



# Caracterización multidimensional de la mujer emprendedora: caso empírico en los municipios de Florencia (Caquetá) e Ibagué (Tolima), Colombia \*

Mercedes Parra Alviz<sup>a</sup> ■ Laura Marcela López Posada<sup>b</sup> ■ Germán Rubio Guerrero<sup>c</sup>

**Resumen:** El objetivo del artículo es mostrar los resultados de la investigación cuantitativa sobre los aspectos que influyeron en la capacidad de las mujeres emprendedoras, ubicadas en las ciudades colombianas de Florencia e Ibagué, en la creación y consolidación de sus proyectos productivos. Para tal fin, se aplicó un cuestionario previamente validado a 198 mujeres de estas dos poblaciones, cuya información fue procesada mediante técnicas del Análisis Descriptivo, Componentes Principales y Regresión Lineal Múltiple del Análisis Multivariado. Los hallazgos demostraron que las variables de tiempo como empresaria, definición y posicionamiento estratégico de la empresa, y formación académica recibida por estas mujeres, no solo les permitieron mejorar sus habilidades emprendedoras, sino también sus métodos, su forma de pensar, así como su capacidad para la identificación de oportunidades para nuevos negocios. En la misma línea, se observa que el número de empleados al servicio de la organización también influyó sobre la creación de sus empresas.

**Palabras clave:** empresa; emprendimiento; habilidades emprendedoras; factores de emprendimiento; perdurabilidad empresarial.

**JEL:** L25, L26, M13

**Fecha de recepción:** 20 de marzo de 2019 **Fecha de aprobación:** 20 de abril de 2020

**Disponible en línea:** 30 de junio de 2020.

**Cómo citar:** López Posada, L. M., Rubio Guerrero, G., & Parra Alviz, M. (2020). Caracterización multidimensional de la mujer emprendedora: Caso empírico en los municipios de Florencia (Caquetá) e Ibagué (Tolima), Colombia. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 28(1). <https://doi.org/10.18359/rfce.4012>.

- 
- \* Artículo de investigación científica y tecnológica. Proyecto de Emprendimiento Corporativo (2015-2017) con código 50114, realizado con la financiación del Comité Central de Investigaciones de la Universidad del Tolima, Colombia.
- a** Magíster en Administración de la Universidad del Valle, Colombia. Profesora titular y de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad del Tolima. Ibagué-Tolima, Colombia. Correo electrónico: mparra@ut.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3270-3363>
- b** Doctor en Emprendimiento, Cooperativismo e Innovación Social en Mondragon Unibertsitatea, Facultad de Empresariales, Oñati (Gipuzkoa). Profesora Asociada y de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad del Tolima. Ibagué-Tolima, Colombia. Correo electrónico: lmlopezpo@ut.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5560-3202>
- c** Doctor en Gestión de la Universidad EAN, Colombia. Profesor titular y de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad del Tolima. Ibagué-Tolima, Colombia. Correo electrónico: grubio@ut.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9035-6224>

## *Multidimensional Characterization of the Female Entrepreneur: Empirical Case in the Municipalities of Florencia (Caquetá) and Ibagué (Tolima), Colombia*

**Abstract:** The article intends to show the results of quantitative research into the aspects that influenced the ability of female entrepreneurs in the Colombian cities of Florencia and Ibagué to set up and consolidate their production projects. For this, a previously validated questionnaire was administered to 198 women from these two populations, whose information was then processed using descriptive analysis, principal components, and multiple linear regression of multivariate analysis. The findings demonstrate that the variables of time as an entrepreneur, definition and strategic positioning of the company, and academic training not only allowed these women to improve their entrepreneurial skills, but also their methods, way of thinking, and ability to identify opportunities for new businesses. It is also observed that the number of employees at the service of the organization also influenced the creation of their companies.

**Keywords:** company; entrepreneurship; entrepreneurial skills; entrepreneurship factors; business durability

## *Caracterização multidimensional da mulher empreendedora: caso empírico nos municípios de Florencia (Caquetá) e Ibagué (Tolima), Colômbia*

**Resumo:** O objetivo deste artigo é apresentar os resultados da pesquisa quantitativa sobre os aspectos que influenciaram na capacidade das mulheres empreendedoras, das cidades colombianas de Florencia e Ibagué, na criação e consolidação de seus projetos produtivos. Para isso, foi aplicado um questionário previamente validado a 198 mulheres dessas cidades, cuja informação foi processada mediante técnicas de análise descritiva, componentes principais e regressão linear múltipla da análise multivariada. Os achados demonstram que as variáveis de tempo como empresária, a definição e posicionamento estratégico da empresa, e a formação acadêmica recebida por essas mulheres não somente lhes permitiram melhorar suas habilidades empreendedoras, mas também seus métodos, sua forma de pensar, bem como sua capacidade para identificarem oportunidades para novos negócios. Na mesma linha, foi observado que o número de empregados a serviço da organização também influenciou na criação de suas empresas.

**Palavras-chave:** empresa; empreendimento; habilidades empreendedoras; fatores de empreendimento; longevidade empresarial

## Introducción

El emprendimiento ha cobrado gran importancia en la mayoría de países, y puede ser explicado a partir de dimensiones económicas, sociales e individuales (Khan, Kanwal, Nabi y Shah, 2016) en un contexto de desarrollo nacional, regional y local (Tibaduiza y Calderón, 2020), dado que permite satisfacer necesidades, genera valor agregado a la producción de bienes y servicios (Jennings y Brush, 2013), promueve el desarrollo, dinamiza la economía y aporta a la reducción de la desigualdad (Formichella y Massigoge, 2004; Trujillo, 2019). Una visión conceptual del emprendimiento está enfocada en considerar la creación de empresas como fuente de innovación, competitividad, crecimiento y desarrollo para la sociedad (Sánchez y Fuentes, 2013). Sin embargo, también es posible encontrar analogía entre el grado de innovación y el emprendimiento de un país con su desarrollo (Lundvall, Joseph, Chaminade y Vang, 2011).

El emprendimiento no hace distinción de género, ni de disciplina, ni de edad; es una acción natural, cultural y tradicional propia del ser humano (Amorós y Pizarro, 2006; Osorio y Pereira, 2011; Strobino, 2009). Hacer emprendimiento le ha permitido a la mujer alcanzar niveles de empoderamiento, desarrollo profesional, autorrealización y nuevas oportunidades; sin embargo, las mujeres emprendedoras están afectadas por la desigualdad a nivel estructural y por estereotipos de género (Alario y Morales, 2016; Al-Dajani y Marlow, 2013; Covarrubias y Ochoa, 2017; Londoño, 2019; Munster, 2017).

El estudio de la mujer emprendedora ha cobrado gran interés en la academia (Aponte, 2002; Delmar y Davidsson, 2000; Veciana, Aponte y Urbano, 2005), dado que esta ha ido ganando espacio en el ambiente empresarial, por su empuje, disciplina y compromiso a la hora de crear empresas. Sin embargo, existen cuestionamientos sobre el desempeño de las mujeres y la multifuncionalidad tradicional que deben asumir como empresarias, esposas, madres y estudiantes (Molina, Contreras y López, 2014).

Dentro de este contexto y dada la importancia del emprendimiento, como un factor crítico del desarrollo económico de un país, es indispensable generar un ecosistema que facilite a la mujer el desarrollo de sus proyectos empresariales en condiciones adecuadas, que consulten la realidad que a diario viven ellas en un escenario en el cual desempeñan múltiples roles. En este sentido se plantea la siguiente pregunta de investigación que orientó el estudio: ¿cuáles son aquellos factores que tienen mayor incidencia en la perdurabilidad de las empresas creadas por las mujeres emprendedoras de Florencia (Caquetá) e Ibagué (Tolima)? Para dar respuesta a este interrogante, se empleó una investigación cuantitativa, cuyos datos fueron obtenidos mediante la aplicación de un cuestionario estructurado a una muestra de 107 mujeres emprendedoras de Florencia y 91 de Ibagué.

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo y los datos fueron obtenidos mediante la aplicación de un cuestionario estructurado a una muestra seleccionada aleatoriamente de 107 mujeres emprendedoras en Florencia y 91 en Ibagué. La pregunta de investigación que guió el estudio fue ¿cuáles son aquellos factores que tienen mayor incidencia en la perdurabilidad de las empresas creadas por las mujeres emprendedoras de Florencia (Caquetá) e Ibagué (Tolima)?

## Marco Teórico

El marco teórico se abordó desde dos conceptos que se consideraron de gran relevancia por la misma naturaleza del tema a investigar, como fueron los de *emprendedor* y *emprendimiento femenino*.

### Emprendedor

Según Pfeilstetter (2011) los conceptos de emprendedor y emprendimiento no tienen un significado preciso, pues a pesar de la variada producción de artículos académicos no existe un consenso sobre una definición en particular.

La palabra emprendedor (*entrepreneur*) tiene sus orígenes del francés “*entreprendre*”, es decir “llevar a cabo”, y aparece en el siglo XVIII con el propósito de llamar así a aquellas personas que iniciaban un proyecto (Barrera, 2011, 234). Silva

(2008) señala que el término emprendedor procede de algunas expresiones latinas que tienen como significado ejecutar una labor. Después, fue utilizado para denominar así a quienes comenzaban una empresa innovadora y, finalmente, se enmarcó dentro del contexto del entorno social y económico (González, Cerón y Alcazar, 2010).

Ahora, la Ley 1014 de 2006 del Congreso de la República de Colombia, describe al emprendedor como aquella persona que tiene la habilidad para innovar en la elaboración de bienes y servicios desde un enfoque creativo de forma responsable, ética y efectiva.

El término “emprendedor” hace relación a la capacidad de un individuo por desarrollar o crear productos, servicios o proyectos de empresas (Castrillón y Ricaurte, 2008) con ingenio, inspiración y entusiasmo conllevando cambios significativos a través de la innovación (Sánchez, Vélez y Araujo, 2016). El emprendedor desarrolla acciones por necesidad o por oportunidad de innovar y a la vez se arriesga hacia lo inexplorado; en algunas situaciones trabaja en niveles altos de incertidumbre por los cambios que se presentan de forma inesperada (Bucardo, Saavedra y Camarena, 2015).

El emprendedor, o *entrepreneur*, ha sido definido con base en rasgos de personalidad, entre los cuales se destacan la perseverancia, la automotivación, la innovación, la autonomía, la propensión al riesgo y la autoeficacia entre otros, que se constituyen en factores determinantes para la competencia en los negocios, según su nivel de toma de riesgos, como iniciador en unos casos y como “corredor” en otros. Martz Jr., Biscaccianti, Neil y Williams (2005) argumentan que el *entrepreneur* es aquella persona que crea y administra su propia empresa.

Para Varela (2001), el emprendedor es quien percibe oportunidades y formula decisiones que conlleven al desarrollo de la empresa, a través de la consecución de los recursos necesarios para colocarla en marcha y de esta forma contribuir con el desarrollo de la economía (Primo y Turizo, 2016). Según Schumpeter (2003, [1912]), es aquella persona que se enfoca en la innovación y la búsqueda constante del mejoramiento en los procesos productivos y en las demás actividades que

contribuyan al desarrollo de la sociedad. A su vez, Quintero (2007) afirma que es aquel que busca y aprovecha las oportunidades en el entorno, además es un visionario e innovador con un alto grado de superación.

Herrera y Montoya (2013), por su parte, resaltan que el emprendedor no solo tiene la capacidad de crear un negocio, sino que desarrolla proyectos sociales, ambientales o políticos. Dentro de este mismo contexto, Parra, Rubio y López (2017) hacen énfasis en su perseverancia y constancia; es un agente que lidera un proyecto de empresa y la hace realidad a pesar de las dificultades que tiene que atravesar, asumiendo riesgos y generando valor en sus productos y/o servicios.

Por otro lado, Covarrubias (2005) afirma que no todo emprendedor es un empresario; pero que todo empresario es un emprendedor, siempre y cuando el empresario descubra necesidades insatisfechas, encuentre oportunidades apropiadas para satisfacerlas, asuma esas oportunidades y soporte los riesgos psicosociales y financieros que puedan presentarse al seguir estas acciones. En este sentido, tendrá que conformar y liderar equipos de trabajo capacitados para cumplir con el propósito de suscitar cambios transcendentales en sus unidades de negocios.

La exploración de oportunidades implica estudiar el emprendimiento desde dos perspectivas, una social y otra relacionada con los negocios, en tanto que toda actividad empresarial conduce al logro de una rentabilidad que redunde en el mejoramiento de las condiciones de vida de los emprendedores (Austin, Stevenson y Wei-Skillern, 2006; Corner y Ho, 2010; Gaglio y Katz, 2001). Nicolás y Rubio (2012) señalan que cuando se toma la iniciativa de crear empresa y colocarla en desarrollo, se estaría contribuyendo con el aspecto social, dado que se genera empleo y calidad de vida para sus empleados, además de riqueza.

A su vez Chiavenato y Sapiro (2011) afirman que el emprendedor no solo es un fundador de nuevas organizaciones o constructor de nuevos negocios, además es un estratega que apalanca recursos, promueve talentos, concreta ideas y descubre oportunidades (Dess, Lumpkin y Eisner, 2011).

## Emprendimiento femenino.

Aunque la mujer ha adquirido ciertos espacios en el medio empresarial, existe poca literatura que estudie el emprendimiento femenino y esto obedece a la escasa generación de empresas por parte de las mujeres (Justo, 2008). De hecho, este proceso ha sido paulatino y, en las estadísticas sobre la creación de empresas por parte de las mujeres, no ha sido un factor lo suficientemente representativo.

Actualmente, la mujer ha venido rompiendo con los estereotipos culturales y sociales mediante los procesos de formación académica, por lo que ha avanzado en el campo laboral, empresarial y profesional (Segura y Pintor, 2010; Forero, 2019); además, se nota un incremento significativo de su participación en el emprendimiento empresarial, como se observa en el Global *Entrepreneurship Monitor* (GEM) (2018).

Sin embargo, a pesar del esfuerzo que ha hecho la mujer por ganar los espacios antes mencionados, sigue enfrentada a muchas dificultades que le impiden seguir avanzado, entre las cuales se destacan responsabilidades domésticas, como el cuidado de los niños (Olaz, Ángel y Ortiz, 2017), los estereotipos sociales, sus propias percepciones, el principio del logro y los ideales juveniles que Burin (2007) denomina “techo de cristal”. Estos aspectos de cierta forma han incidido en que la mujer sea menos emprendedora que los hombres, y si lo hace incursiona en negocios muy pequeños, fundamentalmente en el sector de servicios (Anna, Chandler, Jansen y Mero, 2000).

Consecuente con lo anterior, García, García y Lira (2016) exponen que uno de los criterios por los que las mujeres deciden emprender principalmente negocios pequeños obedece a que se enfrentan a problemas relacionados con el acceso al capital, acompañamiento de las familias y poca asesoría, entre otros. En este mismo sentido, Hossain, Naser, Zaman y Nuseibeh (2009) señalan que, en ciertos países, la mujer es educada bajo ciertos parámetros culturales (machismo-conservador) inculcan en ellas ciertas inseguridades a la hora de enfrentarse al mundo empresarial.

Debido a factores culturales y sociales, las mujeres son menos emprendedoras que los hombres

(González, 2001) y tienen menos deseos de poner en marcha su propio negocio (Rodríguez y Santos, 2010). Esta tesis es ratificada por Martínez, Mira y Gómez (2012), quienes plantean que la tasa de participación femenina en la creación de empresas es menor que la masculina. Esta afirmación se corrobora con los resultados del GEM (2017, 2019), donde se evidencia que desde el 2006, en Colombia, la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, por sus siglas en inglés) de los hombres con respecto al de las mujeres ha sido estable y en algunos momentos superior. Sin embargo, para el 2018 la TEA de los hombres aumentó en un 5.7% en relación con el 2017 y, por el contrario, la TEA de las mujeres disminuyó en un 0.4%.

En este mismo orden de ideas, se podría señalar que la fuerza laboral de las mujeres está muy por debajo con relación a la de los hombres (López y González, 2015). Adicionalmente, se ha planteado que las mujeres han venido realizando labores no muy bien remuneradas y muchas de ellas se encuentran en el sector informal (Elborgh *et al.*, 2013). El Banco Mundial, citado por Larroul (2005), argumenta que entre un 25% y 35% de las personas que inician empresas corresponden a mujeres en Latinoamérica, cifra muy baja si se tiene en cuenta que ellas están generando valor con sus desarrollos empresariales.

Larroul (2005), citando a la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2004), manifiesta que las mujeres con sus emprendimientos contribuyen a la generación de empleo y riqueza en sus países de origen y en sus hogares. En este sentido, algunos autores explican que, si bien es cierto que las mujeres han adquirido importancia económica, el porcentaje continúa siendo inferior al de los hombres (Verheul, Van Stel y Thurik, 2006, 152). De acuerdo con Reynolds, Bygrave, Autio, Cox y Hay (2002) los hombres tienen cerca de dos veces más la posibilidad de estar involucrados en la actividad empresarial que las mujeres (gem, 2009; Minniti, Arenius y Langowitz, 2005).

Segura y Pintor (2010) agregan que en los rangos de edades de las mujeres entre 18-24 y 45-54 años, sobresalen los emprendimientos por oportunidad, y entre los rangos de los 25 a 34 años y 55 a 64 años sobresalen los emprendimientos por

necesidad. Según el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (Sela) (2010), las mujeres con menores niveles de educación tienden a iniciar emprendimientos por necesidad ubicándose en el sector de la informalidad, disminuyendo de cierta forma todas las posibilidades de crecimiento. En cambio, las emprendedoras con niveles educativos altos tienen confianza en sus capacidades, lo que favorece la relación entre la educación, la autoconfianza y un mayor nivel de ingresos (Londoño, 2019). Adicionalmente a este hecho, a mayor nivel educativo disminuyen los emprendimientos por necesidad y aumentan los de oportunidad; estas emprendedoras se desarrollan profesionalmente conciliando la vida familiar con el trabajo (Escandón *et al.*, 2016; Alario y Morales, 2016).

Con respecto al perfil personal de las empresarias-emprendedoras, Sonfield, Lussier, Corman y McKinney (2001), Castiblanco (2013), Bucardo *et al.* (2015) sostienen que las mujeres tienen menor disposición al riesgo que los hombres, dado que la mujer tiene menos confianza en su proceso de toma de decisiones y los resultados de las mismas, asimismo para ellas la calidad de vida es estimada por encima de la rentabilidad. Estos autores mencionan que las mujeres se apoyan más en redes sociales y menos en prácticas individuales sistemáticas en su toma estratégica de decisiones. Además, las estructuras organizacionales de las empresas creadas o administradas por mujeres son descritas como redes horizontales y el proceso decisional es participativo.

Morales (2006), Hernández, Herrera y Chávez (2015) y Londoño (2019) afirman que existen variables que inciden a la hora de crear empresa, como el tipo de género (Forero, 2019), acceso a capital, educación, políticas de Estado y la familia. Esto permite inferir que la mujer se ve enfrentada a muchas situaciones que le dificultan el crecimiento de sus empresas, porque todavía sigue siendo discriminada, lo que le impide acceder de forma rápida a los créditos bancarios (Lado, Vivel y Seijas, 2017), o porque su nivel de educación sigue siendo precario, o por una carencia de políticas del Estado que fomente y apoye iniciativas empresariales, y en muchas ocasiones no cuenta con el apoyo de la familia, dificultando aún más esta aventura de crear empresa.

La mayoría de los empresarios, tanto hombres como mujeres, tienen experiencia laboral antes de iniciar sus propios negocios; pero se ha demostrado que las mujeres empresarias acreditan menor experiencia a la hora de crear empresas y, por consiguiente, presentan mayores dificultades para asumir los trámites relacionados con la regulación del negocio. En ocasiones, la experiencia es complementada con la de otros; es decir, miembros familiares que sirvieron como modelos de rol o mentores (Orhan y Scott, 2001) para el desarrollo y surgimiento de la nueva empresa.

Varios estudios plantean que existen barreras para las mujeres a la hora de crear empresa, como es el caso del acceso limitado a servicios financieros (Lado, Vivel y Seijas, 2017) donde se presentan dificultades a la hora de reunir el capital inicial necesario para poner en marcha el negocio (Acosta, Zambrano y Suárez, 2017; Godwin *et al.*, 2006; Jaka y Shava, 2018; Khan, Kanwal, Nabi y Shah, 2016; Moreno, 2015; Valenzuela, 2004; Verheul y Thurik, 2001; Verheul *et al.*, 2006). Esta falta de crédito es altamente limitante porque, como lo muestra Cabal (1993), las empresas que perciben crédito del sector formal aumentan el número de trabajadores asalariados y tienden a permanecer más en el tiempo.

Para Marlow y Patton (2005) y Bonilla (1990) el acceso a las finanzas son un elemento crítico para el rendimiento inicial de cualquier empresa. Algunos estudios han mostrado que existen diferencias en cuanto a las empresas creadas por mujeres y las empresas creadas por hombres (Cabal, 1993), y por lo tanto las microempresarias enfrentan problemas particulares relacionados con: (1) la visibilidad de su actividad empresarial dado que no hay una clara separación entre las actividades para la microempresa y para el trabajo doméstico (Olaz, Ángel y Ortiz, 2017); (2) su baja autopercepción como empresaria; (3) el apoyo limitado de las instancias gubernamentales y no gubernamentales, que no la visualizan como empresaria con necesidades y demandas diferentes a las del hombre microempresario; (4) el tamaño muy reducido de sus microempresas, que dificulta la atención adecuada a sus requerimientos de apoyo empresarial, y (5) la falta de acceso a servicios financieros (Lado, Vivel

y Seijas, 2017) y técnicos confiables (Valenzuela, 2004; Godwin *et al.*, 2006; Verheul y Thurik, 2001; Verheul *et al.*, 2006).

A pesar de las grandes dificultades que han tenido que sortear las mujeres a lo largo de la historia para crear empresas, la participación femenina en el emprendimiento empresarial ha ido en aumento (Cataño, 2015), si bien se requiere contar más con el apoyo del Estado para que propicie el acompañamiento a las iniciativas presentadas por estas emprendedoras y así lograr un equilibrio entre la tea de hombres y mujeres. Actualmente existen distintos aspectos que permiten a las mujeres incursionar en el mercado. Como sociedad se debe propiciar la innovación y las oportunidades equitativas para aquellas mujeres emprendedoras, cuyos objetivos enmarcan no solo un crecimiento en su vida personal, sino un desarrollo empresarial altamente reconocido y valorado. No se trata de una lucha de géneros, sino de un esfuerzo por la unidad y la equidad.

## Metodología

La investigación estuvo soportada en el paradigma cuantitativo, la información se obtuvo mediante un cuestionario estructurado, aplicado a una muestra seleccionada aleatoriamente de una población de 400 mujeres empresarias de las ciudades de Ibagué (Tolima) y Florencia (Caquetá), con base en la información suministrada por las oficinas del Sistema de Selección de Beneficiarios para Programas Sociales (Sisbén) de ambas localidades. El cálculo de la muestra fue realizado a través de un muestreo aleatorio simple y correspondió a 198 mujeres emprendedoras (107 de Florencia y 91 de Ibagué), considerando un nivel de confiabilidad del 95% y un error del 5%.

Igualmente, el estudio tuvo un enfoque descriptivo, ya que caracterizó diferentes fenómenos y contextos (Hernández, Fernández y Baptista 2014, p. 92). Adicionalmente, se trató de una investigación de campo, descrita por Arias (2006) como aquella que radica en ir directamente a los sujetos a investigar sin manipular ninguna de las variables.

El instrumento de recolección de datos se elaboró con base en la observación y verificación de

literatura, de donde se extrajeron las variables que conformaron las dimensiones que se contrastaron con la técnica de Componentes Principales (Tabla 6) y cuyos ítems se organización en una escala ordinal (Likert). Posteriormente, se validó aplicándolo a una muestra piloto compuesta por el 10% de la muestra total (Malhotra, 2008), surgiendo la necesidad de realizarle algunos ajustes, que al final permitieron obtener un coeficiente Alfa de Cronbach de 0.781 (Tabla 1) considerado adecuado para este tipo de estudios (Nunnally, 1978; George y Mallery 2003).

**Tabla 1.** Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	n.º de elementos
,781	64

Fuente: elaboración propia.

En una primera etapa, se presentan los estadísticos descriptivos de las variables examinadas (Tabla 2), que dan cuenta de los aspectos más importantes de la población estudiada. Posteriormente se presenta el análisis factorial (AF) para la reducción de la dimensionalidad, con el objeto de explicar el fenómeno desde unas pocas perspectivas (Martín, Cabero y de Paz, 2008; Guisande, Vaamonde y Barreiro, 2011; Pérez, 2009; Valderrey, 2010) y por último el análisis de regresión lineal por Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO), para determinar el impacto de algunas variables sobre la capacidad emprendedora de las mujeres en estudio.

**Tabla 2.** Descripción de las variables de la investigación

Ed	Edad	Pe	Problemas afrontados como mujer empresaria
Ci	Ciudad donde vive actualmente	Ag	Apoyo recibido del gobierno como empresaria
Pf	Ferias empresariales	Au	Apoyo recibido de una universidad como empresaria

<b>Td</b>	Toma de decisiones de alta responsabilidad	<b>Mk</b>	Definición de las políticas de marketing
<b>Te</b>	Tiempo como empresaria	<b>He</b>	La formación recibida le ha permitido mejorar sus habilidades emprendedoras.
<b>Se</b>	Sector laborado anteriormente	<b>Mm</b>	La formación recibida le ha permitido mejorar sus conocimientos empresariales.
<b>Ee</b>	Sector económico de la empresa	<b>Pn</b>	La formación recibida le ha permitido mejorar sus métodos y forma de pensar.
<b>Tc</b>	Tiempo de creación de la empresa	<b>Fo</b>	La formación recibida le ha fortalecido la actitud empresarial.
<b>Ff</b>	Fuente de financiamiento	<b>Pl</b>	Importancia del planeamiento estratégico, táctico y operativo de la empresa.
<b>On</b>	Oportunidades para nuevos negocios	<b>So</b>	Actualmente tiene socios.
<b>De</b>	Posicionamiento estratégico de la empresa.	<b>Dj</b>	Forma jurídica y mercantil de la empresa.
<b>Em</b>	Cantidad de empleados directos vinculados a la empresa.		

Fuente: elaboración propia.

## Discusión de resultados

Desde la perspectiva del análisis descriptivo se destacan, como aspectos significativos, que el 58.1% de las mujeres emprendedoras oscila entre las edades de 30 a 41 años y el 30.8% corresponde a mujeres que tienen más de 40 años. Lo anterior guarda estrecha relación con lo planteado por GEM (2017), dado que la mayoría de los colombianos que emprendieron en el 2017 y 2018 se encontraban entre los 35 y los 44 años de edad. Este resultado muestra que las mujeres mayores afrontan los emprendimientos con mayor seguridad, pues han adquirido destrezas, conocimientos y experiencia (Parra, Rubio y López, 2017; Herrera y Montoya, 2013).

Con respecto a la pregunta de si en alguna oportunidad ellas participaron en ferias empresariales o ruedas de negocios para promocionar su empresa, se encontró que el 25.3% sí lo había hecho y el 74.7% respondió que no había participado en esos eventos. Lo anterior se explica en el hecho que ellas se apoyan más en redes sociales (Sonfield *et al.*, 2001) que les permiten acceder a más personas por un costo muy bajo y con un impacto mayor en sus resultados. Actualmente, las redes sociales están jugando un rol importante en los emprendimientos, dado que estas les permiten ver oportunidades y ampliar su nicho de mercado.

En relación con la toma de decisiones, se encontró que el 36.4% de estas empresarias, durante su desempeño laboral, ha tomado decisiones de alta responsabilidad solo algunas veces (McKinney, 2001); mientras que el 63.7% lo ha hecho frecuentemente. Se ha observado en la literatura al respecto que, cuando se les presentan problemas complejos, las mujeres analizan detalladamente cada alternativa de solución y luego toman la decisión que consideran más acertada (Sonfield *et al.*, 2001, 167). Sin embargo, estos autores sostienen que las mujeres tienen menor disposición al riesgo que los hombres, debido a que tienen menos confianza en su proceso de toma de decisiones y en el resultado de estas. Tanto Digan, Sahi, Mantok y Patel (2019) como Ambepitiya y Yongqiang (2019) resaltan que el empoderamiento mediado por la autoconfianza mejora los rendimientos de las empresas de las mujeres.

Con respecto al tiempo de emprendimiento, el 36.9% de las mujeres encuestadas lleva tres años o menos desarrollando sus emprendimientos; el 28,3% lleva entre tres y cinco años, lo cual evidencia la estabilidad de estos emprendimientos; el 23.7% tiene entre cinco y siete años en este proceso y solo un 11.1% lleva más de diez años, evidenciándose en este caso un trabajo continuo y dedicado en su actividad empresarial. Como se puede apreciar, son muy pocas las mujeres que han superado la barrera de los 5 años. Al respecto Morales (2006) señala que tanto la familia como los estereotipos culturales les han impedido consagrarse como emprendedoras.

En este mismo sentido, cuando se les preguntó sobre su desempeño laboral antes de ser

empresarias, se verificó que el 30.8% de estas mujeres estaba vinculado con el sector público, el 30.3% con el sector privado, el 17.7% con ambos sectores y el 21.2% no respondió. De los hallazgos anteriores se infiere que la mayoría de ellas contaba con experiencia en conocimientos y destrezas (Orhan y Scott, 2001), que les contribuyeron en la creación y desarrollo de sus empresas.

Con relación a las fuentes de financiamiento se encontró que el 53% de las mujeres empresarias apalancó sus emprendimientos con recursos propios, el 38.9% con créditos bancarios y el 7.5% se financió con dinero ahorrado de cesantías, programas de ayuda a empresas y crédito extrabancario (Valenzuela, 2004; Godwin *et al.*, 2006; Verheul y Thurik, 2001; Verheul *et al.*, 2006).

La falta de apoyo de las distintas organizaciones y entidades del Estado hace que las mujeres emprendedoras no cuenten con la posibilidad de financiar sus emprendimientos. Pero más que la falta de recursos financieros es evidente la ausencia de acompañamiento y de institucionalización efectiva de la ley de emprendimiento. De otra parte, se carece de apoyo técnico para garantizar la evolución y desarrollo de iniciativas emprendedoras. Esta situación llama la atención al poner de manifiesto la urgencia de asegurar fuentes de recursos, para garantizar el éxito de las propuestas de emprendimiento y llevarlas al límite de madurez como empresas consolidadas (García, García y Lira 2016).

Cuando se les cuestionó sobre si han detectado oportunidades para crear nuevos negocios (Varela, 2001; Quintero, 2007; Bucardo *et al.*, 2015; Covarrubias, 2017), el 31.3% de las mujeres respondió que muy pocas veces y el 68.7% de ellas expresó que lo ha realizado frecuentemente. Con respecto al cuestionamiento de si en la formación (Valenzuela, 2004) que han recibido estas empresarias, sobre la definición y posicionamiento estratégico de sus empresas, las respuestas han sido pertinentes: el 50.5% se mostró de acuerdo con esta afirmación, el 18.2% de ellas en desacuerdo y el 31.3% no respondió. De estos resultados se deduce que un porcentaje significativo de las emprendedoras no ha participado en estos procesos de capacitación y quienes lo han hecho no se han sentido satisfechas con los mismos, lo cual exige de las instancias respectivas su revisión y ajuste, además de sensibilizarlas en la importancia de contar con el

conocimiento necesario que les permita la supervivencia de sus empresas.

En lo relacionado con el acompañamiento que han recibido del gobierno, el 73.2% de las mujeres empresarias manifestó no haber obtenido ninguna ayuda del Estado (Cabal, 1993; Valenzuela, 2004); en este mismo sentido, el 98% de estas emprendedoras manifestó no haber contado con el respaldo de ninguna institución de educación superior en lo que respecta a capacitaciones o asesorías. Para suplir este hecho ellas han tomado cursos de marketing y emprendimiento, los cuales han calificado como buenos en un 49.5%; regulares en un y un 33.3% sin respuesta.

En la misma dirección anterior, desde la perspectiva de la formación que han recibido, el 70.2% de ellas respondió que sí había contribuido a mejorar sus habilidades emprendedoras; el 29.5% manifestó que no les había contribuido en nada, lo que confirma las afirmaciones de Valenzuela (2004) y Morales (2006). Es una realidad que una capacitación pertinente y de calidad, conlleva a mejorar los procesos y a lograr el éxito empresarial (GEM, 2017). Adicionalmente, el 68.7% de las emprendedoras indicó que esta formación les ha permitido definir su plan de negocios, mientras que el 31.3% se expresó en sentido contrario. A su vez, el 66.2% argumentó que esa misma formación les ha facilitado mejorar sus métodos y formas de pensar; sin embargo, un 33.8% dijo que no era así. El 70.7% de las emprendedoras manifestó que la formación recibida les ha ayudado a fortalecer su actitud empresarial y el 29.2% se mostró contrario a esta afirmación. Estas respuestas evidencian una postura heterogénea de las mujeres emprendedoras, no obstante, la mayoría de ellas reconocen las bondades de los programas de formación y capacitación (Valenzuela, 2004; SELA, 2010; Morales, 2006).

Con referencia al número de empleos directos generados por las unidades productivas, se encontró que un 93.4% de estas empresarias manifestó tener entre 1 y 11 empleados y tan solo 4% entre 12 y 25. Con base en estos hallazgos, se tiene que prácticamente todas estas empresas se catalogan como pequeñas (GEM, 2017). Sin embargo, es importante considerar lo expuesto por Austin, Stevenson y Wei-Skillern, (2006); Corner y Ho, (2010); Gaglio y Katz, (2001) y Nicolás y Rubio (2012), al argumentar que cuando un individuo crea empresa,

contribuye con la generación de empleo y riqueza, por pequeño que sea este aporte.

Entre los problemas más significativos que estas mujeres han enfrentado en su calidad de empresarias se encuentran los conflictos familiares con un 39.4% (Segura y Pintor, 2010) y la falta de apoyo económico, con un 36.4% (Valenzuela, 2004). Los conflictos familiares se dan porque las mujeres han visto la necesidad de romper con los estereotipos culturales y sociales para ir en busca de un crecimiento profesional y laboral. Con respecto a la falta de apoyo económico, las mujeres se ven enfrentadas a esto por la poca confianza que hay en sus emprendimientos, lo que conlleva a un limitado acceso a los servicios financieros. Esta falta de crédito es un limitante, porque a mayor acceso a créditos, mayor posibilidad de aumentar los empleos formales (Cabal, 1993).

El 64.6% de estas mujeres manifiesta que frecuentemente desarrollan planes estratégicos y operativos en su desempeño como empresarias, mientras que el 35.4% de ellas dijo hacerlo algunas veces o nunca lo hacían. Este dato está muy relacionado con el de la formación y coincide con las apreciaciones de Valenzuela (2004), SELA (2010), Morales (2006) y Chiavenato y Sapiro (2011). De hecho, sin un marco estratégico que guíe la toma de decisiones no solo en las organizaciones de estas emprendedoras, sino en todas, los resultados no podrán ser prometedores (Chiavenato y Sapiro, 2011). Conforme la empresa va creciendo, se requiere contar con directrices claras y con el respaldo de los colaboradores para el logro de los objetivos. Además, algunas de las mujeres encuestadas caen en la operatividad del día a día, sin darle relevancia a los temas estratégicos, porque no los ven como un aspecto crucial para su empresa.

Por último, frente al hecho de si estaban asociadas actualmente con otras personas o empresas, el 67.7% de las emprendedoras dijo que no y el 31.8% expresó que sí, lo que coincide con Morales (2006). Se corrobora con esta respuesta el individualismo que predomina en las personas, el cual en muchas oportunidades impide que las organizaciones sean más productivas, utilizando eficientemente los recursos humanos, naturales,

financieros y sociales dispuestos para un resultado colectivo (Gottret, Junkin y Ugarte, 2011; Rodríguez, Ramírez y Restrepo, 2018).

Con respecto al análisis factorial (AF) aplicado en el contexto de este estudio para la reducción de la dimensionalidad, se encontró que es pertinente para este caso según se demuestra en la Tabla 3, donde se evidencian los estadísticos de la prueba de esfericidad de Bartlett y la medida de adecuación de Kaiser-Meyer y Olkin (KMO). El primero de ellos da cuenta del nivel de correlación existente entre las variables estudiadas y permite corroborar la pertinencia del af. El KMO, por su valor relativamente alto (0.77), indica que las magnitudes de los coeficientes de correlación son altos y por lo tanto es aconsejable la práctica del AF (Martín, Cabero y de Paz, 2008; Guisande, Vaamonde y Barreiro, 2011).

**Tabla 3.** KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,770
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	2086,295
	gl	231
	Sig.	,000

Fuente: elaboración propia.

En esta misma dirección, en la Tabla 4 se muestra la varianza total explicada que permitió seleccionar el menor número de dimensiones o componentes que representarían a las 22 variables estudiadas con una pérdida mínima de información. En este sentido se tomaron las 6 dimensiones con autovalores mayores que 1, que correspondieron a las seis primeras (5.223, 2.811, 1.799, 1.398, 1.313 y 1.227).

El porcentaje de variabilidad que explica cada uno de los factores es de 23.740, 12.776, 8.177, 6.355, 5.969 y 5.579, para un total de varianza explicada de 62.597, que se considera una cantidad razonable (Martín, Cabero y de Paz, 2008; Guisande, Vaamonde y Barreiro, 2011; Pérez, 2009).

**Tabla 4.** Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	5,223	23,740	23,740	5,223	23,740	23,740	4,118	18,720	18,720
2	2,811	12,776	36,516	2,811	12,776	36,516	2,507	11,396	30,116
3	1,799	8,177	44,694	1,799	8,177	44,694	2,393	10,876	40,992
4	1,398	6,355	51,048	1,398	6,355	51,048	1,784	8,108	49,099
5	1,313	5,969	57,018	1,313	5,969	57,018	1,640	7,455	56,554
6	1,227	5,579	62,597	1,227	5,579	62,597	1,330	6,043	62,597

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: elaboración propia.

Según se aprecia en la Tabla 5, allí se encuentran los seis componentes seleccionados, que se caracterizan porque los atributos contenidos en cada uno de ellos están muy correlacionados entre sí y no así con las variables de las otras dimensiones, lo cual se explica por el tipo de rotación empleada que en este caso fue Varimax. Se observa también que en la primera dimensión se hallan 4 variables (Fo, He, Mm y Pn), todas ellas con saturaciones superiores a 0.40 establecido como valor mínimo de carga factorial; en la segunda categoría hay 4 ítems (On, Pl, Td y Ci); en la tercera hay 4 (Mk, De, Dj y So); en la cuarta 2 (Se y Ag); en la quinta 5 (Te, Ed, Au, Pe y Pf) y en la sexta 2 (Ff y Em).

En el primer factor se destaca la correlación e importancia que ha tenido la formación obtenida por estas empresarias (Valenzuela, 2004; SELA, 2010; Morales, 2006) en el fortalecimiento de su actitud empresarial, en el mejoramiento de sus habilidades emprendedoras, en el mejoramiento de sus métodos y forma de pensar, y en la definición y consolidación de sus planes de negocios, resultados estos que coinciden con el análisis descriptivo.

Con respecto a la segunda dimensión se evidencia la asociación existente entre las variables relacionadas: la identificación de oportunidades (Covarrubias, 2017), la planeación estratégica (Carlock y Ward (2003), la toma de decisiones (Sonfield *et al.*, 2001) y la ciudad de ubicación de las emprendedoras (Valenzuela, 2004), que destacan algunas de las características fundamentales de la acción emprendedora.

En la tercera categoría se localizan las políticas de marketing, definición y posicionamiento estratégico de la empresa (Brush, 1992), la forma jurídica de la organización y la vinculación de socios en el proyecto empresarial (Ascencio, 2006), que apuntan al relacionamiento de la empresa con su mercado para la explotación de oportunidades, la gestión organizacional y la consolidación del proyecto emprendedor. La experiencia laboral de las empresarias (Morales, 2006) y el apoyo de las entidades gubernamentales, variables ubicadas en el cuarto factor, resaltan la importancia que tiene para el emprendimiento el hecho de que estas mujeres hayan trabajado anteriormente y reciban apoyo del gobierno para sus proyectos.

La quinta dimensión resalta el tiempo que llevan ellas como empresarias, su edad, el apoyo que reciben de las universidades, los problemas que han afrontado en su iniciativa empresarial y la participación en ferias y ruedas de negocios, que ponen a prueba la tenacidad de estas emprendedoras por sacar adelante sus organizaciones, no obstante las dificultades a las que deben enfrentarse. La última dimensión reúne las fuentes de financiamiento (Godwin *et al.*, 2006; Verheul y Thurik, 2001; Verheul *et al.*, 2006) y el número de empleados vinculados, aspectos estos que señalan la importancia que representan, para los emprendimientos, tanto el capital necesario para poner en marcha los proyectos, como la disposición del talento humano idóneo para la consolidación de la empresa (Tabla 5).

**Tabla 5.** Matriz de componentes rotadosaa

	Componente					
	1	2	3	4	5	6
Fo	,912					
He	,901					
Mm	,890					
Pn	,869					
On		,821				
Pi		,758				
Td		,725				
Ci		,624				
Ee						
Mk	,491		,793			
De	,402		,791			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Método de rotación: normalización Varimax con Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 9 iteraciones.

**Fuente:** elaboración propia.

Como se indicó anteriormente, la matriz de componentes rotados de la Tabla 5 muestra la correlación existente entre las variables que se encuentran en cada uno de los factores, sin embargo, no permite establecer relaciones de dependencia entre estas, por lo cual se hace necesario utilizar para tal efecto un modelo de regresión lineal múltiple.

**Tabla 6.** Anova<sup>a</sup>

Modelo		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	142,491	22	6,477	13,384	,000 <sup>b</sup>
	Residual	84,686	175	,484		
	Total	227,177	197			

**Fuente:** elaboración propia.

a Variable dependiente: Tiempo de creación de la empresa

b Variables predictoras: (constante), Te, Mk, Em, Ee, On, Ff, So, Au, Pf, Se, Ed, Pe, Ci, Td, Ag, He, Pl, Mm, Pn, De, Dj, Fo

**Tabla 7.** Resumen del modelo <sup>b</sup>

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típico de la estimación	Durbin-Watson
1	,792a	,627	,580	,69564	1,919

**Fuente:** elaboración propia.

a Variables predictoras: (constante), Te, Mk, Em, Ee, On, Ff, So, Au, Pf, Se, Ed, Pe, Ci, Td, Ag, He, Pl, Mm, Pn, De, Dj, F

b Variable dependiente: tiempo de creación de la empresa

La Tabla 6 del análisis de varianza permite contrastar la hipótesis nula  $H^0$ : "no existe regresión", por lo cual con una F de Snedecor igual a 13.384 y un p-valor de 0, la regresión es significativa para cualquier nivel de significancia. La variable dependiente seleccionada fue: "tiempo de creación de la empresa" (Tc) y como independientes los otros 22 atributos (Tabla 2).

En la Tabla 7 se muestran los parámetros del modelo: el coeficiente de correlación "R" con un valor de 0.792, que señala que las variables están muy relacionadas, el coeficiente de determinación "R<sup>2</sup>" con un valor de 0.627, que señala que los atributos independientes analizados explican en un 62.7% la duración de los emprendimientos de las mujeres estudiadas. Los ítems independientes que más contribuyen a la perdurabilidad de las iniciativas emprendedoras son: el tiempo que han permanecido como empresarias, el posicionamiento estratégico de la empresa, la formación que ellas han recibido en cuanto al mejoramiento de sus habilidades emprendedoras, la formación que han recibido para mejorar sus métodos y formas de pensar, oportunidades de nuevos negocios y los empleos directos que han generado. En esta misma tabla se tiene el estadístico de Durbin-Watson, con un valor de 1.919 muy cercano a 2 que significa que los residuos están incorrelados y por ende las observaciones, lo cual corrobora que estas se ajustan al modelo de regresión lineal.

En la Tabla 8 se presentan los coeficientes del modelo con los cuales se formula la ecuación de regresión. Antes de este procedimiento, sin embargo, se debe contrastar la hipótesis relacionada con la significancia de los parámetros ( $\alpha$ ), es decir, si estos son diferentes de cero en la población ( $H_0: \alpha_i=0$ ). Como puede evidenciarse en esta tabla, se encuentra que efectivamente son significativos al 95% ( $\alpha < 0,05$ ) y en consecuencia se rechaza la hipótesis nula. Con base en este hecho se observa que, de

acuerdo con su nivel de significancia, las variables *Te*, *De*, *He*, *On*, *Pn* y *Em* y la constante entran a formar parte del modelo de regresión lineal múltiple, el cual se configura de la siguiente forma:

$$Tc = 0 + 0.536 * ZTe + 0.275 * ZDe + 0.233 * ZHe + 0.211 * ZOn + 0.201 * ZPn + 0.137 * ZEm + \epsilon$$

Donde,

“*Tc*” es la variable dependiente; *Te*, *De*, *He*, *On*, *Pn* y *Em* las independientes y  $\epsilon$  es el error.

**Tabla 8.** Coeficientes<sup>a</sup> del modelo

Modelo B		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig. Límite inferior	Intervalo de confianza de 95,0% para B		Estadísticos de colinealidad	
		Error típ.	Beta				Límite superior	Tolerancia	FIV	
1	(Constante)	4,288	,979		4,380	,000	2,356	6,219		
	Ag	,065	,035	,111	1,855	,065	-,004	,134	,591	1,691
	Ee	-,375	,129	-,141	-2,915	,004	-,628	-,121	,916	1,092
	Ff	-,206	,058	-,183	-3,576	,000	-,320	-,092	,811	1,232
	Pe	-,079	,046	-,093	-1,715	,088	-,169	,012	,719	1,391
	Pf	-,243	,127	-,098	-1,909	,058	-,494	,008	,801	1,249
	Td	-,149	,064	-,138	-2,330	,021	-,275	-,023	,604	1,655
	On	,228	,080	,211	2,854	,005	,070	,385	,389	2,574
	He	,323	,151	,233	2,137	,034	,025	,622	,179	5,587
	Pn	,288	,128	,201	2,252	,026	,036	,540	,268	3,733
	Mk	-,345	,154	-,288	-2,235	,027	-,649	-,040	,128	7,817
	Se	,090	,053	,094	1,688	,093	-,015	,195	,693	1,443
	Mm	-,216	,136	-,169	-1,584	,115	-,485	,053	,187	5,346
	Ed	-,079	,054	-,079	-1,444	,150	-,186	,029	,710	1,408
	Pl	,131	,087	,115	1,500	,135	-,041	,303	,363	2,754
	Fo	-,566	,169	-,440	-3,349	,001	-,899	-,232	,124	8,085
	Au	-,625	,391	-,082	-1,601	,111	-1,396	,145	,809	1,235
	So	-,203	,117	-,090	-1,735	,084	-,433	,028	,795	1,258
	Em	,226	,081	,137	2,786	,006	,066	,385	,878	1,139
	Ci	-,363	,124	-,169	-2,923	,004	-,608	-,118	,639	1,566
	Dj	,205	,119	,170	1,724	,086	-,030	,440	,220	4,548
	De	,333	,110	,275	3,034	,003	,116	,550	,260	3,850
	Te	,521	,059	,536	8,887	,000	,405	,637	,585	1,709

a. Variable dependiente: tiempo de creación de la empresa (*Tc*)

Fuente: elaboración propia.)

Por último, debe considerarse que la limitación más importante que tuvo la investigación fue el acceso a una mayor cantidad de información suministrada por parte de las emprendedoras, lo cual se vio reflejado en la tasa de respuesta de algunas variables, las cuales en un porcentaje significativo no fueron diligenciadas, o bien por desconocimiento, o bien simplemente por mantener en reserva algunos datos que ellas consideraron no debían exponer.

## Conclusiones

El emprendimiento es un fenómeno multidimensional que comprende aspectos generales y particulares. Entre los primeros se destaca el ecosistema emprendedor que provee o no los instrumentos de apoyo a la iniciativa emprendedora, entre los cuales pueden mencionarse el respaldo de las instituciones gubernamentales y la existencia de fuentes de financiamiento. A su vez, dentro de los aspectos específicos se encuentran las características de los emprendedores y su capacidad para tomar decisiones, entre otras variables que marcan la diferencia en la perdurabilidad de sus empresas.

A pesar de que las mujeres han ido ganando protagonismo en el campo empresarial, siguen existiendo obstáculos en lo que respecta a la financiación, o al apoyo de la familia y de las instituciones para crear o sacar adelante una empresa. Sin embargo, se evidenció que las empresas que están dirigiendo las mujeres vienen contribuyendo con el desarrollo de la región, dado que generan empleos.

El tiempo que estas mujeres llevan como empresarias está directamente relacionado, de una parte, con el período de creación de sus organizaciones, lo cual se explica por la experiencia adquirida que les da el conocimiento, la experticia y la seguridad en sus proyectos empresariales. De otra parte, la definición y posicionamiento estratégico de la empresa también resultó ser un factor determinante en su duración, lo cual resulta obvio teniendo en cuenta que, en la medida que las organizaciones hayan sido debidamente planificadas, la probabilidad de que permanezcan en el tiempo o por lo menos sobrevivan es mucho mayor.

Igualmente, otro aspecto crítico en la perdurabilidad empresarial, según lo expresado por las mujeres emprendedoras entrevistadas, es la formación

que ellas han recibido a través del tiempo y que les ha permitido mejorar sus habilidades emprendedoras, así como los métodos y formas de pensar. En este sentido es importante acotar que el conocimiento de las actividades empresariales resulta fundamental para la gestión de las organizaciones, ya que provee las herramientas necesarias para afrontar las decisiones en el ámbito de las funciones administrativas.

Otro de los elementos que el modelo de regresión lineal resaltó como influyente en la longevidad de los proyectos productivos de estas emprendedoras, fue la habilidad para aprovechar las oportunidades que brinda el entorno, es decir, saber interpretar y responder a las necesidades del mercado, en términos de la introducción de productos y servicios con un alto valor agregado y así corresponder a las exigencias de los clientes. De otra parte, también se evidenció la importancia que el número de empleados directos que poseen estas empresas tiene sobre su permanencia, lo cual sin duda es el mejor indicador de crecimiento y sostenibilidad, pues una estructura organizacional amplia da cuenta del crecimiento del negocio y su aceptación en el mercado. Este proceso de desarrollo organizacional se explica desde la perspectiva de las características personales propias del emprendedor (a), pues la dedicación, disciplina, compromiso, persistencia, resiliencia y tolerancia al riesgo entre otros aspectos, constituyen el motor del emprendimiento.

## Referencias

- Acosta, B., Zambrano, S. y Suárez, M. (2017). Emprendimiento femenino y ruralidad en Boyacá, Colombia. *Criterio Libre*, 15(26), 216-236. doi: <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2017v15n26.1048>
- Alario, M. y Morales, E. (2016). Iniciativas de las mujeres: emprendimiento y oportunidades en el espacio rural de Castilla y León. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(3), 613-637. doi: <https://doi.org/10.5565/rev/dag.369>
- Al-Dajani, H. y Marlow, S. (2013). Empowerment and entrepreneurship: a theoretical framework. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 19(5), 503-524. doi: <https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2011-0138>

- Ambeptiya, K. y Yongqiang, G. (2019). The Association between Women's Perceived Empowerment and Sustainability Orientation of Women's Entrepreneurship in Sri Lanka: Moderating Effect of Psychological Capital. *International Journal of Organizational Innovation*, 11(3), 170-182.
- Amorós, J. y Pizarro, O. (2006). Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio, *Univ. Empresa*, 5(11), 15-32.
- Anna, A. L., Chandler, G. N., Jansen, E. y Mero, N. P. (2000). Women business owners in traditional and non-traditional industries. *Journal of Business Venturing*, 15(3), pp.279-303. doi: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00012-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00012-3)
- Aponte, M. (2002). Factores condicionantes de la creación de empresas en Puerto Rico: un enfoque institucional, Barcelona, España: Universidad Autónoma.
- Arias, F. G. (2006). El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. 5ª edición, Caracas, Venezuela: Editorial Episteme.
- Ascencio, M. S. (2006). Mujeres empresarias o empresarias femeninas: la generización de la gestión empresarial. Recuperado el 22 de enero de 2020 de [https://nanopdf.com/download/mujeres-empresarias-o-empresarias-femeninas\\_pdf](https://nanopdf.com/download/mujeres-empresarias-o-empresarias-femeninas_pdf)
- Austin, J. E., Stevenson, H. y Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: The same, different or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>
- Barrera, S. (2011). *Investigación de emprendimiento: estudio de casos en el departamento de Casanare. Colombia*. (Maestría). Universidad Nacional de Colombia. Colombia.
- Bonilla, E. (1990). La mujer trabajadora en América Latina. En: Banco Interamericano de Desarrollo (bid), Informe de Proceso Económico y Social 1990. Washington. bid.
- Bucardo C. A., Saavedra G. M. L. y Camarena, A. M. H. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Revista Suma de Negocios*, 6(13), 98-107. doi: <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.009>
- Brush, C. G. (1992). Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-30. doi: <https://doi.org/10.1177/104225879201600401>
- Burin, M. (2007). Techo de cristal. En: Gamba (Coord.). *Diccionario de estudios de género y feminis-mos*, 2a ed., aumentada. Argentina: Editorial Biblos-Lexicón.
- Cabal, M. (1993). Evolución de las microempresas y pequeñas empresas en República Dominicana, 1992-1993. Santo Domingo: FONDOMICRO.
- Carlock, R. y Ward, J. (2003). La planificación estratégica de la familia empresaria. Bilbao: Ediciones Deusto.
- Castiblanco, S.E. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y reflexión*, 21(2), 53-66. doi: <https://doi.org/10.18359/rfce.656>
- Castrillón, G. M. y Ricaurte, J. C. (2008). *Caracterización de la mujer emprendedora en Colombia* (Tesis de maestría). Fundación Universidad Del Norte, División de Ciencias Administrativas, Barranquilla. Recuperado de: <http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/131/32785746.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cataño, A. L. R. (2015). Mujeres emprendedoras en Colombia ¿una cuestión de género? XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Chiavenato, I. y Sapiro, A. (2011). Planeación estratégica: fundamentos y aplicaciones. (2 ed.). México: Mc Graw Hill.
- Congreso de la República de Colombia (26 de enero de 2006). Ley de fomento a la cultura del emprendimiento [Ley N° 1014] DO: 46.164.
- Corner, P. D. y Ho, M. (2010). How opportunities develop in social entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4) 635-659. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00382.x>
- Covarrubias I. (2017): "Emprendedores y Empresarios: un enfoque Institucional", *Revista Contribuciones a la Economía*. En línea: <http://www.eumed.net/ce/icm-emp.htm>
- Covarrubias, R. y Ochoa, I. (2017). Empoderamiento de las mujeres indígenas y turismo. Un caso en Comala, Colima, México. *GénEros*, 24(22), 197-218.
- Delmar, F. y Davidsson, P. (2000). "Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs". *Entrepreneurship and Regional Development*, 12, 1-23. doi: <https://doi.org/10.1080/089856200283063>
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T. y Eisner, A.B. (2011). *Administración estratégica: textos y casos*. (5 ed.). México: Mc Graw Hill.
- Digan, S. P., Sahi, G. K., Mantok, S. y Patel, P. C. (2019). Women's perceived empowerment in entrepreneurial efforts: The role of bricolage and psychological capital.

- Journal of Small Business Management*, 57(1), 206-229. doi: <https://doi.org/10.1111/jsbm.12402>
- Elborgh-W.K, Newiak, M., Kochhar, K., Fabrizio, S.; Kpodar, K., Wingender, P., Benedict, C. y Schwartz, G. (2013). Las mujeres, el trabajo y la economía: Beneficios macroeconómicos de la equidad de género. Recuperado de <https://www.imf.org/external/spanish/pubs/ft/sdn/2013/sdn1310s.pdf>
- Escandón, D., Arias, A., Medina, L., Gómez, L., Varela, R., Martínez, P., Parra, L. (2016). *GlobalEntrepreneurship Monitor. Reporte GEM Colombia 2015/2016*. Cali, Colombia: Ediciones Sello Javeriano.
- Forero, L. A. (2019). Así somos y así salimos adelante, un acercamiento al perfil de la mujer emprendedora. *Revista Espacios*, 40(27), 28-42. Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n27/19402728.html>
- Formichella, M. y Massigoge, J.I. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, la educación y el desarrollo local. En VII Congreso nacional e internacional de administración y xi Conamerco (Congreso de Administración del Mercosur).
- Gaglio, C. M. y Katz, J. A. (2001). The psychological basis of opportunity identification: *Entrepreneurial alertness*. *SmallBusiness Economics*, 16(2), 95-111. doi: <https://doi.org/10.1023/A:1011132102464>
- García, B. O.; García, B. A. y Lira, A. A. L. (2016). El emprendimiento femenino: un estudio multicaso de factores críticos en el noreste de México. *Innovaciones de Negocios*, 13(25), 23 -46.
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM] (2009). *Reporte anual Colombia 2008*. Recuperado de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/GEM%20Colombia%202008.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM] (2017). Estudio de la actividad Empresarial en Colombia. Recuperado de <http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/8370/9789587890563%20eGEM%20Colombia%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM] (2019). *Estudio de la Actividad Emprendedora en Colombia*. Recuperado de <https://www.gemconsortium.org/report/estudio-de-la-actividad-emprendedora-en-colombia-basado-en-gem-colombia-2018-2019>
- George, D. y Mallery, P. (2003). *spss for Windows step By step: a simple guide and reference* (4th ed). Boston: Allyn and Bacon.
- Godwin, L. N., Stevens, C. E. y Brenner, N. L. (2006). Forced to Play by the Rules? Theorizing How Mixed-Sex Founding Teams Benefit Women Entrepreneurs in Male-Dominated Contexts. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 623-642. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00139.x>
- González M., J., Cerón, C. A. y Alcazar, F. L. (2010). Caracterización emprendedora de los empresarios en los Valles de Tundama y Sugamoso. Boyacá (Colombia). *Pensamiento y Gestión*, 29, 163-189.
- González, O. (2001). Actitudes y motivaciones hacia el trabajo y la creación de empresas según género. *Boletín económico del ice* (2709) del 19 al 25 de noviembre de 2001. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/28120308>
- Gottret, M., Junkin, R. y Ugarte, C. (2011). Autoevaluación facilitada para la gestión de empresas asociativas rurales. Turrialba, Costa Rica: Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza.
- Guisande, C., Vaamonde, A. y Barreiro, A. (2011). Tratamiento de datos con R, Statistica y spss. Madrid: Díaz de Santos.
- Hernández, J. A., Herrera, F. y Chávez, C. (2015). Capacidades, liderazgos y estrategias de gestión de organizaciones de la sociedad civil en zonas rurales. *Contaduría y Administración*, 60(4), 817-835. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.07.001>
- Hernández, S. R., Fernández, C. C. y Baptista, L. M. (2014). *Metodología de la investigación* (6a edición). México, d.f.: McGraw Hill.
- Herrera, G. C. y Montoya, R., L. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de Vista*, 4(7), 7-30. doi: <https://doi.org/10.15765/pdv.v4i7.441>
- Hossain, A, Naser, K, Zaman, A. y Nuseibeh, R. (2009). Factors influencing women business development in the developing countries. Evidence from Bangladesh. *International Journal of Organizational Analysis*, 17(3), 202-22. doi: <https://doi.org/10.1108/19348830910974923>
- Jaka, H. y Shava, E. (2018). Resilient rural women's livelihoods for poverty alleviation and economic empowerment in semi-arid regions of Zimbabwe. *Jamba-Journal of Disaster Risk Studies*, 10(11). doi: <https://doi.org/10.4102/jamba.v10i1.524>
- Jennings, J. E. y Brush, C. G. (2013). Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? *The Academy of Management Annals*, 7(1), 663-715. doi: <https://doi.org/10.1080/19416520.2013.782190>
- Justo, R. (2008). *La influencia del género y entorno familiar en el éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras* (Tesis doctoral), Departamento de estructura econó-

- mica y economía del desarrollo, Universidad Autónoma de Madrid, Madrid.
- Khan, M. A., Kanwal, N., Nabi, P. G. y Shah, A. A. (2016). Empowering Women Entrepreneurs Through Micro-credit: Assessing the Role of Sarhad Rural Support Program in Pakistan. *Journal of Entrepreneurship Management and Innovation*, 12(1), 91-112. doi: <https://doi.org/10.7341/20161215>
- Lado, R., Vivel, M. y Seijas, M.N. (2017). Barreras Individuales, Financieras y Sociales del emprendimiento turístico femenino. *Revista MktDescubre*. (19), 3-14. Recuperado de <http://dspace.epoch.edu.ec/handle/123456789/9803>. doi: <https://doi.org/10.36779/mkt-descubre.v10.138>
- Larroul, C. (2005). El emprendimiento femenino y su valor. Recuperado de <http://www.mujaresempresarias.cl/pjovent1/htm>
- López, P. L y González, R. J. (2015). Entrepreneurship y género: mitos y realidades de la mujer empresaria. *Revista faccea, Universidad de la Amazonía*, 5(1).
- Londoño, D. (2019, 22 de noviembre). Cómo iniciar tu negocio desde cero. *Observatorio de Mujeres y Equidad de Género en Bogotá* (omeg) Recuperado de <http://omeg.sdmujaer.gov.co/index.php/articulos/229-como-iniciar-tu-negocio-desde-cero-facebook-live-con-daniel-londono-ceo-de-amapola-academy>
- Lundvall, B. A., Joseph, K. J., Chaminade, C. y Vang, J. (2011). *Handbook of innovation systems and developing countries: building domestic capabilities in a global setting*. Cheltenham, UK.: Edward Elgar Publishing.
- Malhotra, N. (2008). Investigación de mercados (5ª ed.). Naucalpan de Juárez: Pearson.
- Marlow, S. y Patton, D. (2005). All credit to men? Entrepreneurship, finance, and gender. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(6), 71-735. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00105.x>
- Martín, Q., Cabero, M. y De Paz, Y. (2008). *Tratamiento estadístico de datos con spss prácticas resueltas y comentadas*. Madrid, España: Thomson.
- Martínez, J., Mira, I. y Gómez, J. (2012). Influencias de las percepciones personales sobre la actividad emprendedora naciente. Una perspectiva de género a través de diferentes entornos económicos. *Economía Industrial*, 383, 53-64.
- Martz Jr., B., Biscaccianti, A., Neil, T. C. y Williams, R. J. (2005). A Multi-Cultural Perception of the Entrepreneurial Lifestyle. *Journal of Enterprising Culture*, 13(4), 359-381. doi: <https://doi.org/10.1142/S0218495805000203>
- Minniti, M., Arenius, P. y Langowitz, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor 2004 Report on Women and Entrepreneurship (Babson College: The Centre for Women's Leadership and London Business School).
- Morales, F. (2006) El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22(1), 75-99.
- Moreno, J. R. (2015). *Participación y empoderamiento de las mujeres rurales y su aporte para mejorar las condiciones de pobreza y diseño de políticas públicas con equidad de género* (Tesis de doctorado). Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, España.
- Molina, S. R., Contreras, S. R. y López. S. A. (2014). *Emprendimiento y Mipymes, nuevo balance y perspectivas*. Pearson Educación de México.
- Munster, I. B. (2017). La sostenibilidad de los emprendimientos solidarios de mujeres: los desafíos para las políticas públicas. *Economía y Desarrollo*, 158(1), 91-105.
- Nicolás, M. C y Rubio, B. A. M. (2012). El emprendimiento social: una comparativa entre España y países sudamericanos. *Faedpyme Intenational Review*, 1(1), 38-49. Recuperado el día 11 de marzo de 2020 desde [https://www.researchgate.net/publication/274275230\\_El\\_emprendimiento\\_social\\_una\\_comparativa\\_entre\\_Espana\\_y\\_paises\\_sudamericanos](https://www.researchgate.net/publication/274275230_El_emprendimiento_social_una_comparativa_entre_Espana_y_paises_sudamericanos)
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw Hill.
- Olaz, C., Ángel, J. y Ortiz, P. (2017). Aproximación a la caracterización del emprendimiento femenino: una investigación cualitativa en clave competencial. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, (22), 51-66. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3221/322153762003/322153762003.pdf>
- Orhan, M y Scott, D. (2001). *Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model*. *Women in Management Review*, 16(5), 232-243. doi: <https://doi.org/10.1108/09649420110395719>
- Parra, A. M., Rubio, G. G. y López, P. L.M (2017). *Emprendimiento y creatividad, aspectos esenciales para crear empresa*. Colombia: Editorial Ecoe.
- Pérez, C. (2009). *Técnicas de análisis de datos con spss 15*. Madrid: Prentice-Hall.
- Pfeilstetter, R. (2011). El emprendedor. Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de un concepto. *Gazeta de Antropología*, 27(1). Recuperado de <http://hdl.handle.net/10481/15684>
- Primo, T. W. de J. y Turizo, T. H. F. (2016). Emprendedor y empresario: una construcción desde la dinámica del pensamiento económico. *Inquietud Empresarial*. 16(1), 13-52.

- Quintero, D. C. (2007). Generación de Competencias en Jóvenes emprendedores. Bucaramanga: unab, 1-45.
- Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., Autio, E., Cox, L. W. y Hay, M. (2002). Global Entrepreneurship Monitor, 2002 Executive Report (Babson College, London Business School and Kauffman Foundation). Recuperado de [http://www.esbri.se/pdf/gemglobalreport\\_2002.pdf](http://www.esbri.se/pdf/gemglobalreport_2002.pdf)
- Rodríguez, H., Ramírez, C. y Restrepo, L. (2018). Factores Determinantes de la Sostenibilidad de las Agroempresas Asociativas Rurales. *Revista de Economía y Sociología Rural*, 56(1), 107-122. doi: <https://doi.org/10.1590/1234-56781806-94790560107>
- Rodríguez, M. y Santos, F. (2010). La actividad emprendedora de las mujeres y el proceso de creación de empresas. *Información Comercial Española* (841).
- Sánchez, C. S. M. y Fuentes, G. F. J. (2013). Mujer y emprendimiento: un análisis en el contexto universitario español. *Revista de Ciencias Sociales*, 19(1), 140-153.
- Sánchez, V. J., Vélez, E. L. y Araujo, P. P. (2016). Balanced Scorecard para emprendedores: desde el modelo Canvas al cuadro de mando integral. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 24(1), 37-47. doi: <http://dx.doi.org/10.18359/rfce.1620>.
- Schumpeter, J. A. (2003 [1912]), "The Theory of Economic Development". En: Jurgen Backhaus (Ed.), *Joseph Alois Schumpeter. Entrepreneurship, Style and Vision*, Dordrecht, Netherlands: Kluwer Academic Publishers, 61-116. doi: [https://doi.org/10.1007/0-306-48082-4\\_3](https://doi.org/10.1007/0-306-48082-4_3)
- Segura, M. L. y Pintor, C. L. (2010). Una visión desde el empresarismo femenino en Colombia y su potencial de internacionalización. Recuperado de [http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma\\_negocios\\_working\\_papers/2011-v1-n1/01-empresarismo-femenino.pdf](http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2011-v1-n1/01-empresarismo-femenino.pdf)
- Silva, J. E. (2008). *Emprendedor*. México: Alfaomega.
- Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA) (2010). Desarrollando mujeres empresarias: la necesidad de replantear políticas y programas de género en el Desarrollo de pymes. Caracas, Venezuela: Secretaría Permanente del SELA.
- Sonfield, M., Lussier, R., Corman, J. y McKinney, M. (2001). Gender Comparisons in Strategic Decision-Making: An Empirical Analysis of the Entrepreneurial Strategy Matrix. *Journal of Small Business Management*, 39(2), 165-173. doi: <https://doi.org/10.1111/1540-627X.00015>
- Strobino, M. (2009). *O empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-familia: estudo de multicasos no setor da construção civil da cidade de Curitiba* (Tesis de maestría). Universidade Federal do Parana, Curitiba.
- Tibaduiza, J. C. y Calderon, W. J. (2020). *Panorama del Emprendimiento en Colombia: Discusión conceptual y perspectivas a 2020*. Recuperado de: <file:///D:/User/Downloads/Informe+Los+X+-+2020.pdf>
- Trujillo, L. J. (2019). *Empoderamiento en mujeres emprendedoras y generación de ingresos familiares según Global Entrepreneurship Monitor 2015-2017* (Tesis de Maestría), Pontificia Universidad Javeriana, Santiago de Cali.
- Valderrey, P. (2010). SPSS 17: extracción del conocimiento a partir del análisis de datos. México: Alfaomega.
- Valenzuela, M. E. (2004). Microempresa y género: mitos y realidades. Symposium internacional de emprendimiento apec, Chile. Recuperado de: <http://www.oit Chile.cl/actividad/act014.pdf>
- Varela, R. (2001) *Innovación Empresarial: arte y ciencia de la creación de nuevas empresas*. Bogotá: Pearson Educación.
- Veciana, J. M., Aponte, M. y Urbano, D. (2005). University student's attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 165-182. doi: <https://doi.org/10.1007/s11365-005-1127-5>
- Verheul, I. y Thurik, A. R. (2001). *Start-up Capital: does gender matter? Small Business Economics*, 16, 329-345. doi: <https://doi.org/10.1023/A:1011178629240>
- Verheul, I., Van Stel, A. y Thurik, R. (2006). Explaining Female and Male *Entrepreneurship at the Country Level. Entrepreneurship and Regional Development*, 18, 151-183. doi: <https://doi.org/10.1080/08985620500532053>