

Emprendimiento en mujeres y jóvenes: una revisión de la literatura

Entrepreneurship in women and youth: a review of the literature

Empreendedor em mulheres e jovens: uma revisão da literatura

Garavito Hernández, Youseline; Calderón Campos, Johana Andrea; Ramírez Torres, William Eduardo



-  **Youseline Garavito Hernández**
ygaravito2@udi.edu.co
Universidad de Investigación y Desarrollo, Colombia
-  **Johana Andrea Calderón Campos**
jcalderon20@udi.edu.co
Universidad de Investigación y Desarrollo, Colombia
-  **William Eduardo Ramírez Torres**
wramirez5@udi.edu.co
Universidad de Investigación y Desarrollo, Colombia

LÚMINA
Universidad de Manizales, Colombia
ISSN: 0123-4072
ISSN-e: 2619-6174
Periodicidad: Anual
vol. 22, núm. 2, E0008, 2021
revistalumina@umanizales.edu.co

Recepción: 09 Julio 2020
Aprobación: 20 Enero 2021

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/254/2542974001/>

Copyright Lúmina 2021. Esta revista provee acceso libre, gratuito e inmediato a su contenido bajo el principio de hacer disponible la investigación al público.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-
NoComercial 4.0 Internacional.

Resumen: El objetivo de este trabajo es hacer una revisión de literatura académica del emprendimiento en mujeres y jóvenes para identificar posibles líneas de investigación. Este estudio se realizó bajo un enfoque descriptivo para generar reflexiones críticas basadas en argumentos bibliográficos. Como conclusión se menciona la importancia de estudiar las características personales y los factores del entorno que influyen en la intención emprendedora de las jóvenes universitarias, para identificar habilidades y competencias de las estudiantes a fortalecer y los factores externos que favorezcan el desarrollo de sus ideas de negocios.

Palabras clave: Emprendimiento, revisión de literatura, mujeres, jóvenes, universidad.

Abstract: The aim of this paper is to review the academic literature on entrepreneurship in women and young people in order to identify possible lines of research. This study was carried out under a descriptive approach to generate critical reflections based on bibliographic arguments. As a result, this investigation concludes the importance of studying the variables that influence the entrepreneurial intention of young university women with the goal to identify skills and competencies that could be strengthened in universities and external factors that favor the implementation of their business ideas.

Keywords: Entrepreneurship, literature review, women, young people, university.

Resumo: O objetivo deste trabalho é revisar a literatura acadêmica sobre empreendedorismo em mulheres e jovens para identificar possíveis linhas de pesquisa. Este estudo foi realizado sob uma abordagem descritiva para gerar reflexões críticas com base em argumentos bibliográficos. Como resultado, destacase a importância de estudar as variáveis que influenciam a intenção empreendedora de jovens universitários, para identificar habilidades e competências a serem fortalecidas a partir da academia e fatores externos que favorecem a implementação de suas ideias de negócios.

Palavras-chave: Empreendedorismo, revisão de literatura, mulheres, jovens, universidade.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es un proceso de creación de nuevas empresas y se considera como el promotor del desarrollo económico de un país, ya que impulsa la innovación, la competitividad organizacional e incrementa la productividad a partir del uso de tecnologías (Ovalles-Toledo, Moreno, Olivares & Silva, 2018). Igualmente, se ha convertido en una estrategia social que permite a las personas de una comunidad realizar proyectos empresariales para mejorar su calidad de vida (Lafuente, Szerb, & Acs, 2016).

Por consiguiente, el emprendedor es aquella persona que promueve la creación de nuevas empresas y consecuentemente nuevos puestos de trabajo, de modo que permite reducir el desempleo y aportar al crecimiento de una región. Es así, que hoy en día su estudio es más vigente debido al contexto actual laboral de muchos países donde el desempleo crece con rapidez, especialmente entre los jóvenes y mujeres, por lo tanto, se ven confrontados a la necesidad de adquirir conocimientos, actitudes y competencias para llevar a cabo sus iniciativas emprendedoras (UNESCO, 2015; Stripeikis, 2011).

En el caso de las mujeres, todavía se evidencia una discriminación hacia ellas cuando laboran en ambientes liderados por hombres, de este modo, el emprendimiento se convierte en una opción para desarrollarse como profesionales, obtener ingresos y enfrentar condiciones de discriminación (Mun & Jung, 2018). En el caso de los jóvenes, actualmente el desempleo les impacta de forma negativa por su falta de experiencia y oportunidades, así, el emprendimiento es una alternativa y las universidades tienen un papel fundamental en el fomento de la cultura empresarial, mejorar sus competencias, actitudes y habilidades para desarrollar sus ideas de negocios (Jaimes-Millán, Jaramillo-Jaramillo & Pérez-Chávez, 2017).

Recientemente se han estudiado diferentes variables que influyen en la intención emprendedora de las mujeres y jóvenes como son: los factores asociados a las características personales y del entorno del emprendedor, por ejemplo, la necesidad de logro, el locus de control, la creatividad, la autoestima, la capacidad de asumir riesgos, la experiencia previa, la formación, el *background* familiar entre otros (García-Cabrera, Déniz-Déniz, & Cuéllar-Molina, 2016).

Así, este artículo se centra en la búsqueda bibliográfica de trabajos científicos relacionados con el emprendimiento en jóvenes y mujeres, con el objeto de conocer futuras investigaciones en esta área. Para ello, en primer lugar, se explica la metodología que se utilizó para realizar la revisión de literatura, posteriormente se enuncia un estado del arte con los trabajos seminales relacionados con el emprendimiento y los factores que influyen en la intención emprendedora, seguidamente se profundiza en los estudios recientes del emprendimiento en jóvenes y mujeres para proponer futuras líneas de investigación en el apartado de conclusiones.

1. METODOLOGÍA

Esta investigación se realizó desde un enfoque descriptivo y se utilizó una revisión documental para generar reflexiones críticas soportadas en argumentos bibliográficos. Para ello, se revisaron más de 30 artículos entre los meses de febrero y junio del 2020, utilizando bases de datos como SCOPUS, SCIENCE DIRECT, EBSCO y GOOGLE SCHOLAR.

Como criterio de selección de los manuscritos, en primer lugar, se eligieron las revistas publicadas en SICmago Journal Rank como medida de influencia científica, en segundo lugar, se escogieron los artículos publicados en los últimos 10 años; para ello, se adoptó por palabras claves y frases de búsqueda que incluyen

los conceptos principales como: mujeres, jóvenes, universidad, intención emprendedora, emprendimiento, GEM, características personales del emprendedor y entorno del emprendedor.

Adicionalmente, se realizó una búsqueda por autor en lugar de palabras claves, posteriormente se realiza la elección de los artículos de acuerdo con su relevancia para este estudio. La búsqueda bibliográfica se hizo entre los meses de enero y mayo del 2020. Con base en este esquema, la investigación inició con la enunciación de postulados que condujeran a una pregunta de investigación en la cual se estructura el desarrollo del presente documento. ¿Cuáles son las futuras líneas de investigación en el emprendimiento de mujeres y jóvenes?

2. ESTADO DEL ARTE

2.1 Definición de Emprendimiento

Son muchas las traducciones en español del término “entrepreneurship”, las más comunes son el emprendimiento, iniciativa o espíritu emprendedor. Algunos autores lo definen como un proceso de creación de nuevas empresas (Gartner, 1989; Welter, Mauer & Wuebker, 2016), otros desarrollan este concepto en relación con la manera como el emprendedor hace el proceso de creación, incluyendo la cognición empresarial, el aprendizaje y las redes sociales (Baron, 1998; Sarasvathy & Dew, 2005; Sarasvathy et al., 2020). Otra posible definición es considerarlo como el elemento donde surge el éxito de la organización a partir del aprendizaje, la acumulación de recursos y conocimientos del emprendedor (McGrath, 1999).

Igualmente, diversos estudios definen la iniciativa emprendedora desde las perspectivas del proceso creativo, del proceso evolutivo, de la teoría del caos y de contingencia. Desde el punto de vista del proceso creativo, el emprendimiento se concibe como causalidad y se enfatiza en actividades empresariales que tienen un grado de descubrimiento e innovación. (Sarasvathy et al., 2003; Sarasvathy et al., 2020). Desde la perspectiva del proceso evolutivo, se define el emprendimiento desde cómo las organizaciones surgen y después desaparecen, siguiendo los movimientos de las poblaciones y la evolución de las comunidades (Aldrich, 1999; Aldrich & Martínez, 2001; Aldrich & Ruef, 2018, p. 459).

Por otro lado, desde la teoría del caos, se establece que el emprendimiento nace en una organización cuando se desarrollan actividades de una manera no lineal e interdependiente. Por último, la teoría de contingencia establece que factores como la situación económica, el ambiente local, las condiciones de vida del emprendedor entre otros no pueden ser estudiados de forma aislada si no analizadas de manera conjunta (Steyaert, 2007).

2.2 Consideraciones del emprendedor

El emprendedor es un visionario que lleva un proceso de cambio, para ello, descubre y desarrolla nuevas oportunidades (Cuervo, Pérez, Ripollés, Sastre, Urbano & Valdaliso, 2005). También se conoce como una persona innovadora que crea incertidumbre y perturba el equilibrio del mercado (Schumpeter, 1934) o quien aprovecha las crisis y genera nuevas oportunidades (Kirzner, 1973; Busenitz, 1996). Por lo tanto, el papel fundamental del emprendedor es descubrir, evaluar y utilizar las oportunidades, a través de la innovación en productos, procesos, organizacional o de mercadeo (Shane & Venkataraman, 2000).

Asimismo, en el campo empresarial existe dos *tipos de emprendedores*, el emprendedor que es dueño de su propio negocio y el corporativo quien controla los procesos productivos de la empresa, ambos crean e identifican oportunidades de negocios, la diferencia es que el corporativo reinventa la compañía o crea nuevas (Carter, Gartner, & Reynolds, 1996; Cuervo et al., 2005; Gartner & Teague, 2020)

2.3 Niveles de análisis del emprendimiento

La iniciativa emprendedora incluye dos niveles de análisis, el primero está relacionado con la *creación de nuevas empresas “start-ups”* y el segundo con el emprendimiento corporativo *“corporate entrepreneurship”*. En relación con el primer nivel, los estudios se centran en analizar la creación de nuevas organizaciones, las características y el comportamiento del emprendedor. Este se enfoca en dos teorías, la primera es la teoría de la motivación del logro, la cual argumenta que las personas con alta motivación al logro son las que tienen la iniciativa para resolver problemas y fijar objetivos, asimismo, indica que el emprendedor con alta motivación tiene más éxito que el resto. La segunda, es la teoría del enfoque de control, esta da una perspectiva de cómo un individuo controla la situación cuando los resultados de una actividad dependen de su comportamiento o de las características de su personalidad (Littunen, Storhammar & Nenonen, 1998; Manev & Manolova, 2010).

Respecto al segundo nivel de análisis, relacionado con el emprendimiento corporativo, los trabajos seminales desarrollados por Miller (1983) y Stevenson (1983) consideran que existe emprendimiento en una empresa cuando esta realiza negocios arriesgados que le permita posicionarse delante de sus competidores y lleva a cabo innovaciones de producto y mercado. Asimismo, estos autores lo definen a partir del enfoque de recursos y capacidades, conceptualizando la iniciativa emprendedora como un enfoque directivo cuyo principal objetivo es el logro y la explotación de una oportunidad (Terjesen, Hessels & Li, 2016).

2.4 Factores influyentes en la intención de un individuo en ser emprendedor

Estudios relacionados con el emprendedor se han enfocado en analizar diversos factores que influyen en su intención de emprender. Así, la preferencia que tiene una persona para ser un emprendedor y no un empleado está influenciado por diversos factores como son sus características personales, las cuales difieren de acuerdo con el individuo ya que cada uno tiene diferentes motivos para empezar un emprendimiento. También, por factores del entorno personal como es la educación, la experiencia, la familia entre otros; y factores del entorno global, como las oportunidades productivas, factores socioculturales, institucionales y políticos (Guzmán & Santos, 2001; García-Macias, Zerón-Félix & Sánchez-Tovar, 2018).

Características Personales: En la literatura se mencionan varios factores, como son los *sociodemográficos*, por ejemplo, la edad, género, nacionalidad, ocupación, estado civil, entre otros. Asimismo, están los factores psicológicos, que ponen de manifiesto los rasgos de la personalidad, por mencionar algunos, la capacidad para resolver problemas, características cognitivas como la intuición, capacidad de generalizar, el locus de control, la propensión a asumir riesgos, necesidad de logro entre otros; los cuales tienen que ver cómo las personas explican los eventos o los resultados y perciben el entorno (Van Gelderen et al., 2006). Por ello, Baron (1998) concluye que los emprendedores no tienen grandes diferencias en aspectos sociodemográficos en comparación con los no emprendedores, es así como las investigaciones recientes se enfocan en el estudio de las características cognitivas del emprendedor (Garavito-Hernández, Córdoba-Campos & Ardila-Sequeda, 2020).

Las características más estudiadas en la literatura son la necesidad de logro, trabajos seminales como el de McClelland (1961) afirma que la necesidad de logro es de relevancia para el éxito empresarial y Murray (1938) lo define como aquella característica personal necesaria para lograr las metas, superar obstáculos, auto realizarse y superar a otros (Montoya, Calle & Mejía, 2009, p. 8). Otra dimensión que se estudia en el contexto organizacional es el locus de control, Frank (2007) afirma que las personas con un fuerte locus de control interno resisten mejor a la presión en el trabajo, están más satisfechas con sus labores y enfrentan mejor los cambios. Otra característica frecuentemente investigada es la propensión al riesgo, estudios empíricos seminales demuestran que los emprendedores se caracterizan por un nivel medio de propensión al riesgo (Stewart & Roth, 2001; Pabón, 2011). Igualmente, entre las características personales relacionadas con

la intención emprendedora están *los factores no psicológicos* como son: el conocimiento, la formación, las habilidades, la experiencia previa en la creación de empresas y el coste de oportunidad (Capelleras & Ganescá, 2003; Gartner, & Teague, 2020).

Características del entorno del emprendedor: Algunos factores relacionados con estas características son, por ejemplo: el alto estatus social, al promover oportunidades de negocios ya que los emprendedores tendrán una sólida red de apoyo para acceder a recursos claves que les permitan sortear riesgos y alcanzar el éxito en la puesta en marcha de la idea de negocio. Igualmente, la familia y la pertenencia a un grupo es de relevancia al proveer al individuo de recursos y capacidades para garantizar la perdurabilidad del negocio. (Cuervo et al, 2005; Jack, Dodd, & Anderson, 2008; Gómez Araujo, 2014).

En relación con el entorno global, estudios previos explican el emprendimiento a través de variables como el crecimiento económico, la estabilidad económica, el tamaño del mercado, la legislación fiscal, las condiciones de la industria. Con relación a este último factor se han investigado variables que pueden afectar la creación de empresas como son: la necesidad de conocimiento; la intensidad en investigación y desarrollo; las condiciones de demanda; el ciclo de vida; consolidación y estructura de la industria; y la rentabilidad de las patentes (Minniti, 2012).

La financiación es otro factor que puede afectar la intención emprendedora, al estar ligado con el capital de la empresa, en este caso, el emprendedor debe identificar cuál es la mejor decisión de inversión y características de un posible préstamo de acuerdo con sus posibilidades económicas (Rueda-Sampedro, Sánchez-Ruiz, Herrero-Crespo, Blanco- Rojo & Fernández-Laviada 2013). Asimismo, el gobierno puede apoyar a los emprendedores a través de incentivos en cuanto a la reducción de impuestos o subsidios, disminuyendo los problemas de incertidumbre en el aprovechamiento de las oportunidades empresariales. Por otra parte, están los factores del entorno geográfico, estos influyen en la intención emprendedora ya que contribuyen al dinamismo empresarial a través de la integración vertical de las empresas, las conglomeraciones y la cooperación entre las redes (Cuervo et al., 2005).

Igualmente, se han estudiado variables como la protección de los derechos de propiedad intelectual, regulaciones gubernamentales, inversión en I+D, cultural y valores relacionados con la legitimidad de la actividad emprendedora y la confianza. Otro factor relevante son las universidades conceptualizadas como un sistema social de innovación y educación en emprendimiento, que facilitan el nacimiento y crecimiento de empresas (Laukkanen, 2000). Otros factores estudiados son: la disponibilidad de capital de riesgo, presencia de empresarios con experiencia previa, mano de obra calificada, accesibilidad a proveedores, accesibilidad a clientes o nuevos mercados, influencias gubernamentales, proximidad a universidades, disponibilidad de tierras o instalaciones, acceso a transporte, actitud de la población de la zona, disponibilidad de servicios de apoyo y condiciones de vida entre otros (Garavito-Hernández et al., 2020).

2.5 *Emprendimiento en mujeres y jóvenes universitarios*

En los últimos años, el emprendimiento se ha estudiado desde la perspectiva económica, psicológica e institucional, centrándose en analizar los factores que influyen en la intención emprendedora en las personas. Actualmente, unas de las variables demográficas de interés en las investigaciones recientes es el género y la edad, al ser transversal para muchos artículos académicos en las ciencias sociales (Galindo & Herrera, 2017; Zambrano-Vargas & Vázquez-García, 2019).

En este contexto, se destacan los estudios que analizan las situaciones que pueden condicionar a las mujeres la puesta en marcha de sus ideas de negocios. La importancia de estas investigaciones radica en que ellas representan en torno a la mitad de la población mundial, pero sólo el 16% crean negocios, evidenciándose que en su mayoría no logran materializar sus ideas de emprendimiento (García, Villaseca, & González, 2018). Este hecho confirma la necesidad de analizar los factores que influyen la intención emprendedora de las

mujeres, especialmente por su importancia para desarrollarse como profesionales, obtener ingresos y afrontar la discriminación laboral (Mun & Jung, 2018).

Otra categoría de interés es el estudio del emprendimiento en jóvenes, actualmente el aumento del desempleo es una realidad en muchos países y esta población es significativamente afectada por no tener la capacitación o experiencia previa. Por ello, crear nuevas empresas es una alternativa y bajo este escenario, las universidades tienen un papel fundamental porque les permiten el fomento de la cultura empresarial, mejorar sus competencias, actitudes y habilidades emprendedoras, asimismo, se convierten en espacios para el acompañamiento de las iniciativas de negocios y búsqueda de fuentes de financiación (BelDurán, Fernández-Guadaño, Lejarriaga-Pérez & Martín-López, 2016).

Bajo estas premisas, a continuación, se profundiza en las investigaciones recientes relacionadas en estos dos grupos minoritarios para sugerir futuros temas de investigación.

2.6 Consideraciones de género y emprendimiento

Estudios previos indican que las mujeres cuando contemplan la idea de emprender tienen la misma probabilidad de éxito que los hombres, concluyendo que no existe ninguna desventaja cuando necesitan adquirir ciertas habilidades y recursos para tener éxito en sus iniciativas emprendedoras (Brush, Ali, Kelley, & Greene, 2017). Otras investigaciones difieren de esta percepción, las cuales concluyen que existe una dificultad en la adquisición de recursos por parte de las mujeres y genera como resultado un menor rendimiento en la puesta en marcha de sus ideas emprendedoras (OECD, 2017; Robb, 2002). Igualmente, demuestran que los hombres invierten el doble de dinero en sus iniciativas emprendedoras, dado que ellas tienen una aversión al riesgo mayor y tienden a adoptar un crecimiento lento y constante (Marlow & Patton, 2005; Tinkler, Whittington, Ku, & Davies, 2015).

Algunos autores concluyen que estas diferencias pueden ser debido a una medición inapropiada del rendimiento, ya sea por la utilización o no de variables como las demográficas, la industria, el tamaño del negocio, la educación del emprendedor, la experiencia y las horas que

dedican a su empresa. Es por ello, que actualmente muchos trabajos utilizan variables de control como el tamaño (medido con relación a los ingresos brutos, número de empleados o ganancias), concluyendo por ejemplo que las mujeres emprendedoras tienden a crear empresas más pequeñas que los hombres y que este hecho no determina que sean menos exitosas. Del mismo modo, reconocen que la motivación y el balance entre trabajo y vida personal influyen en el tamaño que pueda tener una empresa y su velocidad de crecimiento (Cliff, 1998; García et al., 2018; Kepler & Shane, 2007; Sabarwal & Terrell, 2008).

Otras de las variables comúnmente estudiadas en el emprendimiento femenino es la financiación, entendiéndose ésta en términos de crédito bancario, incubadoras de *startups*, *crowdfunding*, *business angels*, ayudas públicas, préstamos de familiares y/o amigos entre otros (Carter, Shaw, Lam, & Wilson, 2007). Diversos autores afirman que las mujeres son menos propensas a buscar capital externo, por lo tanto, en las primeras etapas del emprendimiento la poca financiación suele ser crucial para la supervivencia porque dificulta el crecimiento y rendimiento de sus empresas (Brush, Carter, Gatewood, Greene, & Hart, 2004; Marlow & Patton, 2005; Orser & Riding, 2006).

En relación con esta variable, estudios previos demuestran que existen otros factores que afectan la capacidad de las mujeres para obtener financiación externa, estos son: las decisiones estratégicas que toman con respecto a la industria donde deciden emprender, el segmento de mercado al cual van dirigidos sus productos, la ubicación de los startups y su posicionamiento competitivo en el mercado (Alsos, Isaksen, & Ljunggren, 2006)

Asimismo, trabajos previos concluyen que las dificultades de las mujeres en la obtención de capital también pueden ser entendidas por la falta de experiencia cuando tratan de adquirirlo; no percibir la adquisición de este recurso como una estrategia competitiva; y no poseer los conocimientos necesarios y las capacidades para

adquirir recursos económicos que permitan desarrollar sus ideas emprendedoras (Greene, Brush, Hart, & Saporito, 2001; Alsos et al., 2006). Por lo tanto, la adquisición de recursos económicos y las habilidades de las emprendedoras resultan cruciales para materializar la nueva idea de negocio y que se logre un grado de crecimiento que favorezca la supervivencia empresarial (Landström & Johannisson, 2001).

Otras variables comúnmente estudiadas en el emprendimiento femenino es la relación entre el sector económico, financiación y tamaño, demostrando, por ejemplo, que la necesidad de capital depende del sector industria al que pertenezcan. Así, las mujeres son más propensas a empezar negocios en la industria de servicios, por consiguiente, necesitan menos financiación, además son más precavidas, prefieren iniciar un negocio pequeño e ir creciendo lentamente. Existe evidencia que sugiere que la mayoría de las emprendedoras desarrollan sus ideas a tiempo parcial, por lo tanto, muchas de ellas una vez inician con una empresa pequeña, posiblemente continúe manteniendo esta condición. Por ello, los negocios creados por hombres crecen a mayor velocidad que el de las mujeres (Alsos et al., 2006).

Estos ejemplos, entre otros, demuestran lo heterogéneo de los resultados de las investigaciones en cuanto se refiere a la medición de la intención emprendedora entre hombres y mujeres. Algunos resultados concuerdan con la teoría liberal feminista, la cual argumenta que, si las mujeres tuvieran igualdad de oportunidades que los hombres en educación, experiencia laboral entre otros, podrían tener comportamientos similares en crecimiento y tamaño de los proyectos emprendedores (Naldi, Baù, Ahl, & Markowska, 2019). Otros resultados están acordes con la perspectiva teórica del feminismo social, al argumentar que las mujeres tienen cualidades, valores y forma de pensar diferentes, pero igualmente valiosas y eficaces (Black, 1989; Forero-Bernal & Durán-Duarte, 2019). Trabajos basados en esta perspectiva concluyen que los hombres poseen un alto nivel de autoafirmación, de autoexpansión, y necesidad de dominar; mientras que las mujeres tienen altos niveles de desinterés, preocupación por los demás y sensibilidad interpersonal (Clancy, 2007; Eagly & Wood, 1991).

Otras investigaciones relacionadas con las teorías de género y estado de bienestar han demostrado que en el núcleo familiar se presentan dos realidades, la primera es que en muchos hogares los hombres tienen ingresos económicos mayores a las de sus parejas a pesar de tener la misma experiencia y formación; y en segundo lugar, se ha evidenciado que ellas son las encargadas de realizar la mayoría de las labores domésticas. Estos hechos desmotivan a las mujeres a emplearse y deciden iniciar sus negocios porque les permiten compaginar las labores domésticas, el cuidado de sus hijos y mejorar sus ingresos (Mun & Jung, 2018; Thébaud, 2010).

En base a lo anterior, se ha originado en los últimos años un aumento del emprendimiento femenino en varios países. Según Bosma & Kelley (2019), a nivel mundial existen tres economías donde la tasa de emprendimiento de las mujeres supera a la de los hombres (Arabia Saudita, Qatar y Madagascar) (Bosma, Ionescu, Kelley, Levie & Tarnawa, 2020). Algunas de las causas por las cuales las mujeres deciden emprender en estos países está relacionada con su intención de hacer una diferencia en el mundo y ganarse la vida porque los trabajos son escasos. En el caso de los hombres, según Bosma et al. (2020), ellos emprenden para construir una riqueza, mejorar los ingresos o continuar con la tradición familiar.

Este hecho favorece el desarrollo de políticas en pro del emprendimiento en las mujeres a nivel mundial, convirtiéndose en una prioridad política para muchas naciones, como es el caso de Canadá, Alemania y Macedonia del Norte, donde se han desarrollado estrategias y planes de acción para apoyar a las mujeres emprendedoras (Bosma et al., 2020). En Latinoamérica, la tasa de emprendimiento femenino es alta si se compara con Europa y Asia, según datos del Bosma et al. (2020) la actividad empresarial de los países latinoamericanos supera el 10% en 21 de las 50 economías de la región; destacándose Ecuador y Chile, donde el emprendimiento femenino supera el 30% del total de las iniciativas emprendedoras. En México y Brasil, las mujeres son tan activas como los hombres al momento de iniciar sus negocios, esta alta participación supera a muchos países del primer mundo.

En el caso de las mujeres colombianas, aún se perciben como las cuidadoras o amas de casa, tienen menos oportunidades de capacitación en emprendimiento, baja orientación al logro y pocas ganancias en

sus ideas de negocios (Castiblanco, 2013). A pesar de ello, se caracterizan por su continua búsqueda de independencia, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE, 2018) la mayor posición ocupacional para las mujeres (41,1%) fue trabajadora por cuenta propia. Igualmente, otros estudios descriptivos demuestran que el 17,8 % de las colombianas están encontrando en el emprendimiento el balance ideal entre trabajo y vida personal, ya que ser empresarias les permiten mayor flexibilidad, siendo esta la principal motivación para emprender (Bosma & Kelley, 2019).

2.7 *Emprendimiento en jóvenes universitarios*

Dentro del estudio del emprendimiento en jóvenes universitarios, varios autores fundamentan sus resultados desde la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991), la cual afirma que existen tres funciones a considerar en la intención emprendedora de esta población como son:

La actitud hacia el comportamiento, entendida esta como el análisis de los factores que impulsan o desalientan al individuo hacia una acción determinada; otra variable es la normatividad subjetiva, es la percepción de los individuos respecto a la valoración que la sociedad hace del comportamiento objeto de análisis; y por último, el control percibido, es la percepción o grado de confianza que tiene el individuo en relación con su capacidad y preparación para realizar una determinada actividad (Galvez, Guauña & Ravina, 2020, p.85).

Para comprender mejor la aplicación de estos conceptos en el emprendimiento en jóvenes universitarios, se cita algunos trabajos recientes, por ejemplo, Rueda, Sánchez, Herrero, Blanco & Fernández-Laviada (2013), analizaron los factores motivacionales por género en la intención emprendedora en estudiantes, encontrando que las mujeres jóvenes dan más importancia a las recompensas personales (crecimiento personal, reconocimiento público o probar que se es capaz de hacerlo) y menos a las recompensas económicas. Asimismo, Chan, Escalante y Robles (2015), demostraron que los factores que más favorecen la intención emprendedora en estudiantes universitarios de carreras económicas y administrativas son el buen manejo de problemas, la creatividad, la seguridad y la aceptación del riesgo, siendo este último el que marca la diferencia entre los alumnos.

Por su parte, Marín, Rubio y Sánchez (2015), concluyen que las variables más influyentes en la intención emprendedora es la actitud y si las Universidades tienen estudiantes con actitud positiva, tendrán una mayor oportunidad de emprender y tener éxito en su iniciativa de negocio. Entre otros trabajos están, el realizado por Jaimes-Millán et al. (2017), quienes identificaron que existen determinados factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, como son el semestre que cursan, el estado civil, la edad, el conocimiento del programa de emprendimiento, la propensión al riesgo, autoestima e innovación.

Otras investigaciones como la de Díaz, Hernández, Fernández, Almodóvar, Díaz & Fernández (2017), demuestran que entre los factores más relevantes en la creación de empresas por parte de los jóvenes universitarios es concretar un sueño personal, tener autoridad y ser su propio jefe. A su vez, González, Torres y Tinoco (2017), demostraron que la buena situación socioeconómica, la experiencia familiar en los negocios, la edad y capacidad de trabajo son los factores influyentes en la intención emprendedora.

Desde esta perspectiva, Diaz & Radrigán (2018), con base en su estudio realizado en universitarios de Chile y España, afirman que el contexto cultural en el que se desenvuelven los jóvenes tiene incidencia en la generación de ideas de negocios, encontrándose en primer lugar que la tendencia de los estudiantes a formar empresa está influenciada por sus antecedentes familiares de emprendimiento, si se compara con aquellos que no tienen ese trasfondo de normas, hábitos, valores, costumbres y códigos de conducta adaptados y socialmente aceptados. En segundo lugar, sus resultados demuestran que los estudiantes con un patrón más individualista de valores desarrollarán mayor intención de crear empresas de forma individual, mientras que los que tengan un perfil de valores colectivistas, crearán empresas en ese mismo sentido. En ambos casos, es importante el apoyo social por parte de los padres y demás grupos que conforman el entorno socio cultural

de los jóvenes para que puedan adquirir tanto los recursos como las orientaciones necesarias en el desarrollo de sus ideas de negocio.

Por otro lado, frente a las posturas de los autores sobre la generación de empresa como opción frente al desempleo, resulta paradójico que no es frecuente el emprendimiento en jóvenes egresados, aun cuando han adquirido en la universidad los diferentes conocimientos sobre el emprendimiento y el fomento de las competencias, actitudes y habilidades emprendedoras (Fabregat & Gallardo, 2016; Hernández-Mogollón, Fernández-Portillo, Díaz-Casero & Sánchez-Escobedo, 2018). Por ello, el fomento de conocimientos, competencias y habilidades emprendedoras en las universidades resultan ser insuficientes, además es necesario conocer los entornos que hacen parte de la vida académica, social, cultural, económica y familiar de los jóvenes; y saber identificar y aprovechar otros tipos de redes estratégicas para el desarrollo de las ideas de emprendimiento (Bel-Durán et al., 2016).

De acuerdo con esto, Godínez y Canales (2018) concluyen que la intención emprendedora en los estudiantes universitarios va más allá de un proceso de formación enfocada en adquirir conocimientos y capacidades para la creación de empresas, también deben fortalecer las conductas emprendedoras a través de las redes de comunicación. Esto es importante porque les permiten conocer las condiciones económicas de la región donde desean emprender y los estilos de vida de las personas a quien va a ofrecer el producto o servicio, elementos claves en los procesos de formación en las universidades.

Con base en Godínez y Canales (2018), esta interrelación del conocimiento se refiere a un proceso acumulativo de recursos tangibles e intangibles basados en un sistema de creencias, conductas y procedimientos en un ambiente de enseñanza que permita relacionar información, personas y contextos, bajo un ambiente de confianza, cooperación y colaboración para fortalecer el emprendimiento en los jóvenes. Esto implica entonces que la intención emprendedora debe ser una gestión integral entre las personas, las instituciones, el ambiente y la capacidad de gestionar las competencias que considere las variables humanas, sociales y culturales.

Por lo tanto, para potenciar el emprendimiento en jóvenes universitarios o egresados, Pedroza-Zapata y Silva-Flores (2020), señalan la necesidad de que un país tenga políticas de innovación y de emprendimiento que permitan fomentar la capacidad de integrar a las universidades y las instituciones de I+D, para responder a las demandas de la sociedad en términos de las necesidades de bienes y servicios y así se logre fomentar las intenciones y motivaciones de los estudiantes y egresados en crear empresas (Nelles & Vorley, 2010). Es por esto que, al estudiar el tema del emprendimiento, debe abordarse el concepto de la “universidad emprendedora” antes que en los “estudiantes emprendedores”, pues son las instituciones las generadoras de todos los procesos implicados en este campo (Pedroza-Zapata & Silva-Flores, 2020, p. 95). En otras palabras, el emprendimiento basado en el conocimiento y la innovación es un emprendimiento de alta calidad que favorece a que las economías sean más competitivas, algo vital para, entre otras cosas, mejorar la empleabilidad; y este es justamente una de las formas de emprendimiento que se debe potenciar, el surgido por la oportunidad y que sea de calidad (Medina, Moncayo, Jácome & Albarrasin, 2017).

En este orden de ideas, la educación universitaria aporta de forma significativa en la intención emprendedora de los jóvenes, tal cual lo han demostrado diversos autores, quienes concluyen que la probabilidad de crear una empresa en personas con educación superior es mayor que aquellos con educación inferior, confirmando que esta variable tiene un efecto positivo en el emprendimiento de jóvenes universitarios (Honjo, Kato & Okamuro, 2014; Ferreto, Lafuente & Leiva, 2018). Por lo tanto, los cursos de formación en emprendimiento y conferencias que se desarrollan en las universidades fomentan la motivación y la adquisición de conocimientos que ayudan a crear un ambiente académico empresarial para contribuir a la creación de empresas (Ovalles-Toledo et al., 2018).

Igualmente, se espera que la educación superior favorezca la autoconfianza de los jóvenes, porque les permite adquirir los conocimientos necesarios para potenciar sus habilidades emprendedoras, para fomentar la persistencia en crear y gestionar un negocio (Karabay, Akyüz & Elçi, 2016; Lafuente, Vaillant & Rialp,

2007). En este orden de ideas, los estudiantes que desean emprender deben tener ciertas habilidades, para Radrigán, Dávila & Penaglia (2012) se dividen en dos, la primera se define como *“la capacidad de un individuo para identificar y aprovechar oportunidades que le permitan iniciar un emprendimiento, independientemente de los recursos que tenga bajo su control”* (p. 5). La segunda es la habilidad de diagnóstico, la que se define como *“la capacidad para estudiar con rigor y comprender el conjunto de causas y consecuencias, en el corto, mediano y largo plazo, de los problemas sociales que aquejan el entorno”*⁴

Así, a pesar de que la experiencia, la formación, la educación y los rasgos psicológicos pueden caracterizar a un emprendedor, Martínez (2016) señala que: *“la experiencia no es factor condicionante para emprender ya que cada vez existe un mayor número de iniciativas de emprendimiento en jóvenes”* (p. 327). Así, a pesar de que los jóvenes tienen menos acceso a recursos, en términos de capital, conocimiento o experiencia, el hecho de tener menos responsabilidades familiares y económicas, estarán más dispuestas a correr el riesgo de iniciar un negocio. Por ejemplo, en América Latina y el Caribe el número de emprendimientos es mayor en los jóvenes y disminuye la intención emprendedora con el aumento de edad (Bosma et al., 2020).

3. CONCLUSIONES

Una de las definiciones más aceptadas de emprendimiento es identificarlo como un proceso por el cual surge una nueva organización, para su estudio se debe tener en cuenta factores como la situación económica, ambiental y estilo de vida del emprendedor (Gartner, 1989). En este orden de ideas, el objetivo principal del empresario dueño de su propio negocio es descubrir, evaluar y crear nuevos productos o servicios, desarrollar nuevas estrategias y formas de organización, abrir Importar imagen Importar tabla nuevos mercados, o introducir nuevos procesos o materias primas que antes no existían (Shane & Venkataraman, 2000). Así, el emprendedor se puede definir como un innovador que crea incertidumbre o alguien que aprovecha una oportunidad, elimina los errores empresariales y mueve el mercado hacia el equilibrio en un proceso dinámico competitivo (Kirzner, 1973; Schumpeter, 1934).

En relación con la intención emprendedora, diversos autores han centrado sus investigaciones en analizar aquellos factores que influyen en un individuo al iniciar un negocio o darle un nuevo valor a uno ya existente. Así, teniendo en cuenta los aportes de estudios previos y su relevancia actual, el presente trabajo contribuye a la construcción del estado del arte del emprendimiento en dos grupos minoritarios, las mujeres y jóvenes universitarios, a través de una revisión de literatura para identificar vacíos existentes en el conocimiento del emprendedurismo en esta población y proponer una futura investigación.

Por lo tanto, en este trabajo se identificó investigaciones con diseños metodológicos basados en la revisión bibliográfica, análisis de casos y pocos utilizan softwares estadísticos para correlacionar variables (Forero-Bernal & Durán-Duarte, 2019). De igual manera, en los estudios de emprendimiento y género existen muchas investigaciones comparativas con poca profundidad y con una débil o nula crítica feminista, por lo tanto, es de relevancia para futuros trabajos desarrollar el discurso fundamentado en la teoría liberal feminista y de género (Henry, Foss & Ahl, 2016).

Asimismo, a pesar de los avances significativos en la incursión de la mujer como emprendedora, aún existe un techo de cristal donde ellas pueden mirar hacia arriba, pero les es difícil cruzar por diversos factores; los cuales necesitan ser estudiados con el fin de generar estrategias y políticas públicas que promuevan el emprendimiento en este grupo. Entre los factores que requieren un mayor estudio para romper ese techo de cristal, se destacan aquellos relacionados con los intereses, pensamientos y acciones; los cuales difieren entre mujeres y hombres. Otro ítem de relevancia son las estructuras de poder, las cuales son dominadas por los hombres, lo que conlleva a las mujeres a convertirse en minoría en temas de emprendimiento (Bustamante, 2016).

La educación es otra de estas variables, la cual es de relevancia para las mujeres por ser parte de su proyecto de vida, a diferencia de los hombres, que representa solo una experiencia al considerarse más

arriesgados y aventureros al momento de emprender (Ortiz-Casallas, 2017). Es por ello, que la formación en las universidades basada en el desarrollo de competencias en emprendimiento, contribuyen al fortalecimiento e incremento de la intención emprendedora en los estudiantes, especialmente en las mujeres jóvenes para promover comportamientos empresariales y superar el techo de cristal (Díaz-Bretones & Radrigán- Rubio, 2018).

Por lo tanto, fortalecer las habilidades y competencias de las mujeres universitarias en temas de emprendimiento resulta crucial para que ellas se empoderen en el ámbito laboral y económico al materializar sus ideas de negocio, logrando el crecimiento esperado y la supervivencia empresarial de sus proyectos a lo largo del tiempo. Bajo estas premisas, como futuro tema de investigación se propone estudiar los factores que influyen en la intención emprendedora de las mujeres jóvenes universitarias, con el fin de identificar qué habilidades y competencias se pueden fortalecer desde la academia. Además, identificar elementos externos que puedan favorecer la puesta en marcha de sus nuevos modelos de negocios para superar el techo de cristal de muchas mujeres.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Aldrich, H. E. (1999). *Organizations Evolving*. London: Sage Publications, Newbury Park, CA.
- Aldrich, H. & Martinez, M. (2001). Many are Called, but Few are Chosen: An Evolutionary Perspective for the study of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), 41-56.
- Aldrich, H. E. & Ruef, M. (2018). Unicorns, gazelles, and other distractions on the way to understanding real entrepreneurship in the United States. *Academy of Management Perspectives*, 32(4), 458-472. <https://doi.org/10.5465/amp.2017.0123>
- Alsos, G. A., Isaksen, E. J. & Ljunggren, E. (2006). New Venture Financing and Subsequent Business Growth in Men- and Women-Led Businesses. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 667-686. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00141.x>
- Baron, R. A. (1998). Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 275-294. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00031-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00031-1)
- Bel-Durán, P., Fernández-Guadaño, J., Lejarriaga-Pérez, G. & Martín-López, S. (2016). La iniciativa emprendedora como base para la creación de empresas de participación. Un instrumento para la innovación social. *Cooperativismo & Desarrollo*, 24(108), 123- 143. <https://doi.org/10.16925/co.v24i108.1267>
- Black, N. (1989). *Social Feminism*. New York: Cornell University Press.
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu, A., Kelley, D., Levie, J., & Tarnawa, A. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020 Global Report*. <https://www.gemconsortium.org/report>
- Bosma, N., & Kelley, D. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019*. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report>
- Brush, C., Ali, A., Kelley, D. & Greene, P. (2017). The influence of human capital factors and context on women's entrepreneurship: Which matters more? *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 105-113. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.08.001>
- Brush, C. G., Carter, N. M., Gatewood, E. J., Greene, P. G. & Hart, M. (2004). Gatekeepers of venture growth: a Diana project report on the role and participation of women in the venture capital industry. *SSRN Electronic Journal*, pp. 1-24. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1260385>
- Busenitz, L. W. (1996). Research on entrepreneurial alertness. *Journal of Small Business Management*, 34(4), 35. <http://bit.ly/2MtfiQ6>
- Bustamante, L. (2016). *Imaginario de género en el habla de Tunja*. Tunja, Colombia: UPTC.

- Capelleras, J. Ll. & Ganescá, E. (2003). Formación y empleo por cuenta propia: Un análisis comparativo a nivel internacional. En: Enric Genescà i Garrigosa (Ed. Universitat Autònoma de Barcelona) *Creación de empresas: homenaje al profesor José María Veciana Vergés* (pp. 549-569). Barcelona, España: Servei de Publicacions.
- Carter, N. M., Gartner, W. B. & Reynolds, P. D. (1996). Exploring start-up event sequences. *Journal of Business Venturing*, 11(3), 151-166. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(95\)00129-8](https://doi.org/10.1016/0883-9026(95)00129-8)
- Carter, S., Shaw, E., Lam, W. & Wilson, F. (2007). Gender, entrepreneurship, and bank lending: The criteria and processes used by bank loan officers in assessing applications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 427-444. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00181.x>
- Castiblanco, S. E. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 21(2), 53. <https://doi.org/10.18359/rfce.656>
- Chan, M. R., Escalante, N. del S., & Robles, E. (2015). Comparabilidad en el nivel de emprendimiento de los alumnos de dos universidades: México y Puerto Rico. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 8(5), 1-14. <https://bit.ly/3aUhObv>
- Clancy, S. (2007). ¿Por qué no hay más mujeres en la cima de la escala corporativa: debido a estereotipos, a diferencias biológicas o a escogencias personales? *Revista Latinoamericana de Administración*, (38), 1-8. <https://www.redalyc.org/pdf/716/71603802.pdf>
- UNESCO. (2015). Declaración de Incheon y marco de acción para la realización del objetivo de desarrollo sostenible 4. París: UNESCO. <https://www.gcedclearinghouse.org/sites/default/files/resources/245656s.pdf>
- Cliff, J. E. (1998). Does one size fit all? exploring the relationship between attitudes towards growth, gender, and business size. *Journal of Business Venturing*, 13(6), 523- 542. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00071-2](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00071-2)
- Cuervo, A., Pérez, J., Ripollés, M., Sastre, M., Urbano, D. & Valdaliso, J. (2005). *La empresa y el espíritu emprendedor de los jóvenes*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE. (2018). *Comunicado de prensa Informes especiales de mercado laboral Trimestre móvil mayo-julio 2018*. <https://bit.ly/2Jc6y4A>
- Díaz-Bretones, F. & Radrigán-Rubio, M. (2018). Actitudes hacia el emprendimiento: el caso de estudiantes universitarios chilenos y españoles. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (94), 11. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.94.12668>
- Díaz, J. C., Hernández, R., Fernández, A., Almodóvar, M., Díaz, Á. & Fernández, Y. (2017). *Intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Extremadura*. España: Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones.
- Eagly, A. H. & Wood, W. (1991). Explaining Sex Differences in Social Behavior: A Meta- Analytic Perspective. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17(3), 306-315. <https://doi.org/10.1177/0146167291173011>
- Fabregat, A. & Gallardo, I. M. (2016). Educación para la ciudadanía desde una propuesta de iniciativa emprendedora en formación profesional. *Revista Boletín Redipe*, 5(12), 66-74.
- Ferreto, E., Lafuente, E. & Leiva, J. C. (2018). Capital humano y factores sociológicos como determinantes del emprendimiento. *Tec Empresarial*, 12(3), 43-49. <https://doi.org/10.18845/te.v12i3.3937>
- Forero-Bernal, L. A. & Durán-Duarte, L. K. (2019). Aportes a la construcción del estado de arte del emprendimiento femenino en Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (86), 77-92. <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2291>
- Frank, A. I. (2007). Entrepreneurship and enterprise skills: A missing element of planning education? *Planning Practice & Research*, 22(4), 635-648. <https://doi.org/10.1080/02697450701770142>
- Galindo, M. S., & Herrera, S. L. (2017). La categoría de género en la investigación y producción de conocimiento en enfermería en Iberoamérica: aportes para el debate. *La Ventana. Revista de Estudios de Género*, 5(46), 177-201. <https://doi.org/10.32870/lv.v5i46.6041>
- Galvez, E. J., Guauña, R. A., & Ravina, R. (2020). Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública. *Revista Universidad & Empresa*, 22(38), 79-105. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7230>

- Garavito-Hernández, Y. Córdoba-Campos, J. & Ardila-Sequeda, R. (2020) Iniciativa emprendedora del recurso humano inactivo en el Establecimiento Penitenciario de Mediana Seguridad y Carcelario de Bucaramanga. *I+D Revista de Investigaciones*, 15(1), 52-60.
- García-Cabrera, A. M., Déniz-Déniz, M. C. & Cuéllar-Molina, D. (2016). Inteligencia emocional y emprendimiento: posibles líneas de trabajo. *Cuadernos de Administración*, 28(51), 65-101. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.icep>
- García-Macias, M. A., Zerón-Félix, M., & Sánchez-Tovar, Y. (2018). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entramado*, 14(1), 88-103. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6742098>
- García, J. C., Villaseca, D. & González, S. (2018). Emprendimiento femenino y financiación social: un estudio comparado. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 132, 97-121
- Gartner, W. B. (1989). Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Traits and Characteristics. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(1), 27-38. <https://doi.org/10.1177/104225878901400103>
- Gartner, W. B., & Teague, B. T. (2020). Introduction to the Research Handbook on Entrepreneurial Behavior, Practice and Process. In *Research Handbook on Entrepreneurial Behavior, Practice and Process*. Edward Elgar Publishing.
- Godínez, J. A. & Canales, R. A. (2018). Desarrollo y emprendimiento universitario: la relevancia de las interrelaciones, una aproximación empírica. *Gestión y Estrategia*, (54), 53-69. <http://gestionyestrategia.azc.uam.mx/index.php/rge/article/view/650>
- Gómez-Araujo, E. J. (2014). *Ensayos sobre la actividad emprendedora de los jóvenes españoles desde una perspectiva territorial*. España, Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- González, R., Torres, V. & Tinoco, M. (2017). Análisis empírico de los determinantes del emprendimiento en estudiantes universitarios el caso de la Universidad de Colima en México. *Economía y Sociedad*, 21(36), 43-59. <https://www.redalyc.org/pdf/510/51052064003.pdf>
- Greene, P. G., Brush, C. G., Hart, M. M. & Saporito, P. (2001). Patterns of venture capital funding: Is gender a factor? *Venture Capital*, 3(1), 63-83. <https://doi.org/10.1080/136910601118175>
- Guzmán, J. & Santos, F. (2001). The booster function and the entrepreneurial quality: an application to the province of Seville. *Entrepreneurship & Regional Development*, 13(3), 211-228. <https://doi.org/10.1080/08985620110035651>
- Henry, C., Foss, L. & Ahl, H. (2016). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, 34(3), 217-241. <https://doi.org/10.1177/0266242614549779>
- Hernández-Mogollón, R., Fernández-Portillo, A., Díaz-Casero, J. C. & Sánchez- Escobedo, M. de la C. (2018). ¿Es Posible Trabajar La Educación Emprendedora Universitaria En Contextos Poco Favorables Para Ello? *Journal of Management and Business Education*, 1(2), 160-181. https://redadem.org/JMBE/2018_Vol_01_N02.pdf#page=84
- Honjo, Y., Kato, M. & Okamuro, H. (2014). R&D investment of start-up firms: does founders' human capital matter? *Small Business Economics*, 42(2), 207-220. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9476-x>
- Jack, S., Dodd, S. D., & Anderson, A. R. (2008). Change and the development of entrepreneurial networks over time: a processual perspective. *Entrepreneurship & Regional Development*, 20(2), 125-159. <https://doi.org/10.1080/08985620701645027>
- Jaimes-Millán, F., Jaramillo-Jaramillo, M. & Pérez-Chávez, M. A. (2017). Factores que inciden en la intención emprendedora de estudiantes del Centro Universitario Temascaltepec. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(78), 210-231. <https://bit.ly/3su92qG>
- Karabay, M. E., Akyüz, B. & Elçi, M. (2016). Effects of Family-Work Conflict, Locus of Control, Self Confidence and Extraversion Personality on Employee Work Stress. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 235(1), 269-280. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.030>
- Kepler, E. & Shane, S. (2007). *Are Male and Female Entrepreneurs Really That Different?* (No. SBAHQ-06-M-0480). [http://www.pw.seipa.edu.pl/s/p/artykuly/90/909/Female Entrepreneurs Different Shane 2007.pdf](http://www.pw.seipa.edu.pl/s/p/artykuly/90/909/Female%20Entrepreneurs%20Different%20Shane%202007.pdf)

- Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lafuente, E., Szerb, L., & Acs, Z. J. (2016). Country level efficiency and national systems of entrepreneurship: a data envelopment analysis approach. *The Journal of Technology Transfer*, 41(6), 1260-1283. <https://doi.org/10.1007/s10961-015-9440-9>
- Lafuente, E., Vaillant, Y., & Rialp, J. (2007). Regional differences in the influence of role models: Comparing the entrepreneurial process of rural Catalonia. *Regional Studies*, 41(6), 779-796. <https://doi.org/10.1080/003434400601120247>
- Landström, H. & Johannisson, B. (2001). Theoretical foundations of Swedish entrepreneurship and small-business research. *Scandinavian Journal of Management*, 17(2), 225-248. [https://doi.org/10.1016/S0956-5221\(99\)00030-5](https://doi.org/10.1016/S0956-5221(99)00030-5)
- Laukkanen, M. (2000). Exploring alternative approaches in high-level entrepreneurship education: creating micromechanisms for endogenous regional growth. *Entrepreneurship & Regional Development*, 12(1), 25-47. <https://doi.org/10.1080/089856200283072>
- Littunen, H., Storhammar, E. & Nenonen, T. (1998). The survival of firms over the critical first 3 years and the local environment. *Entrepreneurship & Regional Development*, 10(3), 189-202. <https://doi.org/10.1080/08985629800000011>
- Manev, I. M. & Manolova, T. S. (2010). Entrepreneurship in transitional economies: Review and integration of two decades of research. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(01), 69-99. <https://doi.org/10.1142/S1084946710001427>
- Marín, L., Rubio, A. & Sánchez-Mora, M. I. (2015). El impacto del entorno del estudiante en sus intenciones de crear una empresa cuando finalice sus estudios. *Revista de Relaciones Laborales*, 32, 504-526. <http://hdl.handle.net/10810/44605>
- Marlow, S., & Patton, D. (2005). All Credit to Men? Entrepreneurship, Finance, and Gender. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(6), 717-735. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00105.x>
- Martínez, A. (2016). Factores socioculturales asociados al emprendedor: evidencia empírica para América Latina. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(74), 312-330. <https://www.redalyc.org/pdf/290/29046685009.pdf>
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving society*. New York: D. Van Nostrand Company,
- McGrath, R. G. (1999). Falling Forward: Real Options Reasoning and Entrepreneurial Failure. *Academy of Management Review*, 24(1), 13-30. <https://doi.org/10.5465/amr.1999.1580438>
- Medina, E. G., Moncayo, O. F., Jácome, L. F., & Albarrasin, M. V. (2017). El emprendimiento en el sistema universitario. *Didáctica y Educación*, 8(1), 163-178. <http://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/596/0>
- Miller, D. (1983). The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, 29(7), 770-791. <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía industrial*, 383(1), 23-30. <https://bit.ly/3aXYzxT>
- Montoya, J. A. M., Calle, G. C. & Mejía, L. F. M. (2009). Emprendimiento: visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (66), 154-168. <http://bit.ly/3uDORIT>
- Mun, E. & Jung, J. (2018). Policy Generosity, Employer Heterogeneity, and Women's Employment Opportunities: The Welfare State Paradox Reexamined. *American Sociological Review*, 83(3), 508-535. <https://doi.org/10.1177/0003122418772857>
- Murray, H. (1938). *Explorations in personality: a clinical and experimental study of fifty men of college age*. Retrieved from <https://psycnet.apa.org/record/1939-00968-000>
- Naldi, L., Baù, M., Ahl, H. & Markowska, M. (2019). Gender (in)equality within the household and business start-up among mothers. *Small Business Economics*, 1-16. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00275-1>

- Nelles, J. & Vorley, T. (2010). Constructing an Entrepreneurial Architecture: An Emergent Framework for Studying the Contemporary University Beyond the Entrepreneurial Turn. *Innovative Higher Education*, 35(3), 161-176. <https://doi.org/10.1007/s10755-009-9130-3>
- OECD. (2017). *Education at a Glance 2017: OECD Indicators*. <https://doi.org/10.1787/eag-2017-en>
- Orser, B. J. & Riding, A. L. (2006). Gender-based Small Business Programming: The Case of the Women's Enterprise Initiative. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 19(2), 143-166. <https://doi.org/10.1080/08276331.2006.10593364>
- Ortiz-Casallas, E. M. (2017). Discursos y género, en relatos de hombres y mujeres. *Agora U.S.B.*, 17(1), 191. <https://doi.org/10.21500/16578031.2818>
- Ovalles-Toledo, L., Moreno, Z., Olivares, M., & Silva, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 217-234. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29055767013>
- Pabón, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (71), 70-83.
- Pedroza-Zapata, Á. R. & Silva-Flores, M. L. (2020). Ecosistema Universitario de Ciencia, Tecnología, Innovación y Emprendimiento. *Magis, Revista Internacional de Investigación En Educación*, 12(25), 93-110. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.m12-25.euct>
- Radrigán R, M. H., Dávila R, A. M. & Penaglia V, F. E. (2012). Gestión y liderazgos en los emprendimientos sociales: El caso del sector no lucrativo chileno. *Polis. Revista Latinoamericana*, 11(32), 141-165. <https://doi.org/10.4067/S0718-65682012000200009>
- Robb, A. M. (2002). Entrepreneurial performance by women and minorities: The case of new firms. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7(4), 383-397. <http://bit.ly/3bNbstX>
- Rueda, I., Sánchez, L., Herrero, Á., Blanco, B., & Fernández-Laviada, A. (2013). ¿Existen niveles adecuados de formación y financiación que incentiven la intención emprendedora? *Revista FIR, FAEDPYME International Review*, 2(3), 28-38. <https://bit.ly/3pT3u7q>
- Sabarwal, S. & Terrell, K. (2008). *Does gender matter for firm performance? Evidence from Eastern Europe And Central Asia*. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-4705>
- Sarasvathy, S. D. & Dew, N. (2005). Entrepreneurial logics for a technology of foolishness. *Scandinavian Journal of Management*, 21(4), 385-406. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2005.09.009>
- Sarasvathy, S. D., Dew, N., Velamuri, S. R. & Venkataraman, S. (2003). Three views of entrepreneurial opportunity. In *Handbook of Entrepreneurship Research* (pp. 141-160). https://doi.org/10.1007/0-387-24519-7_7
- Sarasvathy, S. D., Dew, N. & Venkataraman, S. (2020). *Shaping Entrepreneurship Research: Made, as Well as Found*. Routledge.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217. <https://doi.org/10.2307/259271>
- Stevenson, H. H. (1983). *A perspective on entrepreneurship*. Cambridge, MA: Harvard Business School Publishing.
- Stewart, W. H. & Roth, P. L. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 145-153. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.1.145>
- Steyaert, C. (2007). 'Entrepreneurship' as a conceptual attractor? A review of process theories in 20 years of entrepreneurship studies. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(6), 453-477. <https://doi.org/10.1080/08985620701671759>
- Stripeikis, O. (2011). Enterprising business formation in Lithuanian small and medium- sized firms. *Organizacijų Vadyba: Sisteminiai Tyrimai*, (57), 99-113. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=88423>
- Terjesen, S., Hessels, J. & Li, D. (2016). Comparative international entrepreneurship: A review and research agenda. *Journal of Management*, 42(1), 299-344. <https://doi.org/10.1177/0149206313486259>

- Thébaud, S. (2010). Institutions, Cultural Beliefs and the Maintenance of Gender Inequality in Entrepreneurship Across Industrialized Nations. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1664554>
- Tinkler, J. E., Whittington, K., Ku, M. C. & Davies, A. R. (2015). Gender and venture capital decision-making: The effects of technical background and social capital on entrepreneurial evaluations. *Social Science Research*, 51, 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2014.12.008>
- Van Gelderen, M., Thurik, R. & Bosma, N. (2006). Success and Risk Factors in the Pre-Startup Phase. *Small Business Economics*, 26(4), 319-335. <https://doi.org/10.1007/s11187-004-6837-5>
- Welter, C., Mauer, R., & Wuebker, R. J. (2016). Bridging behavioral models and theoretical concepts: effectuation and bricolage in the opportunity creation framework. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 10(1), 5-20. <https://doi.org/10.1002/sej.1215>
- Zambrano-Vargas, S. M.& Vázquez-García, A. W. (2019). Algunas perspectivas teóricas para el estudio del emprendimiento y el género. *Saber, Ciencia y Libertad*, 14(1), 159- 170. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n1.5216>