colectiva.

La confianza facilitó el diálogo, la expresión de desacuerdos, el manejo de recursos, el reconocimiento de errores y la posibilidad de compartir dificultades personales. Aunque hubo conflictos, las participantes señalaron que podían resolverlos mediante el diálogo, el respeto y los acuerdos, y que dentro del grupo encontraban también un espacio para escucharse y apoyarse. A su vez, la reciprocidad y la cooperación estuvieron presentes en las aportaciones para atender necesidades comunes, la división del trabajo, los turnos, las sustituciones, los ahorros colectivos y los préstamos internos. La solidaridad implicaba apoyarse entre ellas sin dejar de cumplir los acuerdos y reglas del grupo, pues cuando una integrante no podía realizar una tarea debía buscar un reemplazo y los apoyos económicos debían devolverse, de manera que la ayuda y la flexibilidad se acompañaban del compromiso de cada integrante con las demás. Este apoyo también se extendía fuera del grupo, ya que en algunas actividades participaban esposos e hijos, involucrando a las familias en el trabajo de los emprendimientos.

5.3. Dimensión Cognitiva del Capital Social

La dimensión cognitiva incluyó conocimientos y lenguaje compartidos, narrativas, creencias y una visión común. Las integrantes adquirieron conocimientos técnicos y productivos a partir de su participación en los emprendimientos y después los compartieron entre ellas, evitando que estos conocimientos quedaran en una sola persona. También se identificaron aprendizajes provenientes de la capacitación, la experiencia cotidiana y los saberes tradicionales, estos últimos especialmente

Vol.06. No.12. Jul-Dic (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

presentes en la meliponicultura, donde compartir lo aprendido ayudó al trabajo productivo y a conservar prácticas culturales que las propias mujeres consideran amenazadas. El idioma también influyó en la participación, pues algunas mujeres mayahablantes se sentían inseguras al desenvolverse en espacios donde predomina el español.

Entre las narrativas compartidas destacaron la valoración de la cultura maya y de la naturaleza, la perseverancia, la capacidad de las mujeres para realizar actividades tradicionalmente asociadas con los hombres, así como la importancia de la empatía y el apoyo mutuo. Además, el éxito no se interpretó únicamente como crecimiento o utilidad económica. La permanencia, el reconocimiento social, el aprendizaje, la aportación al hogar, la conservación de conocimientos y la posibilidad de ayudar a otras personas se consideraron también resultados valiosos. La visión de futuro incluyó aspiraciones de mayores ventas, clientes, producción e independencia económica, junto con objetivos de sostenibilidad, autonomía y beneficio comunitario. Para algunas participantes, crecer debe ser compatible con las responsabilidades familiares y con su proyecto de vida, por lo que mantener una escala manejable puede ser una decisión propia y no necesariamente reflejar una incapacidad para expandirse.

5.4. Dimensión Contextual del Capital Social

La dimensión contextual consideró las condiciones de género, familiares, territoriales y materiales en las que se desarrolla el capital social. Los testimonios muestran que las normas tradicionales sobre el papel de la mujer pueden limitar su movilidad, tiempo, autonomía y participación económica. Sin embargo, las participantes también cuestionan y negocian estas expectativas, y contar con ingresos propios puede hacer que el emprendimiento sea más aceptado dentro del hogar. A estas restricciones se suman condiciones del entorno rural, como mercados locales reducidos, escaso turismo, dificultades de transporte y la necesidad de desplazarse para vender, por lo que los ingresos que pueden obtener de su trabajo también dependen de las condiciones del territorio.

Aunado a lo anterior, la familia puede ser tanto una limitación como una fuente de apoyo. Las responsabilidades hacia los hijos, la pareja y el hogar limitaron, en algunos casos, la asistencia a ferias, capacitaciones o actividades productivas, mientras que, en otros, esposos y familiares aportaron dinero, trabajo o infraestructura. Los ingresos obtenidos ayudaron al bienestar del hogar y, al mismo tiempo, permitieron reducir en cierta medida la dependencia económica de las mujeres.

Vol.06. No.12. Jul-Dec (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

El acceso a recursos combinó aportaciones propias, familiares, colectivas e institucionales. Las mujeres recibieron capacitación, insumos, equipamiento, acompañamiento universitario y apoyos gubernamentales u organizacionales; paralelamente, recurrieron a ahorros familiares y a ingresos generados por sus actividades. La vinculación con universidades e instituciones facilitó conocimientos especializados, etiquetado, análisis de productos, proveedores e infraestructura, y en algunos grupos generó capacidades posteriores de gestión. Sin embargo, disponer nominalmente de tecnología o equipamiento no garantizó su aprovechamiento: su utilidad dependió de contar también con infraestructura, mercado, conocimientos y organización. En conjunto, los resultados muestran que las cuatro dimensiones se encuentran estrechamente vinculadas: las redes permiten acceder a oportunidades y recursos, las relaciones de confianza y cooperación facilitan su movilización, los conocimientos y significados compartidos orientan la acción colectiva y el contexto condiciona las posibilidades efectivas de convertirlos en resultados.

La **Tabla 4** presenta ejemplos de cómo se relacionaron fragmentos de las entrevistas con categorías interpretativas, dimensiones del capital social y resultados del estudio. Se utilizaron los seudónimos asignados a las participantes.

Tabla 4. *Ejemplos de la relación entre testimonios y dimensiones del análisis.*

Fragmento de entrevista	Categoría interpretativa	Dimensión	Resultado
"Ya hay un contrato, hay un contrato que se va renovando" (Noelia Uc).	Vínculos comerciales externos	Estructural	Ampliación de redes y canales de venta (5.1)
"Si tú no puedes ir […] buscas tú un reemplazo" (Doña Lourdes).	Acuerdos y distribución de responsabilidades	Relacional	La cooperación se sostiene mediante compromisos (5.2)
"Ustedes vayan aprendiendo porque […] puede ser que también les toque" (Doña Yasmin).	Transmisión de conocimientos	Cognitiva	El conocimiento circula entre integrantes (5.3)
"Como siendo mujeres, a veces no dejan salir a trabajar a las mujeres" (Noelia Uc).	Restricciones de género	Contextual	Las normas de género limitan la participación (5.4)

Fuente: Elaboración propia.

6. DISCUSIÓN

Los hallazgos permiten observar que el capital social de los grupos estudiados depende de cómo utilizan sus vínculos y movilizan los recursos a los que tienen acceso. Esto coincide con Pérez

Vol.06. No.12. Jul-Dic (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

Fernández et al. (2024), quienes distinguen componentes estructurales, relacionales y cognitivos y señalan que su influencia en los procesos emprendedores se entiende mejor al considerarlos en conjunto. En los casos analizados, las redes conectan a las productoras con personas y espacios fuera y dentro de sus comunidades, donde pueden encontrar información, apoyo, conocimientos y otras oportunidades que después aprovechan en el trabajo colectivo. Por ello, tener redes no es suficiente; también importa la manera en que las mujeres mantienen esas relaciones, acceden a los recursos disponibles y los utilizan de acuerdo con las necesidades de sus emprendimientos. En este sentido, González-Heras (2022) señala que la importancia de las redes no está sólo en la cantidad de vínculos que se establecen, sino en los recursos a los que estos dan acceso y en las posibilidades reales de utilizarlos.

La evidencia de la dimensión estructural muestra, además, que el tamaño del grupo no guarda una relación lineal con su capacidad de permanencia o de vinculación. Algunos colectivos se han reducido y, aun así, han conservado su actividad durante largos periodos; otros han ampliado notablemente su alcance mediante centros de acopio, ferias, consumidores, instituciones y empresas. En este sentido, la diversidad y el alcance parecen ser más explicativos que el volumen de integrantes. Osei y Zhuang (2020) encontraron que, entre mujeres rurales dedicadas al agronegocio, las relaciones con clientes, comunidad y otros actores amplían la identificación de mercados y oportunidades; de forma convergente, Brogan y Dooley (2024) muestran que las redes externas complementan las capacidades internas de las mujeres emprendedoras al facilitar recursos y formación. Los casos mayas muestran una situación similar, pero también evidencian que ampliar la red trae nuevas exigencias, pues una oportunidad comercial puede no aprovecharse cuando la capacidad productiva, la infraestructura o la organización del grupo no permiten responder a ella. El caso del grupo productor de huevo muestra, además, un cambio en su forma de comercialización, puesto que pasó de buscar clientes directamente a vender mediante un contrato renovable. Esta práctica puede interpretarse como una innovación de procesos de negocio vinculada con la comercialización, en los términos del Manual de Oslo (OECD/Eurostat, 2018). La interpretación se limita a este caso; no supone que los tres grupos hayan introducido el mismo cambio.

La dimensión relacional ayuda a entender por qué algunos vínculos se mantienen y contribuyen al trabajo colectivo. Los resultados muestran que la confianza permite expresar desacuerdos, distribuir responsabilidades y resolver los conflictos que surgen sin romper la cooperación. La reciprocidad, por su parte, se refleja en prácticas como los turnos, las aportaciones, los préstamos

Vol.06. No.12. Jul-Dec (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

internos, las sustituciones y los compromisos de devolución. Esto coincide con Osei y Zhuang (2020), quienes señalan que la confianza, las obligaciones y la reciprocidad facilitan el intercambio de información y recursos entre mujeres rurales. En los grupos estudiados, además, la cooperación se mantiene cuando la cercanía entre las integrantes va acompañada de reglas y responsabilidades claras. Esta combinación entre confianza y acuerdos internos muestra que esta dimensión del capital social no se basa únicamente en la buena voluntad, sino también en el compromiso de cada integrante con sus responsabilidades y con el trabajo del grupo, evitando que las cargas recaigan de manera desigual.

En la dimensión cognitiva, uno de los aspectos que destaca es cómo el conocimiento obtenido fuera del grupo puede convertirse en un recurso colectivo. Por ejemplo, las capacitaciones, asesorías o aprendizajes individuales tienen mayor alcance cuando se comparten y transmiten entre las integrantes, lo que coincide con Pérez Fernández et al. (2024), quienes señalan que los lenguajes, interpretaciones y visiones compartidas favorecen el intercambio de información y conocimiento. Además, en los grupos también están presentes saberes vinculados con la cultura maya en actividades donde la experiencia productiva conserva prácticas tradicionales, lo que coincide con Zhao et al. (2022), quienes muestran que las capacidades asociadas con el emprendimiento pueden relacionarse con la continuidad de conocimientos vinculados al patrimonio cultural.

La dimensión contextual revela que las posibilidades de construir y aprovechar el capital social también dependen de las condiciones en las que viven y emprenden las mujeres. Chen et al. (2022) señalan que las mujeres pueden tener dificultades para establecer relaciones con otros emprendedores y acceder a ciertos recursos. Por su parte, Proaño Sánchez y Bojica (2024) explican que, en contextos de pobreza, la estructura del hogar puede limitar sus posibilidades de relacionarse fuera de su entorno inmediato y movilizar capital social. Los testimonios analizados muestran que a estas dificultades se suman las distancias, los mercados locales reducidos, los problemas de transporte, las responsabilidades domésticas y las diferencias en el acceso a recursos.

Además, la familia puede ser tanto una fuente de apoyo como una limitación, pues puede aportar financiamiento, trabajo o ayuda, pero también limitar el tiempo, la movilidad o la autonomía de las mujeres. Esto coincide con Boonyaphen et al. (2026), quienes señalan que la familia puede representar una carga o un apoyo para el emprendimiento femenino, y con Demir et al. (2021), quienes destacan el papel que puede tener la pareja como fuente de recursos y aprendizaje. En los

Vol.06. No.12. Jul-Dic (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

grupos estudiados, el apoyo de la familia depende de cómo se distribuyen las responsabilidades domésticas, de la autonomía de las mujeres y de sus posibilidades para decidir sobre su tiempo, sus recursos y su participación en la actividad productiva.

A partir de lo anterior, la incorporación de una dimensión contextual al modelo analítico adquiere relevancia porque permite explicar diferencias en la eficacia del capital social. La literatura utilizada en el marco teórico sustenta ampliamente las dimensiones estructural, relacional y cognitiva (Osei y Zhuang, 2020; Pérez Fernández et al., 2024), mientras que los resultados de este estudio muestran que su movilización depende de condiciones familiares, territoriales y de género. En consecuencia, esta dimensión se entiende aquí como una propuesta integradora y no como una cuarta dimensión clásica universalmente establecida. Su utilidad analítica reside en mostrar por qué recursos similares pueden tener efectos distintos entre los grupos, es decir, recibir capacitación no garantiza su aprovechamiento si faltan infraestructura o mercados; contar con vínculos familiares no asegura apoyo si las relaciones domésticas limitan la participación; y ampliar la red comercial no se traduce necesariamente en ventas cuando la capacidad productiva es insuficiente. En este sentido, los hallazgos dialogan con Darmenova y Koo (2021), quienes conciben el capital social como un recurso que contribuye a la sostenibilidad comunitaria frente a condiciones adversas. La evidencia en población maya permite precisar que este papel puede ser compensatorio, aunque está condicionado por el contexto, puesto que las relaciones pueden reducir algunas desventajas y abrir mayores posibilidades de acción, aunque su efectividad depende de condiciones materiales e institucionales que el propio grupo no controla.

6.1. Implicaciones teóricas (*Scientia*)

Los hallazgos muestran que el capital social en el emprendimiento colectivo femenino, indígena y rural no depende únicamente de las redes y relaciones que se construyen, sino también del contexto en el que se desarrollan. En este sentido, la dimensión contextual permite incorporar aspectos como el género, la familia, la ruralidad y el acceso a recursos, que interactúan con las dimensiones estructural, relacional y cognitiva.

6.2. Implicaciones prácticas (*Praxis*)

En la práctica, los resultados sugieren que para fortalecer emprendimientos colectivos similares no basta con ofrecer financiamiento y capacitación. Es importante contar con redes entre

Vol.06. No.12. Jul-Dec (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

productoras, cooperación dentro de los grupos, vínculos con mercados e instituciones y condiciones que faciliten la participación de las mujeres. Estos elementos pueden ayudar a que los grupos se mantengan, tengan mayor autonomía, compartan conocimientos y accedan a nuevas oportunidades en contextos rurales desfavorecidos.

La relación de los resultados con los ODS 5, 8 y 10 se observa en distintos aspectos de los casos, por ejemplo, las mujeres participan en las decisiones y el trabajo de sus colectivos; las redes, los acuerdos internos y los vínculos comerciales ayudan a sostener la actividad productiva; y las barreras de género, territorio y acceso a recursos limitan las oportunidades disponibles. Estos hallazgos permiten situar el estudio en el debate sobre desarrollo sostenible, aunque no permiten medir una contribución directa al cumplimiento de los ODS.

7. CONCLUSIÓN

A partir de los colectivos de mujeres indígenas mayas analizados, se puede concluir que el capital social constituye un recurso relevante para el desarrollo y permanencia de sus emprendimientos en contextos rurales caracterizados por restricciones económicas, territoriales y de género.

La principal aportación de este trabajo consiste en proponer una comprensión contextualizada del capital social femenino e indígena. Las dimensiones estructural, relacional y cognitiva resultan insuficientes para explicar por sí solas la trayectoria de los grupos cuando no se consideran las condiciones bajo las cuales operan, por lo que la dimensión contextual amplía este marco al considerar la influencia de la estructura familiar, las relaciones de género, la ruralidad y las diferencias en el acceso a recursos. Con ello, esta propuesta no busca modificar la teoría del capital social, sino ampliar su análisis y ayudar a comprender experiencias emprendedoras en las que las oportunidades también dependen de las condiciones del entorno.

Al considerar las cuatro dimensiones del capital social, los resultados muestran que las redes abren oportunidades, mientras que la confianza, la reciprocidad y la cooperación ayudan a aprovecharlas; compartir conocimientos y valores permite que lo aprendido circule entre las integrantes, y el contexto influye en la manera en que estos recursos pueden aprovecharse. La relación e integración de estas dimensiones contribuye a explicar la permanencia de los grupos y muestra que sus logros van más allá del crecimiento económico, pues en estos emprendimientos sostener la actividad colectiva, generar ingresos mientras se atienden las responsabilidades

Vol.06. No.12. Jul-Dic (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

familiares, fortalecer la autonomía y el reconocimiento de las mujeres, preservar y transmitir conocimientos, así como conservar relaciones de cooperación, son logros importantes. Por ello, su desempeño debe valorarse tomando en cuenta las prioridades y condiciones de vida de las propias mujeres, y no sólo los criterios tradicionales de crecimiento empresarial.

Los hallazgos sugieren que las políticas dirigidas al emprendimiento femenino rural e indígena deberían fortalecer, además del financiamiento y la capacitación, las redes entre productoras, la cooperación interna, la vinculación con mercados e instituciones y las condiciones que faciliten la participación de las mujeres. Dado el carácter cualitativo y contextual del estudio, los resultados no pretenden generalizarse estadísticamente; futuras investigaciones podrían contrastar el modelo en otros territorios y tipos de emprendimiento, así como analizar longitudinalmente la evolución de sus relaciones y recursos.

8. REFERENCIAS

Aguilar-Rosado, N., & Campos-Sánchez, A. (2024). "Necesidad y oportunidad" como motivaciones para el emprendimiento femenino en Latinoamérica. *Scientia et PRAXIS,* 4(07), 31–57. https://doi.org/10.55965/setp.4.07.a2

Boonyaphen, J., Song, H-C., Chung, S. H. D., & Kim, N. K. (2026). Does family matter for women's entrepreneurship in emerging economies? Yes! *Asia Pacific Journal of Management*. https://doi.org/10.1007/s10490-026-10136-7

Brogan, G. S., & Dooley, K. E. (2024). Weaving together social capital to empower women artisan entrepreneurs. *International Journal of Gender and Entrepreneurship, 16*(1), 69–88. https://doi.org/10.1108/IJGE-03-2023-0076

Chen, H., Lee, B. H., & Alymkulova, A. (2022). Gender gaps in opportunity-driven entrepreneurship: The impact of human and social capital. *International Journal of Gender and Entrepreneurship, 14*(3), 285–299. https://doi.org/10.1108/IJGE-06-2021-0097

Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], y Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y el Caribe [FILAC]. (2020). *Los pueblos indígenas de América Latina–Abya Yala y la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: Tensiones y desafíos desde una perspectiva territorial*. Naciones Unidas. https://hdl.handle.net/11362/45664

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social [CONEVAL]. (2022). *Pobreza por grupos poblacionales a escala municipal 2010, 2015 y 2020*. CONEVAL. https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/Pobreza_grupos_poblacionales_municipal_2010_2020.aspx

Consejo Nacional de Población [CONAPO]. (2021). Índices de marginación 2020. Secretaría de Gobernación. https://www.gob.mx/conapo/documentos/indices-de-marginacion-2020-284372

Darmenova, Y., & Koo, E. (2021). Towards local sustainability: Social capital as a community insurance in Kazakhstan. Journal of Eurasian Studies, 12(2), 113–121. https://doi.org/10.1177/18793665211038143

Demir, C., Stephan, M., & Werner, A. (2021). How do life partners and their occupational choice affect the path of transition to entrepreneurship? A comparison between direct and indirect entry into entrepreneurship. *Journal of Contextual Economics – Schmollers Jahrbuch, 141*(1–2), 47–84. https://doi.org/10.3790/schm.141.1-2.47

Fernandes, A. J., & Ferreira, J. J. (2022). Entrepreneurial ecosystems and networks: a literature review and research agenda. *Review of Managerial Science, 16*, 189–247. https://doi.org/10.1007/s11846-020-00437-6

Fernández-Guadaño, J., Ruíz-Jiménez, M. C., & Vasconcelos-Vásquez, K. L. (2026). Relationship between female entrepreneurship and social and environmental development: A cross country analysis. *Journal of Innovation and Entrepreneurship, 15*, Article 39. https://doi.org/10.1186/s13731-026-00650-9

Flores-Novelo, A., Dzul-Dzul, M. F., & Mata-Castro, M. C. (2024). Transformación de barreras en oportunidades: innovación y sostenibilidad en el consumo local de alimentos en la Región Puuc, México. *Scientia et PRAXIS , 4* (08), 121–157. https://doi.org/10.55965/setp.4.08.uady.a5

González-Heras, A. (2022). Las perspectivas del capital social, parte I. *Cinta de Moebio, 74*, 121–131 https://doi.org/10.4067/S0717-554X2022000200121

Gomez, C., Yasanthi, B., & Engelhardt, L. M. (2024). The distinct nature of U.S. based female immigrant entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development, 36*(3–4), 312–240. https://doi.org/10.1080/08985626.2023.2264803

Henry, C., & Lewis, K. V. (2023). The art of dramatic construction: Enhancing the context dimension in women's entrepreneurship research. *Journal of Business Research, 155*, 113440. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113440

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2024). *Cuenta Satélite del Trabajo No Remunerado de los Hogares de México (CSTNRHM) 2023*. INEGI. https://www.inegi.org.mx/app/saladeprensa/noticia/9429

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2020). *Encuesta Nacional sobre Uso del Tiempo (ENUT) 2019: Presentación de resultados*. INEGI. https://www.inegi.org.mx/programas/enut/2019/

Klarin, A., & Suseno, Y. (2023). An Integrative Literature Review of Social Entrepreneurship Research: Mapping the Literature and Future Research Directions. *Business & Society, 62*(3), 565–611. https://doi.org/10.1177/00076503221101611

Korstjens, I., & Moser, A. (2018). Series: Practical guidance to qualitative research. Part 4: Trustworthiness and publishing. *European Journal of General Practice, 24*(1), 120–124. https://doi.org/10.1080/13814788.2017.1375092

Kumari, P., Jaiswal, J. K., Hachard, V., Laine, I., Vishwakarma, R., & Kumar, B. (2026). Participation of rural women in entrepreneurship: A systematic review. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 58*(1), 1–29. https://doi.org/10.1504/IJESB.2026.153131

Moser, A., & Korstjens, I. (2017). Series: Practical guidance to qualitative research. Part 2: Context, research questions and designs. *European Journal of General Practice, 23*(1), 274–279. https://doi.org/10.1080/13814788.2017.1375090

Moser, A., & Korstjens, I. (2018). Series: Practical guidance to qualitative research. Part 3: Sampling, data collection and analysis. *European Journal of General Practice, 24*(1), 9–18. https://doi.org/10.1080/13814788.2017.1375091

Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review, 23*(2), 242–266. https://doi.org/10.5465/amr.1998.533225

Noreña, A. L., Alcaraz-Moreno, N., Rojas, J. G., & Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan, 12*(3), 263–274. https://doi.org/10.5294/aqui.2012.12.3.5

Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods, 16*, 1–13. https://doi.org/10.1177/1609406917733847

OECD/Eurostat. (2018). *Oslo manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation* (4th ed.). OECD Publishing/Eurostat. https://doi.org/10.1787/9789264304604-en

ONU Mujeres. (2025). *Everything you need to know about pushing for pay equity*. ONU Mujeres. https://www.unwomen.org/en/articles/explainer/everything-you-need-to-know-about-pushing-for-pay-equity

ONU Mujeres, y Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y el Caribe [FILAC]. (2021). *Informe regional: Derechos de las mujeres indígenas a 25 años de la Declaración de Beijing*. ONU Mujeres/FILAC. https://lac.unwomen.org/es/digiteca/publicaciones/2021/03/derechos-de-las-mujeres-indigenas

Osei, C. D., & Zhuang, J. (2020). Rural poverty alleviation strategies and social capital link: The mediation role of women entrepreneurship and social innovation. *SAGE Open, 10*(2). https://doi.org/10.1177/2158244020925504

Padilla-Meléndez, A., & Ciruela-Lorenzo, A. M. (2018). Female indigenous entrepreneurs, culture, and social capital. The case of the Quechua community of Tiquipaya (Bolivia). *Women's Studies International Forum, 69*, 159–170. https://doi.org/10.1016/j.wsif.2018.05.012

Parga-Montoya, N., & Cuevas-Vargas, H. (2020). Development of entrepreneurial orientation in women and men: A study from the institutional perspective. *Economía: Teoría y Práctica, 52*, 121–144. https://economiatyp.uam.mx/index.php/ETYP/article/view/413/516

Pérez Fernández, H., Rodríguez Escudero, A. I., Martín Cruz, N., & Delgado García, J. B. (2024). The impact of social capital on entrepreneurial intention and its antecedents: Differences between social capital online and offline. *BRQ Business Research Quarterly, 27*(4), 365–388. https://doi.org/10.1177/23409444211062228

Proaño Sánchez, F. X., & Bojica, A. M. (2024). Gender Differences in the use of Social Capital for Entrepreneurial Activity Within Contexts of Poverty. *Entrepreneurship Research Journal, 14*(4), 1857–1886. https://doi.org/10.1515/erj-2023-0124

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD]. (2022). *Mujeres seguras y resilientes: Diagnóstico participativo del proyecto Resiliencia de las mujeres indígenas y rurales a los impactos de la COVID-19*. PNUD México. https://www.undp.org/es/mexico/publicaciones/mujeres-seguras-y-resilientes-

diagnostico-participativo-del-proyecto-resiliencia-de-las-mujeres-indigenas-y-rurales-los-impactos

Reid, A.-M., Brown, J. M., Smith, J. M., Cope, A. C., & Jamieson, S. (2018). Ethical dilemmas and reflexivity in qualitative research. *Perspectives on Medical Education, 7*, 69–75. https://doi.org/10.1007/s40037-018-0412-2

Secretaría de Educación del Gobierno del Estado de Yucatán [SEGEY]. (2022). *Características generales de la población: Municipios de muy alta y alta marginación*. Gobierno del Estado de Yucatán. https://estadisticaeducativa.segey.gob.mx/descargas/Marginaci%C3%B3n_caracter%C3%ADsticas_generales_de_la_poblaci%C3%B3n_2021-2022.pdf

Shrestha, R. K., L'Espoir Decosta, J. N. P., & Shrestha, R. (2024). Creating value networks through a learning society for Indigenous women tourism entrepreneurs. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 36*(2), 564–581. https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2022-0317

Sica, G. (2026). Fear of failure as a gendered barrier to building sustainable entrepreneurial ecosystems. *Business Strategy and the Environment*. *35(3), 4393.4407* https://doi.org/10.1002/bse.70421

Welsh, D. H. B., Kaciak, E., & Shamah, R. (2018). Determinants of women entrepreneurs' firm performance in a hostile environment. *Journal of Business Research, 88*, 481–491. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.015

Yetim, N. (2008). Social capital in female entrepreneurship. *International Sociology, 23*(6), 864–885. https://doi.org/10.1177/0268580908095913

Zenozain Cordero, C. R., Pierrend Hernández, S. D., Casaró Llontop, B. A., Manchego Odar, S. M., & Agüero Del Carpio, L. E. (2025). Emprendimiento en el siglo XXI: una revisión integrativa sobre desafíos contemporáneos y perspectivas emergentes. *Revista InveCom, 6*(3), 1–9. https://doi.org/10.5281/zenodo.17613957

Zhang, Y., Xiong, Y., Lee, T. J., Ye, M., & Nunkoo, R. (2021). Sociocultural sustainability and the formation of social capital from community-based tourism. *Journal of Travel Research, 60*(3), 656–669. https://doi.org/10.1177/0047287520933673

Zhao, J., Wang, Z., Wang, C., Han, L., Ruan, Y., Huangfu, Z., Zhou, S., & Zhou, L. (2022). Research on the status of intangible cultural heritage bearers in the human capital perspective. *Frontiers in Psychology, 13*(850780). https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.850780

Anexo 1. *Guía de entrevista semiestructurada sobre factores de género y capital social.*

Dimensión Contextual (roles de género)

1. En caso de que tenga pareja, ¿a qué se dedica?, ¿la pareja le ayuda?, ¿cómo?
2. ¿Considerando el total de los ingresos familiares, qué porcentaje cree que los ingresos del emprendimiento apoyen al gasto familiar (20%, 40%, 50%, 100%)?
3. ¿Qué siente cuándo realiza el emprendimiento? (satisfacción, libertad, seguridad, reto personal, alegría, liberación del estrés)
4. De sus roles como mujer (mamá, esposa, hija, etc.), ¿cuáles son las cualidades que incorpora al desarrollo de su grupo de emprendimiento? (cuidadora, resolver problemas sociales, buena comunicación, habilidades interpersonales, tolerancia, altruismo, etc.)

Dimensión Estructural

5. ¿Cuántos y cuáles son los enlaces o redes de apoyo que tiene para promover su emprendimiento desde su origen? ¿Cómo las apoyaron o apoyan? Familia nuclear, familia extendida, amigos, vecinos, miembros del grupo de religión, líderes

comunales, autoridades públicas, instituciones locales, instituciones estatales, institucionales nacionales o internacionales (Públicos o privados / Formales e informales)
¿Cómo fue o es el apoyo de cada uno? Apoyo económico, emocional, con trabajo, material, infraestructura, cuidando a los niños, compartiendo clientes, capacitación, etc.

Dimensión Relacional

6. ¿Cuáles son los valores que como grupo comparten en el emprendimiento?
7. ¿Por qué piensa que pertenece a este grupo?, ¿Qué es lo que hace que perciba esto? (Identidad colectiva)
8. ¿Cómo observa la confianza y la reciprocidad en el grupo? ¿Me puede contar un ejemplo?
9. ¿Cuáles son las principales normas u obligaciones en el grupo?, ¿lo han externalizado por escrito o de manera oral?, ¿lo conocen las demás?

Dimensión Cognitiva

10. ¿Cuál es el propósito o visión del grupo?
11. ¿Cree que todas están de acuerdo con esta visión?, ¿Cree que el grupo está integrado?
12. Si puede caracterizar su grupo con 3 palabras, ¿cuáles serían?
13. Si puede decir una frase motivacional para sus compañeras, ¿cuál sería?

Anexo 2. *Libro de códigos del análisis del capital social.*

Dimensión	Código original ATLAS.ti	Definición operativa	Criterios de inclusión	Criterios de exclusión / distinción
Dimensión estructural	Tamaño de sus redes sociales	Referencias al número o magnitud de personas, integrantes, organizaciones o contactos que forman parte de una red vinculada con el emprendimiento.	Incluir cantidades o cambios explícitos en el número de integrantes o contactos.	Excluir la extensión geográfica de los vínculos (Alcance) y la variedad de actores (Diversidad).
Dimensión estructural	Alcance de sus redes sociales	Referencias a la extensión o cobertura de los vínculos y canales de relación del colectivo con otras localidades, organizaciones, instituciones o mercados.	Incluir expansión territorial, contactos externos, alianzas o canales comerciales.	Excluir el número de contactos sin extensión (Tamaño) y la variedad de actores por sí sola (Diversidad).
Dimensión estructural	Diversidad	Referencias a la variedad de tipos de vínculos, actores, actividades o redes en las que participa el colectivo.	Incluir heterogeneidad de relaciones o participación en actividades y redes distintas.	Excluir solo el tamaño de la red o su expansión geográfica sin variedad explícita.
Dimensión relacional	Confianza	Referencias a seguridad interpersonal, respeto, diálogo, expresión de desacuerdos o manejo de conflictos entre integrantes.	Incluir relatos sobre confianza, escucha, respeto y resolución de desacuerdos.	Excluir colaboración material concreta sin referencia a confianza.
Dimensión relacional	Reciprocidad y cooperación	Referencias a ayuda mutua, colaboración, contribuciones compartidas, distribución de tareas o cumplimiento de compromisos.	Incluir apoyo entre integrantes, turnos, sustituciones, aportaciones o coordinación de tareas.	Excluir confianza general sin conducta colaborativa concreta y apoyo familiar externo al colectivo.

Vol.06. No.12. Jul-Dec (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

Dimensión	Código original ATLAS.ti	Definición operativa	Criterios de inclusión	Criterios de exclusión / distinción
Dimensión relacional	Motivación	Expresiones de interés, entusiasmo, perseverancia o impulso personal para participar y continuar con el emprendimiento.	Incluir ganas de continuar, esfuerzo, aprendizaje o impulso personal explícito.	Excluir objetivos colectivos futuros sin motivación personal explícita (Visión en común).
Dimensión relacional	Identidad	Expresiones de pertenencia e identificación colectiva con el grupo o con una comunidad de práctica.	Incluir sentirse parte del grupo, identidad compartida o reconocimiento como colectivo.	Excluir acuerdos operativos sin pertenencia (Reciprocidad y cooperación) y metas futuras (Visión en común).
Dimensión cognitiva	Valor simbólico del conocimiento	Referencias al significado cultural, identitario o afectivo atribuido a un saber o práctica más allá de su utilidad instrumental.	Incluir orgullo, memoria, identidad o reconocimiento asociados explícitamente a un conocimiento.	Excluir aprendizaje práctico sin significado simbólico explícito.
Dimensión cognitiva	Lenguaje y conocimiento compartido	Referencias al aprendizaje, intercambio, adquisición o puesta en común de conocimientos, habilidades o prácticas entre integrantes.	Incluir aprendizaje técnico, capacitación, transmisión de saberes o intercambio de habilidades.	Excluir significados culturales del saber sin aprendizaje explícito (Valor simbólico del conocimiento).
Dimensión cognitiva	Narrativas, opiniones o creencias compartidas	Relatos, interpretaciones u opiniones sobre prácticas y experiencias que se presentan como compartidas o culturalmente extendidas.	Incluir explicaciones compartidas sobre prácticas, cultura o cambios en actividades productivas.	Excluir descripciones contextuales sin interpretación y aprendizaje técnico.
Dimensión cognitiva	Visión en común	Referencias a aspiraciones, objetivos o planes de futuro compartidos por las integrantes.	Incluir metas compartidas de crecimiento, continuidad, autonomía o beneficio comunitario.	Excluir motivaciones individuales sin meta colectiva explícita.
Dimensión contextual	Situación y contexto	Referencias a condiciones sociales, económicas, culturales, territoriales o de género que enmarcan las posibilidades de las participantes.	Incluir normas de género, restricciones de movilidad, condiciones locales y barreras contextuales.	Excluir apoyo/restricciones específicamente familiares y acceso concreto a recursos.
Dimensión contextual	Estructura familiar	Referencias a la influencia de la organización, responsabilidades, apoyo o relaciones	Incluir apoyo de pareja/familia, cuidados y responsabilidades domésticas que	Excluir barreras generales de género sin referencia familiar específica y cooperación entre

Vol.06. No.12. Jul-Dic (2026): 65-98
https://doi.org/10.55965/setp.6.12.a3
eISSN: 2954-4041

Dimensión	Código original ATLAS.ti	Definición operativa	Criterios de inclusión	Criterios de exclusión / distinción
		familiares en la participación en el emprendimiento.	facilitan o limitan la participación.	compañeras.
Dimensión contextual	Acceso a diversos recursos	Referencias a disponibilidad, obtención o uso de recursos para el emprendimiento, como capacitación, equipamiento, insumos, financiamiento o apoyos.	Incluir recursos recibidos, disponibles o faltantes, capacitación, herramientas e infraestructura.	Excluir vínculos descritos sin referencia a recursos.

Anexo 3. *Matriz comparativa de los tres casos.*

Dimensión	Miel Dorada	Horchatas de Yucatán	Productoras del Mayab
Dimensión estructural	Tamaño de sus redes sociales (1) Alcance de sus redes sociales (4) Diversidad (1) Confianza (6)	Tamaño de sus redes sociales (7) Alcance de sus redes sociales (7) Diversidad (4) Confianza (13)	Tamaño de sus redes sociales (8) Alcance de sus redes sociales (4) Diversidad (1) Confianza (2)
Dimensión relacional	Reciprocidad y cooperación (15) Motivación (7) Identidad (7)	Reciprocidad y cooperación (14) Motivación (4) Identidad (2)	Reciprocidad y cooperación (10) Motivación (1) Identidad (4)
Dimensión cognitiva	Valor simbólico del conocimiento (11) Lenguaje y conocimiento compartido (9) Narrativas, opiniones o creencias compartidas (12) Visión en común (13)	Valor simbólico del conocimiento (7) Lenguaje y conocimiento compartido (2) Narrativas, opiniones o creencias compartidas (5) Visión en común (8)	Valor simbólico del conocimiento (3) Narrativas, opiniones o creencias compartidas (6) Visión en común (5)
Dimensión contextual	Situación y contexto (9) Estructura familiar (2) Acceso a diversos recursos (16)	Situación y contexto (4) Estructura familiar (1) Acceso a diversos recursos (18)	Situación y contexto (4) Estructura familiar (2) Acceso a diversos recursos (2)

Nota. Las cifras corresponden al número de fragmentos de entrevista asignados a cada código en el análisis cualitativo. Los códigos se organizaron de acuerdo con las dimensiones del capital social consideradas en el estudio. Los valores representan frecuencias de codificación y no el número de participantes ni la prevalencia de las características en cada colectivo.

This is an open access article distributed under the terms of the CC BY-NC license (https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)