

UNIVERSIDAD INTERAMERICANA DE PUERTO RICO  
RECINTO DE SAN GERMÁN  
PROGRAMA DOCTORAL EN DESARROLLO EMPRESARIAL Y GERENCIAL

CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN PUERTO RICO Y  
OTRAS REGIONES INTERNACIONALES

por

KARLA S. ACEVEDO RUIZ

MAYO 2022

## Aprobación

### CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN PUERTO RICO Y OTRAS REGIONES INTERNACIONALES

Por

Karla S. Acevedo Ruiz

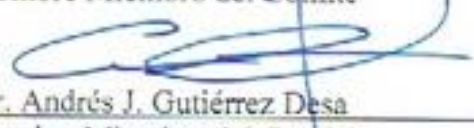
Nosotros, los miembros del Comité de Disertación Doctoral de la estudiante Karla S. Acevedo Ruiz, certificamos que la investigación sometida por esta cumple con los requisitos para las disertaciones doctorales establecidos por el Programa Doctoral en Desarrollo Empresarial y Gerencial del Recinto de San Germán de la Universidad Interamericana de Puerto Rico, y para que así conste firmamos certificando la aprobación de la misma.

  
Dra. Zulma E. Quirónes Rivera-Howell  
Nombre Presidente del Comité

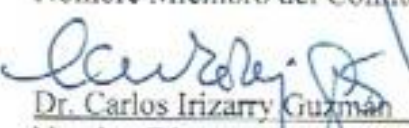
3 de mayo de 2022  
Fecha

  
Dr. Carlos Irizarry Guzmán  
Nombre Miembro del Comité

3 de mayo de 2022  
Fecha

  
Dr. Andrés J. Gutiérrez Desa  
Nombre Miembro del Comité

3 de mayo de 2022  
Fecha

  
Dr. Carlos Irizarry Guzmán  
Nombre Director Centro de Estudios Graduados

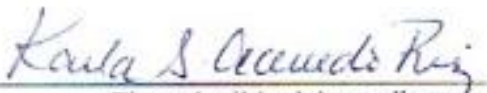
3 de mayo de 2022  
Fecha

  
Prof. Vilma S. Martínez  
Nombre Decana de Asuntos Académicos

31 mayo 2022  
Fecha

## CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Karla S. Acevedo Ruiz, certifico que la disertación doctoral titulada Características del Emprendimiento Femenino en Puerto Rico y otras Regiones Internacionales, la cual presento como requisito para optar por el Grado de Doctorado en Filosofía en el Programa Doctoral en Desarrollo Empresarial y Gerencial del Recinto de San Germán de la Universidad Interamericana de Puerto Rico, es el producto de mi labor investigativa. Asimismo, doy fe que este trabajo es uno original e inédito.

  
Firma legible del estudiante

## **Resumen**

La investigación realizada tuvo como objetivo principal determinar las características del emprendimiento femenino en Puerto Rico y las regiones internacionales de América, África, Europa y Asia, por un periodo de seis años que comprendió desde 2016 al 2021. Para el desarrollo de la investigación se aplicó la Teoría Feminista, la cual busca terminar con la subordinación, desigualdad, opresión de las mujeres y lograr una sociedad libre de discriminaciones por razón de género (Villarroel, 2007). Además, se aplicó la Teoría de la Acción Razonada, la cual establece que la acción de llevar a cabo una conducta tiene como antecedente la actitud, creencias normativas y la motivación (Rueda et al., 2013).

La investigación se delimitó al análisis de datos secundarios sobre emprendimiento femenino, contenidos en los reportes Global Entrepreneurship Monitor – Female Entrepreneurship, correspondientes a los periodos 2016 al 2017, 2018 al 2019 y 2020 al 2021. Por consiguiente, es un estudio histórico descriptivo, en el cual se determinan las características de mujeres empresarias, sus empresas, los motivadores que tuvieron para emprender, el rol de los gobiernos y las organizaciones de apoyo a mujeres emprendedoras. El estudio aporta conocimiento que da paso a fomentar la iniciativa empresarial femenina, ya que, este emprendimiento favorece el crecimiento económico de un país, provee empleo a recién graduadas, autonomía y la posibilidad de una remuneración justa para las mujeres.

**Palabras clave:** Emprendimiento, emprendimiento femenino, motivación, feminismo, predisposición emprendedora.

### **Dedicatoria**

A mi amada hija, Andrea Valentina, por ser mi mayor motivación e inspiración para lograr esta meta. A ti debo el temple, la fuerza y el ánimo en los días más difíciles. Tu vida trajo a la mía el sentido del porqué y para quién me esfuerzo cada día. A mi esposo, José, por tu apoyo incondicional que con tanto amor me has brindado y que solo un esposo excepcional como tú puede ofrecer. Por tanta paciencia, comprensión y ser mi compañero inseparable en esta travesía. A mis padres, Carlos y Marisol, por forjar quien soy, educarme, encaminarme, apoyarme y creer en mí en cada meta trazada. Ustedes son mi pilar y mi modelo a seguir en todos los aspectos de mi vida. A todos ustedes dedico mi trabajo y el logro de una meta alcanzada, los amo infinito.

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios, ante todo, porque sin su presencia en mi vida nada sería posible. Todo lo puedo en Cristo que me fortalece (Filipenses, 4:13). A mi excelente Comité de disertación compuesto por la directora, la Dra. Zulma Quiñones, el Dr. Carlos Irizarry y el Dr. Andrés Gutiérrez. Les agradezco infinitamente su dedicación, apoyo, asesoría y por transmitir sus conocimientos y destrezas para que lograra esta meta. A mi familia, por el apoyo incondicional que me han brindado, por creer en mí e impulsarme cada día a lograr mis sueños.

## Tabla de Contenido

|                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------|-----|
| Aprobación.....                                                    | ii  |
| Certificación de Autoría.....                                      | iii |
| Resumen.....                                                       | iv  |
| Dedicatoria.....                                                   | v   |
| Agradecimiento.....                                                | vi  |
| Tabla de Contenido.....                                            | vii |
| Lista de Tablas.....                                               | ix  |
| Lista de Figuras.....                                              | x   |
| Capítulo I.....                                                    | 11  |
| Introducción.....                                                  | 11  |
| Antecedentes.....                                                  | 11  |
| Identificación del Problema.....                                   | 12  |
| Justificación del Problema.....                                    | 14  |
| Objetivos de la Investigación.....                                 | 14  |
| Preguntas de Investigación.....                                    | 15  |
| Tabla de Alineamiento.....                                         | 17  |
| Marco Teórico.....                                                 | 18  |
| Modelo Conceptual.....                                             | 23  |
| Delimitaciones de la Investigación.....                            | 23  |
| Alcance de la Investigación.....                                   | 24  |
| Definición de Términos.....                                        | 25  |
| Resumen del Capítulo.....                                          | 26  |
| Capítulo II.....                                                   | 28  |
| Revisión de Literatura.....                                        | 28  |
| Emprendimiento.....                                                | 28  |
| Importancia de la Educación Empresarial.....                       | 29  |
| Emprendimiento como Disciplina Académica.....                      | 30  |
| Obstáculos para la Educación Precursora del Emprendimiento.....    | 34  |
| Situación de la Mujer en el Campo Laboral y su Emprendimiento..... | 36  |

|                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------|-----|
| Teorías sobre el Comportamiento .....                        | 40  |
| Teorías sobre la Motivación.....                             | 41  |
| Estudios Previos.....                                        | 46  |
| Resumen del Capítulo .....                                   | 47  |
| Capítulo III.....                                            | 49  |
| Metodología .....                                            | 49  |
| Diseño de la Investigación .....                             | 49  |
| Procedimiento de Análisis de Datos .....                     | 50  |
| Resumen del Capítulo .....                                   | 52  |
| Capítulo IV .....                                            | 53  |
| Resultados .....                                             | 53  |
| Reportes sobre Emprendimiento Femenino.....                  | 53  |
| Emprendimiento Femenino por Región.....                      | 54  |
| Datos sobre Características de Emprendedoras .....           | 56  |
| Datos sobre Motivadores para el Emprendimiento Femenino..... | 64  |
| Datos sobre Características de Empresas.....                 | 68  |
| Gobierno y el Emprendimiento Femenino.....                   | 83  |
| Organizaciones Dirigidas al Emprendimiento Femenino .....    | 85  |
| Resumen del Capítulo .....                                   | 89  |
| Capítulo V .....                                             | 91  |
| Conclusión .....                                             | 91  |
| Modelo Conceptual Validado .....                             | 99  |
| Recomendaciones .....                                        | 100 |
| Limitaciones de la Investigación .....                       | 101 |
| Estudios Futuros.....                                        | 102 |
| Referencias.....                                             | 104 |
| Apéndice I - Certificación de Edición .....                  | 116 |

## Lista de Tablas

|                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1. Preguntas de Investigación .....                                           | 16 |
| Tabla 2. Tabla de Alineamiento.....                                                 | 17 |
| Tabla 3. Criterios y Clasificaciones del Feminismo .....                            | 19 |
| Tabla 4. Actividad de Emprendimiento Femenino por Región .....                      | 55 |
| Tabla 5. Margen de edad de mujeres emprendedoras 2016 al 2017 .....                 | 56 |
| Tabla 6. Margen de edad de mujeres emprendedoras 2018 al 2019 .....                 | 57 |
| Tabla 7. Margen de edad de mujeres emprendedoras 2020 al 2021 .....                 | 57 |
| Tabla 8. Margen de edad de mujeres emprendedoras 2020 al 2021 .....                 | 58 |
| Tabla 9. Margen de edad de mujeres emprendedoras 2020 al 2021 por Región .....      | 60 |
| Tabla 10. Nivel de educación de mujeres emprendedoras 2016 al 2017 .....            | 60 |
| Tabla 11. Nivel de educación de mujeres emprendedoras 2018 al 2019 .....            | 62 |
| Tabla 12. Nivel de educación de mujeres emprendedoras 2020 al 2021 .....            | 63 |
| Tabla 13. Motivadores para el Emprendimiento Femenino 2016-2017 .....               | 64 |
| Tabla 14. Motivadores para el Emprendimiento Femenino 2018-2019 .....               | 66 |
| Tabla 15. Motivadores para el Emprendimiento Femenino 2020-2021 .....               | 67 |
| Tabla 16. Ambiente económico externo de empresas en 2016 al 2017 .....              | 68 |
| Tabla 17. Ambiente económico externo de empresas en 2018 al 2019 .....              | 69 |
| Tabla 18. Nivel de desarrollo económico de mujeres emprendedoras 2020 al 2021 ..... | 70 |
| Tabla 19. Tipo de Industria Global por Periodo .....                                | 71 |
| Tabla 20. Tipo de Industria por región y periodo .....                              | 72 |
| Tabla 21. Inversión Inicial .....                                                   | 76 |
| Tabla 22. Inversión Inicial por Región .....                                        | 77 |
| Tabla 23. Expectativa de empleomanía de más de seis empleados .....                 | 79 |
| Tabla 24. Expectativa de empleomanía de más de seis empleados por región.....       | 80 |
| Tabla 25. Exportación de más del 25% de las ventas .....                            | 81 |
| Tabla 26. Exportación de más del 25% de las ventas por región .....                 | 82 |
| Tabla 27. Organizaciones Dirigidas a Emprendimiento Femenino 2016 al 2017 .....     | 86 |
| Tabla 28. Organizaciones Dirigidas a Emprendimiento Femenino 2018 al 2019 .....     | 87 |
| Tabla 29. Organizaciones Dirigidas a Emprendimiento Femenino 2020 al 2021 .....     | 88 |
| Tabla 30. Organizaciones Dirigidas a Emprendimiento Femenino en Puerto Rico .....   | 89 |

## Lista de Figuras

|                                                                                 |     |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 1. Teoría de la Acción Razonada.....                                     | 21  |
| Figura 2. Modelo Conceptual .....                                               | 23  |
| Figura 3. Modelo de la Jerarquía de las Necesidades de Abraham Maslow.....      | 42  |
| Figura 4. Teoría de Dos Factores de Herzberg .....                              | 44  |
| Figura 5. Actividad de Emprendimiento Femenino por Región.....                  | 56  |
| Figura 6. Margen de edad de mujeres emprendedoras 2018 al 2019 por Región.....  | 59  |
| Figura 7. Margen de edad de mujeres emprendedoras 2020 al 2021 por Región.....  | 60  |
| Figura 8. Nivel de educación de mujeres emprendedoras 2016 al 2017 .....        | 61  |
| Figura 9. Nivel de educación de mujeres emprendedoras 2018 al 2019 .....        | 62  |
| Figura 10. Nivel de educación de mujeres emprendedoras 2020 al 2021 .....       | 63  |
| Figura 11. Motivadores para el Emprendimiento Femenino 2016-2017 .....          | 65  |
| Figura 12. Motivadores para el Emprendimiento Femenino 2018-2019.....           | 66  |
| Figura 13. Motivadores para el Emprendimiento Femenino 2020-2021.....           | 67  |
| Figura 14. Tipo de Industria Global por Periodo .....                           | 71  |
| Figura 15. Tipo de Industria en África por Periodo.....                         | 73  |
| Figura 16. Tipo de Industria en América por Periodo .....                       | 73  |
| Figura 17. Tipo de Industria en Asia por Periodo.....                           | 74  |
| Figura 18. Tipo de Industria en Europa por Periodo .....                        | 74  |
| Figura 19. Tipo de Industria en Puerto Rico por Periodo .....                   | 75  |
| Figura 20. Inversión inicial por periodo .....                                  | 76  |
| Figura 21. Inversión Inicial por Región.....                                    | 78  |
| Figura 22. Expectativa de empleomanía de más de seis empleados.....             | 79  |
| Figura 23. Expectativa de empleomanía de más de seis empleados por región ..... | 80  |
| Figura 24. Exportación de más del 25% de las ventas global por periodo .....    | 81  |
| Figura 25. Exportación de más del 25% de las ventas por región .....            | 83  |
| Figura 26. Modelo conceptual validado.....                                      | 100 |

## **Capítulo I**

### **Introducción**

#### **Antecedentes**

El interés académico sobre la actividad en el campo del emprendimiento femenino ha experimentado un drástico aumento (Santiago Castro & Pisani, 2013). Se entiende el término femenino como todo aquello propio o relativo a las mujeres, que resulta característico de éstas, que representa efectivamente los rasgos inherentes a la femineidad como un ser y que posee características físicas de nacimiento que se asocian a las mujeres (Ucha, 2011). Por consiguiente, el principal objeto de estudio en esta investigación son mujeres de nacimiento, sin incluir el género masculino, binario o algún otro género o personas que se identifiquen con el género femenino.

En los últimos años, el estudio del emprendimiento femenino ha experimentado un gran crecimiento, logrando cierto consenso sobre el tema entre los académicos y contribuyendo sobre todo a comprender los factores que explican la dificultad de las mujeres para emprender (Cardella et al., 2020). Expertos afirman que el emprendimiento femenino reduce el desempleo, aumenta la innovación, mejora la competitividad y, por consiguiente, favorece significativamente el crecimiento económico de un país (Amador & Briones, 2017).

Mediante el análisis de diversas investigaciones se ha expuesto la importancia de la educación emprendedora, el emprendimiento social y el contexto sociocultural (cultura, familia y apoyo institucional) como herramientas para superar la brecha de género, promoviendo la inclusión social y combatiendo la pobreza y la discriminación (Cardella

et al., 2020). A pesar de esto, expertos aseguran que el desarrollo o creación de empresas dirigidas por mujeres, aún sigue siendo uno de los principales desafíos del crecimiento económico (Amador & Briones, 2017).

Según Amador y Briones (2017) la capacidad de las mujeres emprendedoras aumenta cuando poseen habilidades, adquieren conocimientos y tienen un contacto temprano con el mundo de los negocios. Lamentablemente, esto se ve obstaculizado por la discriminación y desigualdad en el campo laboral (Rivera Araya & Román Orellana, 2004) y por las diferencias en el desarrollo de habilidades de emprendimiento entre hombres y mujeres (Becerra, 2015). Estos factores son los que han dado paso a la investigación enfocada en las características y determinantes de mujeres empresarias, sus empresas y el ambiente externo en el cual se desarrollan.

El análisis sobre este tema ha revelado que es un campo de estudio multidisciplinar y que ha comenzado a expandirse aún más desde 2006, lo que lo convierte en un objeto de estudio actual y válido (Cardella et al, 2020). Por ser un tema relativamente joven, se ha mostrado que existe la necesidad de realizar más investigaciones que ayuden a determinar cómo y porqué surgen estas empresas dirigidas por mujeres.

### **Identificación del Problema**

El emprendimiento es un tema de actualidad donde las investigaciones realizadas muestran diferencias en la exposición de argumentos y definiciones de términos. La literatura sobre el tema demuestra que no existen definiciones totalmente aceptadas, lo que dificulta la interpretación del contenido, el diseño de programas educativos, las políticas asociadas al diseño de éstos, entre otros (Oliveras, 2015). Por otra parte, al enfocar el tema del emprendimiento al sector femenino, se debe tener presente que

existen diferencias en el desarrollo de habilidades de emprendimiento entre hombres y mujeres (Becerra, 2015).

La discusión sobre el emprendimiento suele iniciarse tratando específicamente la viabilidad o no de enseñar emprendimiento, dado el mito de que un emprendedor posee características únicas, genéticas y, por tanto, que no pueden ser enseñadas (Bueckmann, 2014). El tema del emprendimiento es aún más complejo al considerar las diferencias de género en el desarrollo de estas habilidades (Becerra, 2015). Por esta razón, muchos concuerdan con la necesidad de desarrollar más investigaciones sobre el tema de emprendimiento femenino, que abarquen áreas no estudiadas y que puedan determinar la evolución de este con el pasar de los años. Es necesario responder a interrogantes que aún existen, tales como determinar qué es lo que ha llevado a mujeres a emprender en diferentes periodos de tiempo y qué factores, características o elementos personales aumentan sus probabilidades de emprendimiento (Oliveras, 2015).

Se ha reconocido que las mujeres han sufrido discriminación y desigualdad en el campo laboral por muchos años (Rivera Araya & Román Orellana, 2004) y son una minoría que ha luchado por generaciones para llegar a ocupar la posición que ocupa hoy día en la sociedad. Cientos de profesionales se gradúan cada año, muchas de las cuales no encuentran un trabajo acorde a sus habilidades y capacidades, por lo que el emprendimiento ha sido una manera de proveer empleo a mujeres recién graduadas alrededor del mundo (Palma, 2012). Habiendo reconocido esto, se identificó la necesidad de estudiar el emprendimiento femenino y las características que dan paso a su desarrollo.

## **Justificación del Problema**

Por años, las mujeres han sufrido desigualdades de género en el campo laboral, enfrentando la brecha salarial y la dificultad para ocupar puestos de trabajo (Rivera Araya & Román Orellana, 2004). El emprendimiento ha ofrecido a las mujeres autonomía, la posibilidad de una remuneración justa y mejor calidad de vida. Se ha determinado que el emprendimiento de las mujeres reduce el desempleo, aumenta la innovación, mejora la competitividad y favorece significativamente el crecimiento económico (Amador & Briones, 2017). En investigaciones previas se ha establecido que, al fomentar la iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor, se promueve el desarrollo del emprendimiento (Sánchez Rodríguez et al, 2016).

Según Amador y Briones (2017) se ha demostrado que las mujeres emprendedoras aportan favorablemente al crecimiento económico de un país. Por tanto, es importante conocer a fondo sus motivadores para emprender, las características de las empresarias y sus empresas, para promover estas variantes y beneficiar así el crecimiento económico de un país. Esta investigación presentó la necesidad de analizar diferentes ámbitos como el nivel de educación, la edad, los motivadores, las organizaciones privadas que aportan al emprendimiento femenino y el papel que juegan los gobiernos ante estas empresas. Con el análisis de estos datos se ofrecieron recomendaciones a Puerto Rico y otras regiones.

## **Objetivos de la Investigación**

Esta investigación tuvo como objetivo principal determinar las características del emprendimiento femenino en Puerto Rico y otras regiones internacionales, como América, Asia, Europa y África, durante el periodo del 2016 al 2021. A través de este estudio se aportó información a este tema de actualidad para desarrollar recomendaciones

sobre la promoción del emprendimiento femenino en Puerto Rico y las demás regiones estudiadas, que den paso a la creación de más y mejores empresas dirigidas por mujeres. Se analizaron datos secundarios a nivel internacional recopilados durante los años 2016 al 2021, que ofrecieron una idea sobre las características del emprendimiento femenino.

Se realizó un análisis sobre el estado de empresas desarrolladas por mujeres en diferentes regiones a nivel internacional, durante los periodos 2016 al 2017, 2018 al 2019 y 2020 al 2021. Se analizaron las características de estas empresas, la motivación que llevó a crearlas, características de sus dueñas, su nivel de educación se analizó en un periodo de seis años cómo han evolucionado estas empresas y si su desarrollo ha sido impactado por organizaciones dirigidas al emprendimiento femenino. Además, se investigó qué papel juega el gobierno, si alguno, en el desarrollo de estas empresas, si incentivan o fomentan su desarrollo.

### **Preguntas de Investigación**

En base a los objetivos establecidos, se desarrollaron las preguntas de la investigación. Se estableció una pregunta general de investigación y cinco sub-preguntas, las cuales están directamente relacionadas al objetivo principal, investigar las características del emprendimiento femenino en Puerto Rico y otras regiones durante el periodo de 2016 al 2021. Las preguntas fueron contestadas mediante el análisis de datos secundarios de diferentes reportes sobre emprendimiento femenino.

La pregunta general de la investigación es, ¿Cuáles han sido las características del emprendimiento femenino en Puerto Rico y las regiones internacionales de América, Asia, Europa y África, durante el periodo de 2016 al 2021? De esta pregunta se derivan cinco sub-preguntas las cuales se muestran a continuación en la Tabla 1.

**Tabla 1**

*Preguntas de Investigación.*

| <b>Preguntas</b>                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ¿Cuáles han sido las características del emprendimiento femenino en Puerto Rico y las regiones internacionales de América, Asia, Europa y África, durante el periodo de 2016 al 2021? |                                                                                                                                                                                                |
| 1.                                                                                                                                                                                    | ¿Cuáles han sido las características de las mujeres emprendedoras durante el periodo de 2016 al 2021, en Puerto Rico y las regiones internacionales de América, Asia, Europa y África?         |
| 2.                                                                                                                                                                                    | ¿Cuáles han sido los motivadores para el emprendimiento femenino durante el periodo de 2016 al 2021, en Puerto Rico y las regiones internacionales de América, Asia, Europa y África?          |
| 3.                                                                                                                                                                                    | ¿Qué características poseen las empresas que han desarrollado las mujeres durante el periodo de 2016 al 2021, en Puerto Rico y las regiones internacionales de América, Asia, Europa y África? |
| 4.                                                                                                                                                                                    | ¿Cuál ha sido el rol de los gobiernos en el emprendimiento femenino durante el periodo de 2016 al 2021, en Puerto Rico y las regiones internacionales de América, Asia, Europa y África?       |
| 5.                                                                                                                                                                                    | ¿Han influenciado organizaciones dirigidas a mujeres en el desarrollo del emprendimiento femenino en Puerto Rico y las regiones internacionales de América, Asia, Europa y África?             |

## Tabla de Alineamiento

La Tabla 2, tabla de alineamiento, muestra la relación entre el objetivo de la investigación, las preguntas y variables.

**Tabla 2**

*Tabla de Alineamiento.*

| <b>Objetivo</b>                                                                                                                                                             | <b>Preguntas</b>                                                                                                                                                                                                   | <b>Variables</b>                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Determinar características del emprendimiento femenino en Puerto Rico y las regiones internacionales de América, Asia, Europa y África durante el periodo del 2016 al 2021. | ¿Cuáles han sido las características del emprendimiento femenino en Puerto Rico y las regiones internacionales de América, Asia, Europa y África, durante el periodo de 2016 al 2021?                              | Emprendimiento femenino, características del emprendimiento femenino |
|                                                                                                                                                                             | No. 1: ¿Cuáles han sido las características de las mujeres emprendedoras durante el periodo de 2016 al 2021, en Puerto Rico y las regiones internacionales de América, Asia, Europa y África?                      | Emprendimiento femenino, características de empresarias              |
|                                                                                                                                                                             | No. 2: ¿Cuáles han sido los motivadores para el emprendimiento femenino durante el periodo de 2016 al 2021, en Puerto Rico y las regiones internacionales de América, Asia, Europa y África?                       | Emprendimiento femenino, motivadores                                 |
|                                                                                                                                                                             | No. 3: ¿Qué características poseen las empresas que han desarrollado las mujeres durante el periodo de 2016 al 2021, en Puerto Rico y las regiones internacionales de América, Asia, Europa y África?              | Emprendimiento femenino, características de empresas de mujeres      |
|                                                                                                                                                                             | No. 4: ¿Cuál ha sido el rol de los gobiernos en el emprendimiento femenino durante el periodo de 2016 al 2021, en Puerto Rico y las regiones internacionales de América, Asia, Europa y África?                    | Emprendimiento femenino, características del gobierno                |
|                                                                                                                                                                             | No. 5: ¿Han influenciado organizaciones dirigidas a mujeres en el desarrollo del emprendimiento femenino en Puerto Rico y las regiones internacionales de América, Asia, Europa y África, durante el 2016 al 2021? | Emprendimiento femenino, organizaciones de apoyo a mujeres           |

## Marco Teórico

Esta investigación se basó principalmente en teorías sobre comportamiento y motivación, y en la teoría feminista y sus diferentes enfoques. En primer lugar, entendemos a la teoría feminista como el conjunto de ideas tejidas en torno a la crítica de los valores y las dinámicas patriarcales sobre las cuales se estructuraron los estados y las sociedades mundiales (Villarroel, 2007). La teoría feminista es una muy amplia y abarcadora, en la cual se encuentra el enfoque catalogado como disidente y dentro de este, dos diferentes criterios con tres clasificaciones cada uno.

El enfoque disidente entiende el feminismo como todas aquellas personas y grupos, reflexiones y actuaciones orientadas a acabar con la subordinación, desigualdad y opresión de las mujeres causadas por las estructuras patriarcales imperantes y lograr, por tanto, su emancipación y la constitución de una sociedad en la que ya no tenga cabida las discriminaciones por razón de sexo o género (Villarroel, 2007).

Dentro del enfoque disidente se encuentran los criterios políticos y los criterios epistemológicos. Los criterios políticos se componen de tres clasificaciones de feminismo: liberal, socialista y radical. Los criterios epistemológicos se componen de otras tres clasificaciones: empiricista, punto de vista y posmoderno. La Tabla 3, *Criterios y Clasificaciones del Feminismo*, ofrece una descripción de los criterios y sus diferentes clasificaciones dentro de la teoría feminista (Villarroel, 2007).

**Tabla 3***Criterios y Clasificaciones del Feminismo*

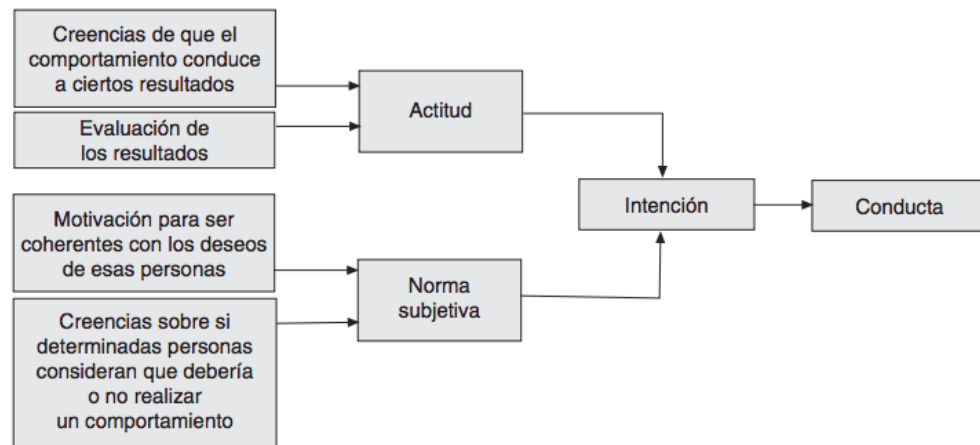
| <b>Criterio</b> | <b>Clasificación de Feminismo</b> | <b>Descripción</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Político        | Liberal                           | Considera que las mujeres son oprimidas porque no son tratadas igual que los hombres y exigen igualdad de oportunidades formales, materiales o reales para revertir la situación de discriminación.                                                                                                                                                           |
|                 | Socialista/marxista               | Enfatiza el problema de la desigualdad socioeconómica y exige igualdad de acceso a los recursos.                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                 | Radical                           | Está vinculado a los movimientos por los derechos humanos en Estados Unidos; se centra en la crítica al patriarcado, sistema que hace posible la dominación del hombre sobre la mujer.                                                                                                                                                                        |
| Epistemológico  | Empiricista                       | Considera que el sexismo y el androcentrismo presentes en la investigación científica son sesgos sociales que se pueden corregir con una adhesión estricta al método científico y plantea la idea de una “mala ciencia”, en la cual no hay referencias ni representación de la mujer y los temas que le competen a ella.                                      |
|                 | Punto de Vista                    | Sostiene que la ciencia refleja la posición dominante del hombre en la vida social, lo que produce un conocimiento parcial y perverso. El punto de vista de la mujer permite favorecer una visión más moral y científicamente más adecuada, pues completa el conocimiento y lo hace menos perverso para explicar e interpretar el mundo y la conducta social. |
|                 | Posmoderno                        | Este enfoque se refiere a la condición de género, centrado en la identidad de la mujer y su relación con el conocimiento. Busca la deconstrucción de la autoridad y la idea de hombre soberano, y el estudio de las fuerzas y limitaciones de una identidad heredada, de forma tal de poder dotar a la mujer con las mismas capacidades que el hombre.        |

Nota. Adaptado de “Los aportes de las teorías feministas a la comprensión de las relaciones internacionales”. Por Y. Villarroel, 2007, *Politeia*, 30 (3a), p. 67-71  
<https://www.redalyc.org/pdf/1700/170018341003.pdf>

Por otra parte, se encuentran las teorías sobre la conducta, que también están relacionadas al tema principal de investigación. Por ejemplo, la Teoría de la Acción Razonada, desarrollada por los teóricos Ajzen y Fishbein (1980) aplicada al emprendimiento femenino, nos da una idea de cómo surge la conducta emprendedora. La Teoría de la Acción Razonada tiene gran relevancia dentro de la literatura sobre el comportamiento y la conducta de los individuos, ya que, estudia las actitudes, las normas subjetivas, la motivación para cumplir creencias y normas, y la intención hacia la realización de una conducta (Reyes, 2007). Ésta considera a la intención del comportamiento como el mejor indicador o previsor de la conducta, y contempla dos tipos de variables determinantes: la actitud hacia el comportamiento y la norma subjetiva del individuo (Rueda et al., 2013).

La Teoría de la Acción Razonada consiste en elaborar un índice de probabilidad de la intención hacia la conducta, relacionando la actitud con las creencias del individuo (Reyes, 2007). De este modo ofrece un juicio probabilístico en el que puede estimarse la intención hacia la conducta mediante una escala de probabilidad (Reyes, 2007). La teoría puede ser utilizada para explicar diferentes comportamientos en diferentes contextos, como puede ser la salud, la cultura, el ámbito laboral o el social (Reyes, 2007). Para propósitos de esta investigación, fue aplicada en el emprendimiento femenino en Puerto Rico y otros países.

**Figura 1.**  
*Teoría de la Acción Razonada*



Nota. De Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior, por I. Ajzen y M. Fishbein, 1980, p. 11.

De acuerdo con el modelo de intenciones de Ajzen (1991) la intención de llevar a cabo una conducta tiene como antecedente la actitud hacia esa conducta y las normas subjetivas. La norma subjetiva se deriva de dos factores subyacentes básicos: las creencias normativas que el individuo atribuye a sus personas de referencia y la motivación para comportarse de acuerdo con los deseos de estas personas, siendo el resultado de los sentimientos que tiene el individuo con respecto a la opinión que otras personas tienen sobre su comportamiento (Rueda et al., 2013).

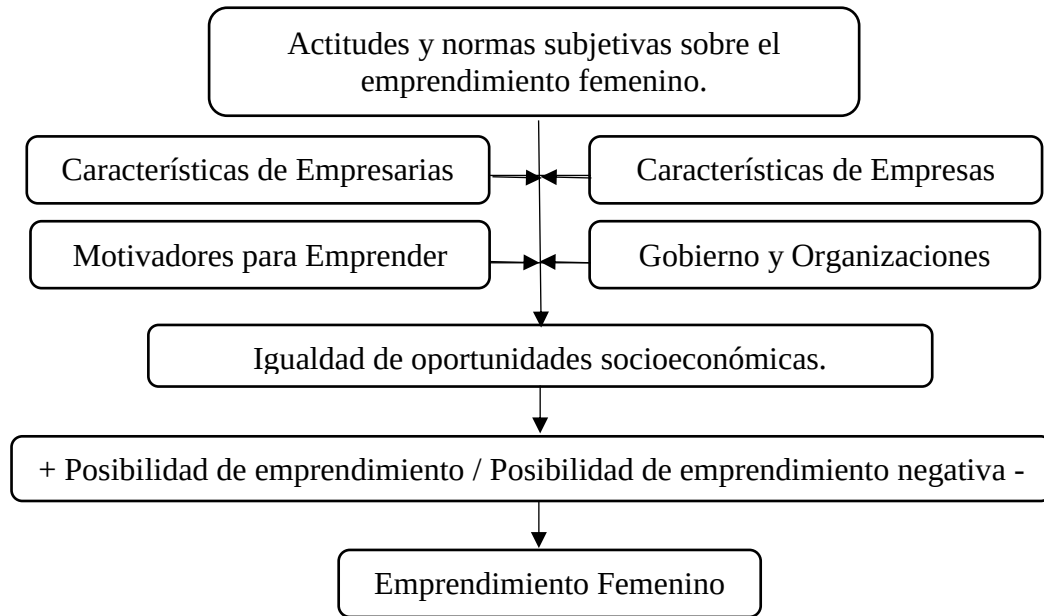
Las actitudes por su parte se pueden describir como una predisposición aprendida para responder a un determinado objeto de manera consistentemente (Bueckmann, 2014). Según Rueda et al. (2013) la actitud hacia el comportamiento hace referencia a la predisposición, favorable o desfavorable, hacia el desarrollo de una conducta determinada y es resultado de las creencias que tiene el individuo con relación al comportamiento y la evaluación que éste hace de dicha creencia. Las actitudes son precedidas por las creencias que tiene el individuo de que el comportamiento conduce a ciertos resultados.

Esto va acorde con la Teoría de las Expectativas de Victor Vroom, la cual propone que la fortaleza de determinada conducta depende de la expectativa de que el acto será seguido por un resultado específico, y de lo atractivo que ese resultado sea para la persona (Amorós, 2007). Esta es una teoría de motivación que se enfoca en cómo y por qué una persona es motivada a tener cierta conducta (Hoffman, 2019). Krueger & Kickul (2011) de igual forma argumenta que, si un individuo no percibe como viable que la oportunidad se desarrolle, entonces no va a ir a buscarla (Bueckmann, 2014).

Norris Krueger es uno de los autores que más investigaciones ha publicado en el tema de emprendimiento utilizando modelos de intenciones (Bueckmann, 2014). Este estableció que las intenciones son fundamentales para el pensamiento empresarial y, por tanto, para la acción empresarial (Krueger & Kickul, 2011). Según Krueger y Kickul (2011) aunque se conocen los antecedentes de las intenciones, no se han explorado los caminos por los cuales los empresarios llegan a esa intención. Su teoría de intenciones empresariales argumenta que varios individuos pueden llegar a la misma intención de emprendimiento, pero a través de procesos o causantes muy diferentes.

Aplicando las teorías feministas, de motivación, intención y comportamiento a la investigación realizada, se determinaron los motivadores para emprender, las características de las emprendedoras y de sus empresas. Lo que diferenció esta investigación de otras realizadas previamente, es que se analizaron datos secundarios recopilados sobre emprendimiento femenino en diferentes países por un periodo de seis años, para ofrecer recomendaciones para el fomento del emprendimiento femenino. Los datos fueron comparados para determinar así diferencias y similitudes entre países sobre las diferentes características dan paso al emprendimiento femenino.

**Figura 2**  
*Modelo Conceptual*



El diagrama muestra la relación entre los componentes básicos de la investigación.

A través del modelo conceptual se puede apreciar la relación que existe entre cada uno de los elementos que componen esta investigación. El modelo muestra la interacción entre el desarrollo de actitudes y normas subjetivas sobre el emprendimiento femenino, con las diferentes características estudiadas: características de empresas y empresarias, los motivadores para emprender, el gobierno y las organizaciones dirigidas a mujeres. Todos estos factores junto a la igualdad de oportunidades socioeconómicas por razón de género pueden dar paso a la posibilidad o no de emprendimiento femenino.

### **Delimitaciones de la Investigación**

Esta investigación está delimitada al estudio del emprendimiento femenino y las diferentes características que influyen en el mismo. La investigación tomó en consideración las características de mujeres emprendedoras, las características de sus empresas, los motivadores que tuvieron para emprender, las organizaciones dirigidas a mujeres y las características de los gobiernos. Esto se realizó analizando datos

secundarios de varios reportes internacionales sobre emprendimiento femenino por un periodo de seis años, en Puerto Rico y las regiones de América, Asia, Europa y África.

### **Alcance de la Investigación**

Se determinaron las características del emprendimiento femenino en Puerto Rico y las regiones de América, Asia, Europa y África, a través del análisis de datos secundarios por un periodo de seis años. Los resultados obtenidos a través de esta investigación permitieron ofrecer recomendaciones para Puerto Rico y otras regiones internacionales, que beneficiarán y ayudarán a promover el emprendimiento femenino. Realizar este estudio fue importante, ya que, ayuda a comprender otros aspectos que no habían sido estudiados anteriormente sobre el emprendimiento femenino en Puerto Rico y dio paso a la obtención de ideas que se puedan emular de países más desarrollados.

Los resultados obtenidos en las diferentes zonas geográficas ofrecen más información y con ésta se puede beneficiar la academia, adquiriendo datos que amplían y mejoran la oferta académica para las mujeres en el campo de administración de empresas. Esta investigación puede contribuir a un mayor conocimiento al campo de la educación empresarial, sobre la eficiencia y los objetivos que deben perseguir sus programas universitarios, tomando en consideración las diferencias de género en el emprendimiento. Los resultados dan paso a la creación de nuevos programas empresariales, nuevos currículos, nuevas estrategias y nuevos métodos de enseñanza que promuevan el emprendimiento y que aporten al desarrollo económico de los países. Por tanto, la disciplina se ve beneficiada con este estudio y gana empresarias con mayor preparación y un mejor enfoque del mundo empresarial.

## **Definición de Términos**

A continuación, se definirán algunos términos relacionados a esta investigación, para mejorar el entendimiento del lector.

**Emprendimiento.** Llevar adelante una obra o un negocio; proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto (Pérez Porto & Gardey, 2021). Se refiere a romper con el ciclo de la economía, y ser capaz de agregar valor para la sociedad, generar riquezas y empleo a través de la innovación de nuevos productos, mercados o métodos de producción (Oliveras, 2015).

**Femenino.** Todo aquello propio o relativo a las mujeres, que resulta característico de éstas, que representa efectivamente los rasgos inherentes a la femineidad como ser y que posee características físicas de nacimiento que se asocian a las mujeres (Ucha, 2011).

**Feminismo.** Hacer evidente y terminar con la situación de opresión que soportan las mujeres y lograr así una sociedad más justa que reconozca y garantice la igualdad plena y efectiva de todos los seres humanos (Heras, 2009). Principio de igualdad de derechos de la mujer y el hombre (Real Academia Española [RAE], s.f.).

**Motivación.** Conjunto de factores internos o externos que determinan en parte las acciones de una persona (Valdés, 2016). Se refiere a aquellos procesos psicológicos que causan el entusiasmo, la dirección y la persistencia en las acciones voluntarias dirigidas a las metas (Champoux, 2011). Son los procesos que dan paso a la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo para conseguir una meta (Ramírez et al, 2008).

**Innovación.** Se relaciona con la percepción y conducta hacia la realización de actividades de negocios de manera novedosa y única (Bueckmann, 2014). Según la RAE

(s.f.) es la acción de alterar algo, introduciendo novedades. La innovación es el proceso de desarrollar y llevar al mercado nuevos productos, servicios, ideas o soluciones a los problemas (Harper, 2019).

**Creatividad.** Capacidad de generar ideas novedosas, así como la capacidad de pensar de manera original (Riley, 2018). Es la facultad de producir algo de la nada; establecer, fundar, introducir por primera vez algo, hacerlo nacer o darle vida, en sentido figurado (RAE, s.f.).

**Educación empresarial.** Se refiere a la instrucción relativa a las empresas o empresarios por medio de la acción docente (RAE, s.f.). Es una disciplina que promueve una actitud de vida y de acción por convertir una idea en oportunidades de negocio, que promueve el cambio del paradigma de educar para formar un empleado al de educar para desarrollar a un emprendedor que inicie su propio negocio (Ibarra Pérez, 2012).

**Predisposición Emprendedora.** Preparación, disposición anticipada o el ánimo para emprender con resolución acciones o empresas innovadoras (RAE, s.f.). Es la convicción que tiene una persona para establecer una nueva empresa y que planea conscientemente hacerlo en algún momento en el futuro (Thompson, 2009). Además, se puede definir como la actitud aprendida para actuar, o no, de forma emprendedora (Krüger & Minello, 2017).

## **Resumen del Capítulo**

La investigación estudia las características del emprendimiento femenino a lo largo de seis años, según datos secundarios recopilados de reportes internacionales. El análisis se realiza basándose en la Teoría Feminista y sus diferentes criterios y clasificaciones. Además, se aplican diferentes teorías sobre comportamiento, conducta y motivación

como la Teoría de la Acción Razonada de Ajzen. Se plantea en esta investigación la necesidad de promover el emprendimiento femenino y determinar cómo están influenciando los gobiernos y otras organizaciones dada la importancia que tienen estas empresas en la economía de un país.

Para mejorar la comprensión sobre el tema bajo estudio, el Capítulo II presentará información relevante sobre lo que es el emprendimiento como disciplina académica, datos sobre la trayectoria de las mujeres en el campo empresarial, así como resultados obtenidos a través de investigaciones sobre temas relacionados.

## **Capítulo II**

### **Revisión de Literatura**

En el siguiente capítulo se presentará información relacionada al tema principal de la investigación: emprendimiento femenino. Se expondrá la historia que relata los inicios del emprendimiento como una disciplina académica y de investigación, y los métodos de enseñanza que se utilizan para promover el emprendimiento. Se presentarán diversos temas, tales como la importancia de la educación emprendedora, sus deficiencias y cómo la educación puede promover el emprendimiento. Además, se presentará de forma detallada la situación de la mujer en el emprendimiento y las dificultades que ha enfrentado a lo largo de los años. Asimismo, se examinarán investigaciones realizadas previamente relacionadas al tema del emprendimiento y algunos estudios en los que se ha utilizado el modelo de Ajzen. Se expondrá detalladamente la Teoría de la Acción Razonada y otras teorías relacionadas a la misma.

### **Emprendimiento**

Desde la perspectiva académica, el emprendimiento constituye un área de estudio internacional que se ha ido desarrollando desde los años ochenta hasta la actualidad, que aglutina a miles de académicos y que continúa presentando un gran potencial para investigaciones (Romero & Milone, 2016). Emprendimiento es aquello que lleva a cabo el individuo que rompe con el ciclo de la economía, y que es capaz de agregar valor para la sociedad, generar riquezas y empleo a través de la innovación de nuevos productos, mercados o métodos de producción (Schumpeter, 1934). En particular, la situación de crisis económica-financiera acontecida en los últimos años ha dado lugar a un nuevo

escenario que suscita especialmente la necesidad de analizar el emprendimiento como vía hacia la recuperación económica, financiera y social (Romero & Milone, 2016).

El emprendimiento es un instrumento que da al individuo la libertad de crear su propio estilo de vida, definir sus propios objetivos, cómo llevarlos a cabo y en qué momento (Romero & Milone, 2016). Se trata de establecer una meta específica, reconocer oportunidades, dominar técnicas de negocios y producir efectos sociales y económicos, asumiendo riesgos para lograr el objetivo (Rodríguez et al., 2017). Hoy más que nunca, la gente recurre al emprendimiento para alcanzar la forma de vida que desea o, simplemente, como una vía ante el desempleo (Romero & Milone, 2016).

### **Importancia de la Educación Empresarial**

Según Hernández y Sánchez (2017) la educación es un derecho fundamental de la humanidad, ya que, en ella se centra el poder de cambiar las condiciones de vida de la sociedad, combatir la pobreza y generar empleos. Existen fuertes relaciones entre la actividad emprendedora y los resultados económicos, y se piensa que los niveles altos de emprendimiento se pueden alcanzar a través de la educación y especialmente de la educación empresarial (Sánchez Rodríguez et al., 2016). Por tanto, la importancia de la educación empresarial recae mayormente en los beneficios que ésta provee a los individuos, la sociedad, la economía y al país.

En la educación se centra el poder de cambiar las condiciones de vida de la sociedad, combatir la pobreza y generar empleos (Hernández & Sánchez, 2017). Desde una perspectiva psicológica, el impacto de los programas de educación empresarial se asocia principalmente a los cambios que genera en las actitudes, intenciones y conductas de los destinatarios de tales programas (Bueckmann, 2014). La educación empresarial ayuda a

los estudiantes a poner la teoría en práctica, comprendiendo qué es el emprendimiento, de modo que los estudiantes ganen autoconfianza, motivación, lleguen a ser proactivos, creativos y aprendan cómo trabajar en equipo (Sánchez Rodríguez et al., 2016). Según Zisis et al. (2017) se ha asumido que la universidad, junto con la enseñanza y la investigación, se encuentra cumpliendo una tercera misión: contribuir a la sociedad y al desarrollo económico de manera más directa.

Según Sánchez Rodríguez et al. (2016) tanto políticos como economistas piensan que cuanto mayor es el nivel de emprendimiento de un país, mayores índices de crecimiento económico y de innovación alcanza el mismo. La educación empresarial tiene la encomienda de preparar a los estudiantes para desempeñarse eficientemente en el mundo empresarial real (Sánchez Rodríguez et al., 2016). De esta manera se puede fomentar y estimular en ellos el espíritu empresarial que los conduzca al emprendimiento. Por lo anterior, existe una creciente preocupación por enfatizar que el proceso educativo desempeña un papel importante para generar emprendedores con una identidad empresarial, que incentive la creatividad; que permita a los aspirantes a emprendedores a actuar, reflexionar y negociar basados en una serie de experiencias que aumenten sus competencias emprendedoras (Hernández & Sánchez, 2017).

### **Emprendimiento como Disciplina Académica**

La educación empresarial está compuesta por varias disciplinas, tales como la gerencia, el mercadeo, la contabilidad, entre otras. Muchas de estas han sido pioneras y parte fundamental desde los inicios de la educación empresarial. Sin embargo, el mundo ha cambiado radicalmente en el cambio de siglo, muchas economías se han transformado, se crearon nuevas profesiones y un nuevo orden mundial pareció emerger con relación a

las ambiciones comerciales y las operaciones globalizadas (Xerfan et al., 2018). Con la evolución constante del campo empresarial, la globalización y un mercado cada vez más competitivo, ha surgido la necesidad de desarrollar capacidades empresariales creativas e innovadoras. Es por esto por lo que surge el concepto emprendimiento, el cual se desarrolla cada vez más dentro del campo de la educación empresarial.

Desde que en los años setenta el emprendimiento surgiera como línea de investigación independiente, ha existido un interés creciente y continuo por el estudio científico de este fenómeno (Serrano Bedia et al., 2016). Después de casi cuarenta años, el emprendimiento se ha legitimado como uno de los campos de investigación más vitales, dinámicos y relevantes, en el que se han producido una serie de importantes transformaciones (Serrano Bedia et al., 2016). La cultura emprendedora se está implantando paulatinamente en el sistema educativo planteando la necesidad de desarrollar unos valores y competencias concretos que no han sido específicamente abordados desde la educación (Jiménez & Bernal, 2015).

Hablar de educación emprendedora, implica fomentar en los alumnos el descubrimiento de sus propios talentos y el estímulo para que los desarrollen a lo largo de sus vidas, pues es de la creatividad de las personas, a través del libre intercambio de talentos y habilidades, de donde surge la riqueza humana (Nogales, 2012). Los centros educativos, atendiendo a las directrices de las políticas educativas que se orientan de forma estratégica a la mejora de la situación económica y social, deben formar profesionales en base a una serie de competencias como son la creatividad, la autonomía e iniciativa personal de manera específica (Jiménez & Bernal, 2015). Según Nogales (2012) la acción humana educada en el emprendimiento genera o encuentra en el

conocimiento disperso y los acuerdos espontáneos, las vías que mejor posibilitan las soluciones teórico-prácticas a las constantes necesidades individuales.

La educación emprendedora no solo trata de enseñar a alguien a dirigir un negocio o desarrollar una empresa, sino que también persigue fomentar el pensamiento creativo y la promoción de un fuerte sentido de autoestima y empoderamiento (Jiménez & Bernal, 2015). Paños (2017) concuerda con que la educación emprendedora no solo se refiere a la enseñanza sobre la creación de nuevas empresas y/o negocios, sino que engloba la enseñanza de varias competencias. Estas competencias engloban un conjunto de habilidades y destrezas como son la creatividad, el liderazgo, el trabajo en equipo, la innovación, la toma de decisiones, entre otras (Paños, 2017). La educación emprendedora capacita a las personas para que reconozcan oportunidades, las aprovechen para generar nuevas ideas y reinventen los recursos disponibles gestando nuevos proyectos, pensando de manera creativa y crítica (Jiménez & Bernal, 2015).

Además, la educación empresarial favorece el desarrollo de capacidades específicas y consolida rasgos personales útiles como la curiosidad, la apertura al aprendizaje continuo, la actitud proactiva, la autonomía y la innovación (Jiménez & Bernal, 2015). Estas competencias que aporta la educación emprendedora son demandadas tanto en el ámbito personal, social, como en el profesional (Paños, 2017) y se relacionan también con la construcción de la identidad personal (Jiménez & Bernal, 2015). Por tanto, las instituciones educativas deberían promover estas competencias a través de planes de estudios universitarios (Paños, 2017).

Muchas universidades han modificado y mejorado diferentes mecanismos para contribuir no solo al desarrollo de las capacidades empresariales corrientes, sino también

al desarrollo de capacidades emprendedoras. Según Ibarra Pérez (2012) la educación empresarial debe emplearse como disciplina que promueva una actitud de vida y de acción por convertir una idea en oportunidades de negocio. Resultados de diferentes investigaciones han permitido a las instituciones universitarias considerar cambios en sus misiones educativas, integrar clases de emprendimiento en sus currículos, ofrecer nuevos certificados y desarrollar bachilleratos o maestrías con nuevos ofrecimientos académicos en el área de emprendimiento (Rosario, 2005). En los últimos años se ha creado conciencia sobre la importancia de la educación emprendedora y cómo ésta puede traducirse en estrategias por parte de las universidades en diferentes economías y escenarios sociales.

En muchos países se han desarrollado análisis de la percepción sobre la iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes a raíz de la educación empresarial. Por ejemplo, el estudio desarrollado por Sánchez Rodríguez et al. (2016) estudió la percepción de los estudiantes universitarios mejicanos sobre la educación empresarial recibida. Se estudió si el modelo educativo fomenta la iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor, con miras a reforzar los currículos de estudio y a desarrollar nuevos programas que fomenten el emprendimiento en los estudiantes de empresas en México (Sánchez Rodríguez et al., 2016).

Existe relación entre la formación académica emprendedora y el emprendimiento de los estudiantes al desarrollarse en el mundo laboral (Sanabria-Rangel et al., 2015). Por tanto, es necesario que las universidades se enfoquen en un modelo educativo más innovador. La educación a la que es expuesto el estudiante determinará las capacidades que éste va a desarrollar. Esto lo afirman Contreras et al. (2017) cuando percibieron

cierta relación entre la educación y las ideas emprendedoras de los estudiantes de empresas. Los autores determinaron que, a mayor grado de educación empresarial, mayor grado de innovación y emprendimiento presentan los estudiantes (Contreras et al., 2017). La educación debe fomentar el espíritu emprendedor, ya que, las economías demandan personas cada vez más calificadas y aptas para el mundo laboral globalizado (Ceballos Vázquez, 2015).

### **Obstáculos para la Educación Precursora del Emprendimiento**

La educación empresarial, muchas veces encuentra obstáculos que le impide fomentar y promover el emprendimiento. En términos financieros, existe una falta de incentivo por cambiar hacia un sistema que responda a las demandas de la sociedad y del mercado, lo que se traduce en una lentitud burocrática para llevar a cabo cambios innovadores, así como en poca libertad para tomar decisiones de cambio (Zisis et al., 2017). Para que la educación empresarial sea efectiva requiere de la participación comprometida de todas las partes responsables de su fomento. Las investigaciones señalan que, aunque las universidades comparten objetivos y metas, tienen diferentes historias, tradiciones y estructuras organizacionales que moldean las formas en las que se lleva a cabo esa tercera misión (Zisis et al., 2017). Por tanto, todas tienen estrategias y visiones diferentes sobre cómo fomentar el emprendimiento e incluso de lo que es el emprendimiento.

Según Chandia et al. (2017) los estudiantes se enfrentan a diferentes problemas y limitaciones en el desarrollo de proyectos emprendedores, debido a la falta de conocimiento, capacidades, recursos y factores sociales, económicos y tecnológicos. Las universidades tradicionales aún hoy día no ven el emprendimiento como una oportunidad, sino más bien como una amenaza ya que, su sistema de incentivos tiene más que ver con

el estatus, el prestigio, la investigación teórica, que con emprendimientos (Zisis et al., 2017). Además, en universidades tradicionales, los académicos tienen que dar poca cuenta de su labor a sus pares y superiores, por lo cual cuando se les exige ser más flexibles, adaptables, rápidos o innovadores para lograr la nueva misión de transformar a la universidad en una emprendedora, perciben el emprendimiento como un término negativo (Zisis et al., 2017).

Expertos recomiendan que el proceso de enseñanza otorgue nuevas herramientas, técnicas y métodos que les permita evaluar y anticipar los problemas para disminuir el riesgo y desarrollar emprendimientos exitosos (Chandia et al., 2017). Según Zisis et al. (2017) el factor más crítico para explicar el desarrollo de universidades emprendedoras es la percepción de académicos y estudiantes hacia el emprendimiento, ya que, cada universidad es única y sus actitudes hacia el emprendimiento se definen por una combinación de factores, tales como educación en emprendimiento, metodologías de enseñanza, modelos a seguir y sistemas de incentivos.

Según Malaver (2015) la oferta de educación empresarial existente, distan de las exigencias surgidas del entorno y escenario competitivo actual, por lo que sugiere el diseño y fortalecimiento de formación académica requerida para el emprendimiento. Gutiérrez Ossa (2013) establece en su artículo que, aunque se habla constantemente de la relación entre las universidades, las empresas y el Estado, no existe ningún acuerdo concreto sobre la relación entre éstos, por lo que se debe fomentar la ciencia, la incubación de formación tecnológica y la estimulación de la innovación. Rojas et al. (2016) establecieron en su investigación las estrategias adecuadas para el fomento de la cultura del emprendimiento. Esto lo hicieron a través del estudio de las técnicas de

enseñanza en distintas universidades y la evaluación de negocios desarrollados por estudiantes. Determinaron que las Universidades cumplen su función de promover el emprendimiento, aunque no existe unos estándares unánimes ni específicos (Rojas et al., 2016).

### **Situación de la Mujer en el Campo Laboral y su Emprendimiento**

El género femenino ha sido discriminado por muchos años y ha sufrido desigualdades en el ámbito laboral y social (Rivera Araya & Román Orellana, 2004). Investigaciones apuntan a que los obstáculos fundamentales para el empoderamiento de la mujer siguen estando en la sobrecarga de responsabilidades domésticas y de atención a los hijos (Munster, 2017). Esto es debido a la preparación técnica insuficiente, los estereotipos sexistas y la cultura patriarcal que existe (Munster, 2017). La discriminación de la mujer ha sido tratada en muchos estudios, aunque los escritos sobre las elites profesionales femeninas no han sido muy abordados, quizá porque se presupone que aquellas mujeres que han llegado a desempeñar estos cargos han conseguido la plena integración y el éxito social (Ojeda, 2011).

Sin embargo, Ojeda (2011) expone que la forma en la que estas mujeres desempeñan su rol profesional es asumida de forma contradictoria, ya que, representa una fuente de conflictos personales al rol considerado como femenino. Esto disminuye las posibilidades de transitar a puestos de mayor complejidad y remuneración salarial (Ojeda, 2011). De igual forma, la responsabilidad familiar repercute en sus ausencias al trabajo y, en alguna medida, esto afecta su remuneración en comparación con los hombres (Ojeda, 2011). Varios estudios han demostrado las brechas salariales existentes entre hombres y mujeres que ocupan iguales puestos de trabajo (Munster, 2017).

Según Munster (2017) las ausencias al trabajo que más afectan el salario están relacionadas con problemas de enfermedad (60 %), cuidado de hijos y familiares (22 %) y licencia por maternidad (18 %). Del total de ausencias registradas en uno u otro sexo, el setenta y siete por ciento (77 %) correspondió a las mujeres y se confirmó que los hombres rara vez se ausentan al trabajo por otra causa ajena a la enfermedad (Munster, 2017). Además, se demostró que la carga del trabajo no remunerado recae mayormente en las mujeres, tanto en las zonas urbanas como en las zonas rurales, generando fuertes tensiones y provocando pobreza en el tiempo en la vida de las mujeres (Muster, 2017).

Las habilidades productivas de las mujeres no serán desarrolladas si no se toman en cuenta y se eliminan las desigualdades de género que persisten y que obstaculizan su progreso. Es necesario considerar que existen ciertas diferencias entre ambos géneros con relación a la forma en la que llevan a cabo su emprendimiento. No se ha encontrado diferencias estadísticas significativas de género en términos de características del emprendedor (Mora et al., 2018). Sin embargo, se ha determinado a través de investigaciones empíricas que existen diferencias en el desarrollo de habilidades de emprendimiento entre los hombres y las mujeres (Becerra, 2015). Además, ciertos investigadores exponen que la capacidad de las mujeres emprendedoras aumenta cuando adquieren a través de la educación habilidades, conocimientos y un contacto temprano con el mundo de los negocios (Amador & Briones, 2017).

Se ha determinado, además, que el emprendimiento de las mujeres es un factor importante e influyente en el crecimiento económico de un país (Amador & Briones, 2017). Un ejemplo de esto es el cambio socioeconómico y cultural en Cuba, luego de establecer por décadas políticas gubernamentales enfocadas en el desarrollo emprendedor

de la mujer (Munster, 2017). La inversión social realizada permitió que Cuba, en el 2012, fuera reconocida como un país de alto desarrollo humano, alcanzando la posición cincuenta y nueve (59) en la escala concebida por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (Munster, 2017). Esto se debe a que el emprendimiento de las mujeres reduce el desempleo, aumenta la innovación, mejora la competitividad y favorece significativamente el crecimiento económico (Amador & Briones, 2017).

En los últimos años ha habido una expansión dramática del interés académico y la actividad en el campo del emprendimiento de las mujeres dada su contribución percibida hacia el desarrollo económico de un país (Santiago Castro & Pisani, 2013). Sin embargo, el tema del emprendimiento femenino está muy poco estudiado, a pesar del hecho de que son una de las poblaciones de emprendedores de más rápido crecimiento y que hacen una contribución significativa a la innovación, el empleo y la creación de riqueza en las economías de todo el mundo (Santiago Castro & Pisani, 2013).

Según Mora et al. (2018) recientes estudios han explorado los resultados de los programas de emprendimiento sobre la autonomía personal, familiar y colectiva de las mujeres. Tales programas operan sobre el supuesto de que existe una relación entre el emprendimiento económico de las mujeres y el fortalecimiento de su capacidad para ejercer el poder a nivel personal, colectivo y de relaciones cercanas (Mora et al., 2018). Mora et al. (2018) aseveran que esto en teoría se ha definido como el proceso de empoderamiento. Según Santiago Castro y Pisani (2013) el perfil de las mujeres empoderadas y auto empleadas en Puerto Rico se compara con sus contrapartes en varias variables endógenas y exógenas.

Los resultados de la investigación de estos autores sugieren que la probabilidad de que las mujeres tengan un negocio en Puerto Rico está muy relacionada con la educación. Según los resultados, las participantes del estudio con algún título de posgrado en comparación con las mujeres con educación universitaria de cuatro años tienen más probabilidades de tener un negocio propio. Esto podría representar una relación entre la educación que se está proveyendo y el emprendimiento, lo cual es importante para dirigirse a aquellos grupos que tienen más probabilidades de comprometerse con el ecosistema empresarial, como lo son las mujeres (Santiago Castro & Pisani, 2013).

En Estados Unidos, Florida lidera la nación en el crecimiento de negocios propiedad de mujeres, según un estudio basado en datos del censo (Elmore, 2018). Florida se encuentra entre los cinco primeros estados del país por dicho crecimiento, cuentan con unas quince medidas de igualdad en el lugar de empleo y su brecha de salarios entre mujeres y hombres es baja en comparación con otros estados (Elmore, 2018). Sin embargo, aunque las mujeres emprendedoras son el segmento de más rápido crecimiento entre las empresas de nueva creación, las mujeres aún son menos propensas que los hombres a iniciar nuevas empresas en Estados Unidos (“FAU Study”, 2019). Por tanto, sigue habiendo más emprendimiento por hombres que por mujeres.

Un estudio realizado por profesores de la Florida Atlantic University exploró los factores culturales que pueden explicar por qué existe esta brecha de género y varía ampliamente en los países de todo el mundo (“FAU Study”, 2019). El desarrollo económico de los países no parece explicar estas diferencias, por lo que los investigadores buscaron otras posibles explicaciones, particularmente factores socioculturales que afectan la forma en que las mujeres y los hombres piensan acerca de

iniciar negocios (“FAU Study”, 2019). En las naciones que estudiaron los investigadores, se descubrió que las mujeres tenían un treinta por ciento menos de probabilidades que los hombres de iniciar negocios, lo que sugiere que las creencias de género profundamente arraigadas pueden desempeñar un papel en educar a las mujeres y a los hombres sobre su capacidad para emprender (“FAU Study”, 2019).

### **Teorías sobre el Comportamiento**

Entre las teorías que intentan explicar el comportamiento humano se encuentra el Modelo del Evento Emprendedor desarrollado por Shapero y Sokol en 1982. Éste es considerado como el primer modelo sobre el emprendimiento y la conducta (Bueckmann, 2014). El Modelo de Intensión de Shapero y Sokol fue el primero diseñado para describir el proceso emprendedor de crear un negocio (Gutiérrez, 2015). Este modelo considera el proceso emprendedor de creación de empresas como una serie de pasos específicos que el emprendedor puede aprender. Por otra parte, la Teoría Social Cognitiva desarrollada por Bandura en el 1986, propone un marco teórico para entender, predecir y cambiar el comportamiento humano (Bueckmann, 2014). Desde el punto de vista de la Teoría Social Cognitiva la conducta, los factores cognitivos y sociales, y el entorno operan como determinantes interactuando uno con los otros (Bueckmann, 2014).

En 1989, Bird desarrolló el Modelo Basado en el Trabajo, el cual fue diseñado como un marco para comprender mejor la implementación de ideas empresariales (Gutiérrez, 2015). Según el Modelo Basado en el Trabajo la predisposición hacia el emprendimiento es vista como el resultado de un proceso de pensamiento racional, analítico, de causa y efecto o de pensamiento intuitivo, holístico y contextual (Gutiérrez, 2015). Luego de esto, Ajzen propone la Teoría de la Acción Razonada, la cual se conforma de la actitud

hacia la conducta, las normas subjetivas y la percepción de control de la conducta. El modelo de Azjen (1991) estableció que la educación y la formación pueden influir en la percepción e intenciones de personas hacia el espíritu empresarial. Esta teoría es un modelo psicológico que busca comprender cómo persuaden a los individuos a participar en un comportamiento o una actividad (Hahn & Popan, 2016).

### **Teorías sobre la Motivación**

Existen varias teorías sobre la motivación, las cuales se relacionan a esta investigación dado que se estudian las motivaciones que tienen las personas para emprender. El concepto motivación ha dado paso al desarrollo de distintas teorías que intentan explicar el comportamiento de individuos bajo distintas circunstancias y qué factores pueden hacer que una persona reciba el impulso de realizar una tarea o simplemente tener una actitud diferente hacia algo. Esto, ya que, se considera que la motivación es un elemento clave para el comportamiento de un individuo (Navarro et al., 2011).

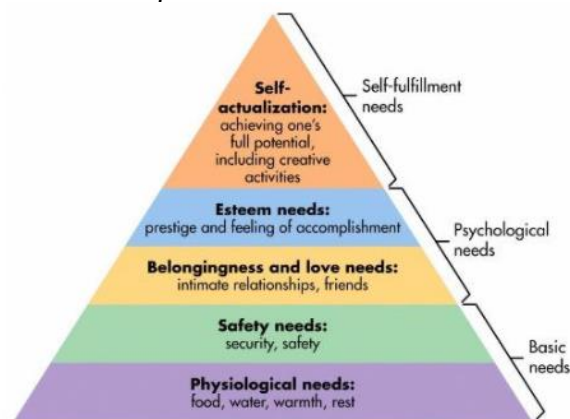
El concepto motivación ha sido definido y explicado por diferentes autores, y la mayoría se basan en los mismos elementos. Este tema y su aplicación metódica ha adquirido fuerza recién desde la segunda mitad del siglo pasado, cuando se comenzaron a utilizar conceptos y metodologías específicas de las ciencias del comportamiento aplicadas a la relación entre el hombre y su trabajo (Ramírez et al., 2008). El concepto se refiere a aquellos procesos psicológicos que causan el entusiasmo, la dirección y la persistencia en las acciones voluntarias dirigidas a las metas (Champoux, 2011). Según Ramírez et al. (2008) es la búsqueda de las condiciones antecedentes al comportamiento energizado y dirigido.

La motivación son aquellos procesos que dan paso a la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo para conseguir una meta (Ramírez et al., 2008). Baldoni (2005) en su libro “Great Motivation Secrets of Great Leaders”, describió el concepto como un proceso activo del comportamiento y de liderazgo. Además, expresó que los líderes deben dar a las personas razones para creer en ellos mismos, en la importancia de lo que hacen y su impacto en su futuro (Baldoni, 2005).

En la literatura se pueden encontrar varias teorías referentes a la motivación. Estas teorías buscan explicar el por qué es beneficioso que los individuos sean motivados, cómo reaccionan ante estos estímulos y qué se necesita para motivar a una persona. Una de las primeras teorías de motivación es el Modelo de la Jerarquía de las Necesidades de Abraham Maslow. Esta indica que un individuo cuenta con cinco tipos de necesidades las cuales deben ser satisfechas jerárquicamente desde el nivel inferior hasta el nivel superior. Una necesidad satisfecha, reduce la importancia de ésta como motivador, por lo que, a medida que cada una de estas necesidades se satisface sustancialmente, la siguiente se torna dominante (Amorós, 2007). La siguiente imagen muestra la Pirámide de las Necesidades en su orden jerárquico.

**Figura 3**

*Modelo de la Jerarquía de las Necesidades de Abraham Maslow*



Nota. De Maslow's Hierarchy of Needs, por S. McLeod, 2007.

Los primeros dos niveles, Necesidades Fisiológicas y Necesidades de Seguridad, representan las necesidades básicas. El tercer y cuarto nivel, Necesidades de Afiliación y Necesidades de Reconocimiento, representan las necesidades psicológicas. El último nivel, Autorrealización, representa la necesidad de un individuo de alcanzar su máximo potencial. Fowler (2014) en su artículo “What Maslow’s Hierarchy Won’t Tell You About Motivation”, expone que la Teoría de las Necesidades de Maslow presenta una idea irreal del concepto motivación. Fowler (2014) expone, es que las personas experimentan otro tipo de niveles de motivación y sin seguir un orden específico. Precisamente, teóricos como Frederick Herzberg presentan otros factores que deben ser satisfechos para la motivación de un individuo.

La Teoría de Dos Factores de Herzberg indica que la relación y la actitud de individuo con relación a su trabajo pueden determinar su éxito o su fracaso, por lo que es importante conocer dos factores que afectan los sentimientos (Amorós, 2007). Estos son los factores motivadores y los factores de higiene. Los motivadores son factores intrínsecos que incluyen el trabajo en sí mismo, logros, el reconocimiento, la responsabilidad del individuo, y se relacionan con los sentimientos positivos del individuo hacia su trabajo (Amorós, 2007). Los factores de higiene, por su parte, son extrínsecos e incluyen las políticas de administración, la supervisión técnica, el sueldo o salario, las condiciones de trabajo y las relaciones interpersonales (Amorós, 2007). Estas se relacionan con los sentimientos negativos de las personas hacia su trabajo y con el ambiente en el cual éste se realiza (Amorós, 2007).

Según Herzberg (1987) los factores involucrados en la producción de satisfacción con el trabajo y la motivación son separados y distintos de los factores que conducen a la

insatisfacción laboral. Herzberg (1987) expone que los factores catalogados como motivadores son la causa primaria de la satisfacción, y los factores de higiene son la causa principal de la infelicidad con el trabajo. Esta teoría unifica los primeros cuatro niveles de la teoría de Abraham Maslow bajo los factores de higiene y mantiene el último nivel como los factores motivadores. A continuación, se muestra el modelo gráficamente.

**Figura 4**  
*Teoría de Dos Factores de Herzberg*



Nota. De Comportamiento Organizacional: En busca del desarrollo de ventajas competitivas, por E. Amorós, 2007, Lambayeque.

La Teoría de las Necesidades de David McClelland es otra de las pioneras y que guarda relación con esta investigación. Esta teoría expone que los individuos se encuentran motivados, de acuerdo con la intensidad de su deseo de desempeñarse, en términos de una norma de excelencia o de tener éxito en situaciones competitivas (Amorós, 2007). McClelland sostuvo que los individuos poseen tres necesidades que satisfacer: necesidades de logro, necesidades de poder y necesidades de afiliación. Las necesidades de logro se refieren al esfuerzo por sobresalir y lograr el éxito, las de poder se centran en la influencia y control sobre los demás, y las de afiliación se refieren al deseo de entablar relaciones interpersonales (Amorós, 2007).

Existen, además, otras teorías contemporáneas sobre la motivación que ofrecen fundamentos más actualizados sobre el tema. La primera de ellas es la Teoría de la Equidad desarrollada por John Stacey Adams. Esta teoría se refiere a cuán conscientes están las personas sobre sus oportunidades y cuánto se comparan con las situaciones de otras personas (Tseng & Kuo, 2012). Bajo esta teoría, la gente intenta mantener la equidad comparando los insumos y las salidas que se ofrecen y se reciben por cierto comportamiento (Tseng & Kuo, 2012). Otra teoría contemporánea es la Teoría de las Expectativas de Victor Vroom. Esta teoría propone que la fortaleza de determinada conducta depende de la expectativa de que el acto será seguido por un resultado específico, y de lo atrayente que ese resultado sea para la persona (Amorós, 2007).

También está la Teoría del Reforzamiento de Federick Skinner. Ésta expone que el comportamiento se encuentra en función de las consecuencias conductuales, o sea, que el comportamiento es causado por la influencia del ambiente (Amorós, 2007). Por su parte, la Teoría de Fijación de Metas de Edwin Locke establece que la expectativa y el valor de los resultados serán altos si los objetivos son difíciles (desafiantes), así como específicos y alcanzables (Fried & Haynes, 2004). El éxito en la realización de objetivos se asocia con resultados positivos, que pueden ser internos (un sentimiento de logro, escapar de sentirse aburrido o inútil y demostrarse a sí mismo), y externos (mayores ingresos, seguridad en el empleo y oportunidades) (Fried & Haynes, 2004).

Otra teoría contemporánea sobre la motivación es la Teoría ERG de Clayton Alderfer. Al igual que Maslow, este teórico presenta una jerarquía de necesidades, donde solo incluye tres niveles. Los tres niveles son: necesidades básicas (alimento, agua, aire, remuneraciones y condiciones de trabajo adecuadas), necesidades de relación (establecer

y mantener relaciones interpersonales) y necesidades de crecimiento (hallar oportunidades para desarrollarse haciendo contribuciones creativas o productivas) (Amorós, 2007). Otra teoría contemporánea relacionada es la Teoría de la Autoeficacia de Albert Bandura.

Esta teoría se refiere a la creencia de un individuo de que él o ella es capaz de realizar una tarea, por lo que, en situaciones difíciles, las personas con baja autoeficacia son más propensas a disminuir su esfuerzo o renunciar por completo, mientras que aquellos con alta autoeficacia se esforzarán más para dominar el desafío (Robbins & Judge, 2013). Según esta teoría, para aumentar la autoeficacia es necesario fomentar los siguientes factores: dominio o experiencia sobre el trabajo, un modelo a seguir para realizar las tareas, persuasión verbal convincente sobre las destrezas y entusiasmo que estimule la energía (Robbins & Judge, 2013).

### **Estudios Previos**

Con relación al emprendimiento femenino, también hay varias investigaciones relacionadas al tema. Por ejemplo, Mora et al. (2018) realizaron una investigación en Chile y México titulada Empoderamiento y Demanda de Autogestión: Estudio Comparativo de Emprendimientos de Mujeres Indígenas. Para esta investigación, se realizó a un estudio intercultural y comparativo que permitió comparar las experiencias de mujeres mapuche de Chile participantes de un programa educativo con perspectiva de género, con las experiencias de mujeres mayas de México, participantes de un programa sin esta perspectiva. El estudio señala con mayor claridad que la autogestión es un elemento considerado relevante por las mujeres indígenas involucradas (Mora et al., 2018).

En cuanto a estudios sobre emprendimiento femenino en Puerto Rico se destaca el realizado por Santiago Castro y Pisani en 2013. Este estudio describe las características y determinantes de mujeres empresarias en Puerto Rico. Los investigadores encontraron que las mujeres empresarias puertorriqueñas tienden a ser dueñas únicas de sus negocios, tienen muchos competidores locales, y usualmente no exportan sus bienes o servicios fuera de la isla (Santiago Castro & Pisani, 2013). Además, la motivación primaria de estas mujeres para empezar su negocio fueron mayormente la meta personal de tener mayor independencia en su lugar de trabajo y la educación empresarial recibida (Santiago Castro & Pisani, 2013).

Elmore (2018) desarrolló una investigación titulada “Female entrepreneurs rise; South Florida in top five metro areas for growth of women-owned businesses”. Este estudio concluyó que Florida es el estado con mayor crecimiento de negocios propiedad de mujeres y que la diferencia de salarios entre mujeres y hombres en Florida es baja en comparación con otros estados (Elmore, 2018). Por otra parte, Florida Atlantic University desarrolló un estudio en 2019 en el cual investigaron las diferencias entre el emprendimiento masculino y femenino y porqué las mujeres son menos propensas a crear nuevas empresas. Determinaron que, aunque las mujeres emprendedoras son el segmento de más rápido crecimiento entre las empresas de nueva creación, las mujeres aún son menos propensas que los hombres a iniciar nuevas empresas debido a factores culturales y socioculturales (“FAU Study”, 2019).

### **Resumen del Capítulo**

Este capítulo, Revisión de Literatura, presentó información relevante al tema del emprendimiento, la educación empresarial y la posición de la mujer en este campo. Se

discutieron las teorías del comportamiento y la motivación más afines con el estudio y estudios previos en los que se han puesto a prueba algunas de estas teorías. Además, se presentó detalladamente lo que es el emprendimiento, su aplicación como disciplina académica y los obstáculos que enfrenta para su incursión en la enseñanza. El siguiente capítulo, Metodología, presentará el diseño propuesto para esta investigación y el procedimiento de análisis de datos.

### **Capítulo III**

#### **Metodología**

En el siguiente capítulo se presentará información relacionada a la metodología que se utilizó para la realización de este estudio. Se discutirá el diseño seleccionado para desarrollar esta investigación, tales como su perspectiva y el alcance bajo el cual será realizado. Además, se describirán los reportes seleccionados para la obtención de datos para la investigación y sus características. Finalmente, se presentará el procedimiento de análisis de datos que se utilizó para examinar la información que sea obtenida durante el proceso de investigación.

#### **Diseño de la Investigación**

La investigación fue realizada bajo una perspectiva de tiempo histórica, en la cual se analizaron datos de seis años, agrupados en tres periodos de tiempo: 2016-2017, 2018-2019 y 2020-2021. Para propósitos de esta investigación se seleccionó el alcance descriptivo, ya que, se pretendía detallar las características que posee el emprendimiento femenino. Se sustentó esta selección, al analizar los elementos que componen este tipo de investigaciones, similares a la investigación realizada. En una investigación descriptiva se recopilan las características de una población o fenómeno, para responder a preguntas: quién, qué, dónde, cuándo y cómo (Peña, 2012). La finalidad de este estudio fue determinar las características del emprendimiento femenino en diferentes regiones alrededor del mundo, principalmente según los reportes del Global Entrepreneurship Monitor – Female Entrepreneurship Report (GEM). Se analizaron no solo las características de mujeres emprendedoras, sino también las características de sus

empresas, tales como el tipo de industria, la inversión inicial realizada, exportación, empleomanía y ambiente económico. Esto se realizó a través de la observación y análisis de datos secundarios sobre emprendimiento femenino. La finalidad de este estudio fue comparar los datos en diferentes regiones del mundo, y en diferentes periodos de tiempo para poder ofrecer recomendaciones tanto a Puerto Rico como a otras regiones.

### **Procedimiento de Análisis de Datos**

Para realizar el análisis de los datos primeramente se identificaron los tres reportes del GEM que serían la principal fuente de datos de la investigación. Estos fueron los correspondientes a los periodos 2016-2017, 2018-2019 y 2020-2021. Luego se identificaron cuáles países estaban incluidos en los tres reportes, ya que, por diferentes situaciones no se incluyen los mismos países en todos ellos. Los treinta y siete países que se repiten en los tres reportes son: Egipto, Marruecos, Guatemala, Canadá, Estados Unidos, Brasil, Chile, Colombia, Panamá, Uruguay, Arabia Saudita, Emiratos Árabes, India, Indonesia, Irán, Israel, Kazakstán, Corea, Qatar, Taiwán, Alemania, Austria, Croacia, España, Rusia, Grecia, Italia, Letonia, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, Eslovaquia, Eslovenia, Suecia, Suiza y Chipre.

Esta muestra fue categorizada en cuatro regiones: Asia, África, América y Europa. Una vez realizada esta selección, se identificaron los datos que respondían a las preguntas de investigación en cada reporte y se tabuló toda la información relacionada en un documento en Excel. El mismo cuenta con tablas clasificadas por características y periodos de tiempo. Se asignaron los valores correspondientes a cada país y luego se calculó un promedio por región y un promedio global para cada periodo. Esto permitió crear gráficas por cada indicador que se deseaba analizar, facilitó la comparación de los

treinta y siete (37) países agrupados por región y obtener conclusiones útiles sobre todas las observaciones posibles basándose en la información presentada.

Se analizaron otros datos secundarios contenidos en los reportes generados por VISA, “State of Female Entrepreneurship”, y por American Express, “State of Women-Owned Business Report”. Esto permitió la comparación entre datos similares presentados por diferentes reportes. Además, se obtuvo información de otras fuentes para obtener datos adicionales que no estaban presentes en los reportes del GEM y que fueron necesarios para dar una respuesta precisa las preguntas de investigación.

Los indicadores que fueron tabulados y analizados, relacionados a las empresarias fueron edad y nivel de educación. Esto respondió a la primera pregunta de investigación, ¿Cuáles han sido las características de las mujeres emprendedoras durante el periodo de 2016 al 2021, en Puerto Rico y otras regiones internacionales? Las características relacionadas a las empresas de estas mujeres que fueron analizadas fueron la inversión inicial, el tipo de industria, el ambiente económico externo, la exportación y la expectativa de empleomanía en los primeros cinco años de operación. Estas características respondieron a la tercera pregunta de investigación, ¿Qué características poseen las empresas que han desarrollado las mujeres durante el periodo de 2016 al 2021, en Puerto Rico y otras regiones internacionales?

Para responder a la segunda pregunta de investigación, ¿Cuáles han sido los motivadores para el emprendimiento femenino durante el periodo de 2016 al 2021, en Puerto Rico y otras regiones internacionales?, se analizaron los datos sobre motivadores por necesidad y oportunidad presentados en los reportes. La pregunta cuatro, ¿Han apoyado los gobiernos el emprendimiento femenino durante el periodo de 2016 al 2021,

en Puerto Rico y otras regiones internacionales?, se respondió según los datos presentados en los reportes relacionados a características de las diferentes economías y su relación con el emprendimiento femenino.

La pregunta cinco, ¿Han influenciado las organizaciones privadas dirigidas a mujeres en el desarrollo del emprendimiento femenino en Puerto Rico y otras regiones internacionales, durante el 2016 al 2021? se respondió haciendo una revisión de literatura sobre las diferentes organizaciones dirigidas a mujeres y datos sobre cuál ha sido su rol ante el emprendimiento femenino. Luego de haber recopilado y tabulado la información necesaria, se realizó un cuidadoso análisis e interpretación de los datos, tomando en consideración los eventos históricos en cada periodo. Finalmente, se realizó una comparación entre los resultados obtenidos en las diferentes regiones con el estado del emprendimiento femenino en Puerto Rico en los periodos en que encontraron datos.

### **Resumen del Capítulo**

Este capítulo presentó detalladamente la metodología de la investigación a realizarse. Se presentó el diseño de la investigación, así como las diferentes fuentes de datos a utilizarse. Se explicó, además, la forma en que se manejarán los datos secundarios para obtener y analizar información que dé paso a ofrecer recomendaciones que aporten al desarrollo de más y mejores empresas dirigidas por mujeres emprendedoras. En el siguiente capítulo se presentarán los datos obtenidos a través del análisis de los diferentes reportes internacionales.

## **Capítulo IV**

### **Resultados**

En el siguiente capítulo se presentarán los resultados obtenidos de la comparación de diferentes reportes internacionales sobre emprendimiento femenino. Los reportes que fueron analizados y de donde se obtuvo la principal fuente de datos, son titulados Global Entrepreneurship Monitor - Women's Entrepreneurship Report (GEM). Se utilizaron los correspondientes a los periodos 2016/2017, 2018/2019 y 2020/2021. Estos reportes presentan datos estadísticos que sirvieron para responder a las preguntas de investigación presentadas en el capítulo uno. Además, se analizaron otros reportes de emprendimiento femenino como el State of Female Entrepreneurship generado por VISA y el State of Women-Owned Businesses Report de American Express. A continuación, se presentará una breve descripción de estos reportes, tablas con los datos recopilados e información obtenida durante el proceso de investigación.

#### **Reportes sobre Emprendimiento Femenino**

Los reportes de donde se obtuvieron la mayor parte de los datos llevan por nombre Global Entrepreneurship Monitor – Women's Entrepreneurship Report (GEM). Estos reportes tienen como objetivo resaltar áreas donde aún existen brechas, desafíos y oportunidades, mostrar dónde las mujeres empresarias han logrado un progreso significativo, y cómo los ecosistemas influyen y son influenciados por las mujeres empresarias (GEM, 2019). Los hallazgos de estos informes proporcionan una base para guiar futuras investigaciones, toma de decisiones políticas, diseño de iniciativas y

programas para mejorar el crecimiento y desarrollo del espíritu empresarial de las mujeres (GEM, 2019).

En general, estos informes demuestran el valor que las mujeres empresarias aportan a las sociedades de todo el mundo y sugiere áreas de mejora (GEM, 2019). El GEM ha publicado reportes desde hace veintidós (22) años, realizando unas ciento cincuenta mil (150,000) entrevistas anuales en más de ciento diez (110) economías alrededor del mundo (GEM, 2021). Cuenta con más de quinientos especialistas en emprendimiento, trescientas instituciones académicas y de investigación, y doscientas instituciones de financiamiento.

Por otra parte, el reporte State of Female Entrepreneurship de VISA, está diseñado para analizar nacionalmente las mujeres propietarias de pequeñas empresas, las metas a las que aspiran, los desafíos que enfrentan y qué es lo que las motiva (State of Female Entrepreneurship, 2019). De igual forma el State of Women-Owned Businesses Report de American Express, brinda datos e ideas sobre el ecosistema empresarial de las mujeres, con el propósito de inspirar y motivar el emprendimiento femenino (The State of Women Report, 2019). En adelante se presentarán datos recopilados de los reportes correspondientes a los años 2016/2017, 2018/2019 y 2020/2021, para determinar patrones y cambios significativos, y responder a las preguntas de investigación.

### **Emprendimiento Femenino por Región**

El total de la actividad de emprendimiento femenino, (en adelante TEA, por sus siglas en inglés), varía por localización geográfica. El TEA es definido por el Global Entrepreneurship Monitor como adultos entre dieciocho (18) y sesenta y cuatro (64) años que son propietarios de una nueva empresa (GEM, 2021). La siguiente tabla muestra el

porcentaje de TEA durante los periodos 2016-2017, 2018-2019 y 2020-2021, en las regiones que se incluyen en los reportes del GEM: América, Europa, Asia y África.

**Tabla 4**

*Actividad de Emprendimiento Femenino por Región*

| <b>Región</b> | <b>2016-2017</b> | <b>2018-2019</b> | <b>2020-2021</b> |
|---------------|------------------|------------------|------------------|
| Europa        | 6%               | 6%               | 6%               |
| Asia          | 8%               | 10%              | 11%              |
| América       | 16%              | 17%              | 22%              |
| África        | 6%               | 5%               | 5%               |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

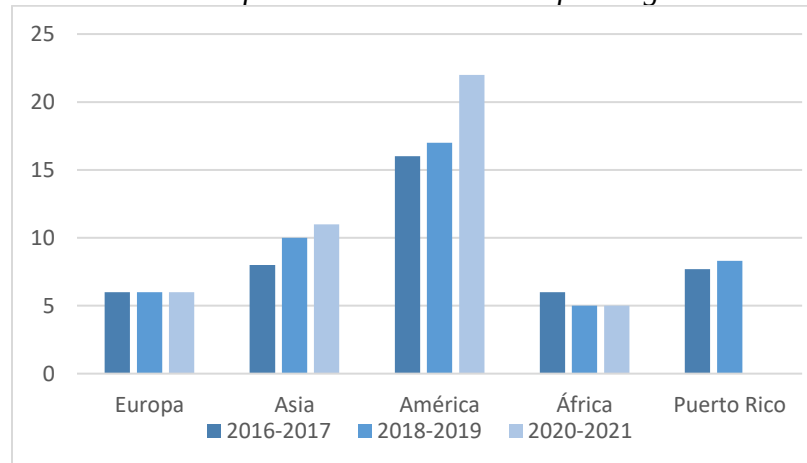
En la Tabla 4 se presenta la actividad empresarial de mujeres en diferentes regiones. La región con mayor actividad empresarial femenina es en América y ha ocupado el primer lugar consistentemente desde 2016 hasta 2021. En segundo lugar, se encuentra Asia, seguido por Europa y África en último lugar. Al observar cada región de forma individual se puede observar que Europa y África se han mantenido entre un 5% y un 6% de actividad empresarial femenina. Sin embargo, América y Asia presentan un aumento constante, lo que representa mayor actividad empresarial femenina con el pasar de los años.

En la Figura 5 se presenta de forma gráfica el total de actividad de emprendimiento por región en comparación con Puerto Rico. Se puede observar que los valores correspondientes a Puerto Rico son bajos al comparar con la región de América a la cual pertenece. Para el 2016 al 2017, Puerto Rico contaba con 7.7% de actividad de emprendimiento femenino y 8.3% en 2018 al 2019. Según reporte The State of Women Owned Business, desde el 2014 hasta el 2019 el TEA aumentó un 21 % en Estados Unidos, lo que representa un aumento a razón de 4.2 %por año. Considerando la población y extensión territorial de Puerto Rico ante Estados Unidos, el aumento de 0.6

% en TEA es equivalente. Para el periodo de 2020 al 2021, Puerto Rico no fue incluido en el reporte del GEM.

**Figura 5**

*Actividad de Emprendimiento Femenino por Región*



Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

### Datos sobre Características de Emprendedoras

Esta sección presenta datos secundarios recopilados sobre características que poseen mujeres emprendedoras alrededor del mundo. Entre las características presentadas en los reportes del Global Entrepreneurship Monitor se encuentran el margen de edad de mujeres emprendedoras y su nivel de educación. Las tablas cinco a la siete muestran el margen de edad en los que se presenta una mayor participación de emprendimiento, mucha participación, una participación moderada o poca participación, durante los periodos 2016-2017, 2018-2019 y 2020-2021.

**Tabla 5**

*Margen de edad de mujeres emprendedoras 2016 al 2017*

| Escala de participación | Margen de edad |
|-------------------------|----------------|
| Mayor participación     | 25-34          |
| Mucha participación     | 35-44          |
| Participación moderada  | 45-54          |
| Poca participación      | 18-24          |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017.

Durante el periodo del 2016 al 2017, la mayor participación de mujeres empresarias alrededor del mundo tenían entre veinticinco y treinta y cuatro años. A este renglón le seguían mujeres entre treinta y cinco y cincuenta y cuatro años. En última posición se encontraban las mujeres más jóvenes incluidas en el reporte, con dieciocho a veinticuatro años.

**Tabla 6**

*Margen de edad de mujeres emprendedoras 2018 al 2019*

| <b>Escala de participación</b> | <b>Margen de edad</b> |
|--------------------------------|-----------------------|
| Mayor participación            | 25-34                 |
| Mucha participación            | 35-44                 |
| Participación moderada         | 18-24                 |
| Poca participación             | 45-54                 |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2019.

Durante el periodo del 2018 al 2019, la mayor participación de mujeres empresarias alrededor del mundo tenían entre veinticinco y cuarenta y cuatro años, al igual que en el periodo del 2016 al 2017. Sin embargo, las mujeres más jóvenes incluidas en el reporte, con dieciocho a veinticuatro años alcanzaron la posición número tres a nivel mundial. La menor participación de mujeres empresarias tenían entre cuarenta y cinco y cincuenta y cuatro años.

**Tabla 7**

*Margen de edad de mujeres emprendedoras 2020 al 2021*

| <b>Escala de participación</b> | <b>Margen de edad</b> |
|--------------------------------|-----------------------|
| Mayor participación            | 18-34                 |
| Participación moderada         | 35-54                 |
| Poca participación             | 55-64                 |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2021.

Durante el periodo del 2020 al 2021, la mayor participación de mujeres empresarias alrededor del mundo tenían entre dieciocho (18) y treinta y cuatro (34) años. Las mujeres

más jóvenes incluidas en el reporte ocuparon la posición número uno a nivel mundial. La menor participación de mujeres empresarias tenían entre treinta y cinco (35) y sesenta y cuatro (64) años. Esto representa una mayor participación de mujeres jóvenes empresarias y un emprendimiento temprano en la vida de la mujer a nivel global.

El reporte del GEM para el periodo del 2016 al 2017, no incluye la información de margen de edad distribuido por región. Sin embargo, esta información sí se encuentra en los reportes correspondientes a los periodos 2018 al 2019 y 2020 al 2021, como se muestra a continuación en las tablas ocho (8) y nueve (9).

**Tabla 8**

*Margen de edad de mujeres emprendedoras 2018 al 2019 por Región*

| <b>Región</b> | <b>18-24</b> | <b>25-34</b> | <b>35-44</b> | <b>45-54</b> | <b>55-64</b> |
|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| África        | 23.20%       | 26.58%       | 18.92%       | 19.82%       | 11.49%       |
| América       | 20.72%       | 24.48%       | 23.93%       | 20.01%       | 10.85%       |
| Asia          | 20.26%       | 23.48%       | 21.82%       | 20.91%       | 13.56%       |
| Europa        | 20.24%       | 29.40%       | 23.37%       | 17.11%       | 10.12%       |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2019.

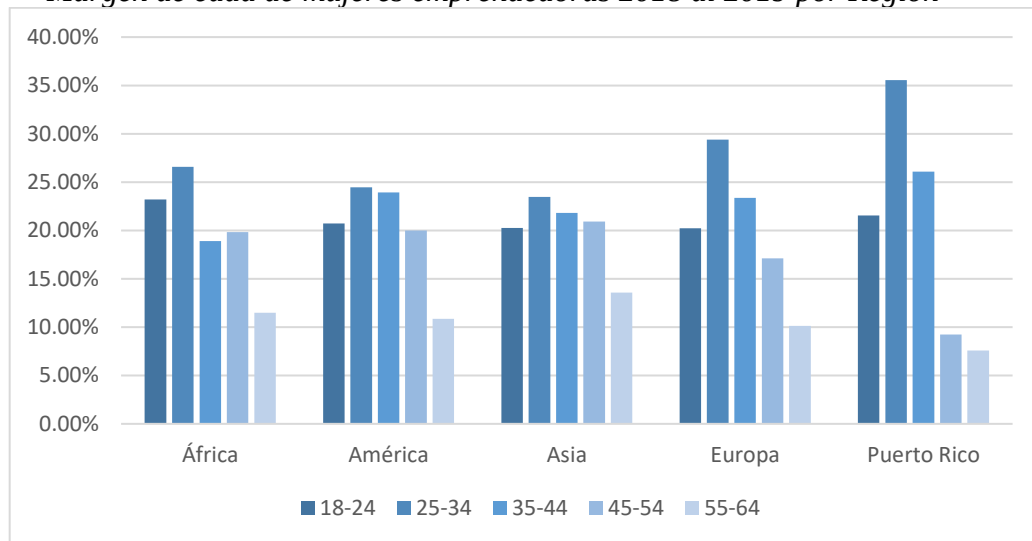
En la Tabla ocho (8) se puede observar cómo en las cuatro regiones el margen de edad con mayor porcentaje de participación es entre veinticinco (25) y treinta y cuatro (34) años. El segundo margen de edad que más abunda es entre treinta y cinco (35) y cuarenta y cuatro (44) años, con excepción de África donde el segundo lugar lo ocupa el margen de edad de dieciocho (18) a veinticuatro (24) años. La participación más baja en todas las regiones para este periodo del 2018 al 2019 fue de mujeres entre los cincuenta y cinco (55) y los sesenta y cuatro (64) años.

En la Figura 6 se presenta de forma gráfica el margen de edad de mujeres emprendedoras por región y en comparación con Puerto Rico. Se puede observar que los

valores correspondientes a Puerto Rico tienen un patrón similar a las demás regiones, aunque la brecha del margen de edad de 25-34 años es más amplia.

**Figura 6**

*Margen de edad de mujeres emprendedoras 2018 al 2019 por Región*



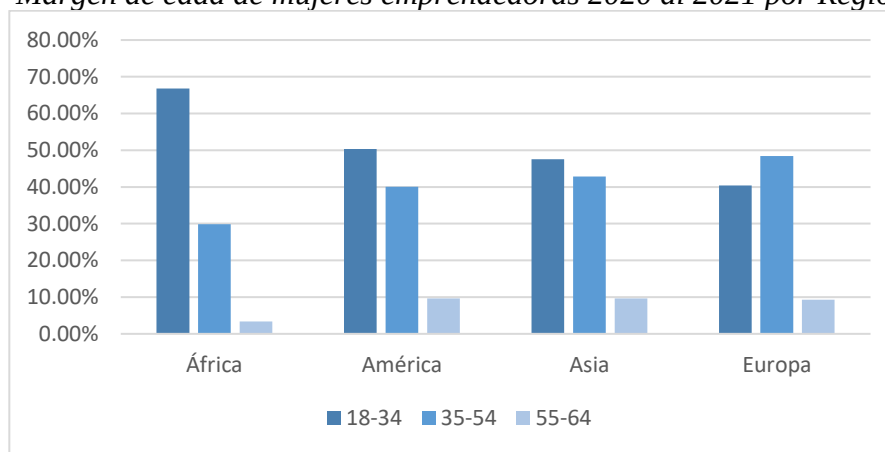
Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2019.

Para el periodo del 2020 al 2021, la mayoría de las mujeres empresarias en África, América y Asia tenían entre dieciocho (18) a treinta y cuatro (34) años. Sin embargo, en la región de Europa la mayor participación se encontraba entre los treinta y cinco (35) y cincuenta y cuatro (54) años. La participación más baja en todas las regiones se encontraba entre los cincuenta y cinco (55) y sesenta y cuatro (64) años. Los datos correspondientes a Puerto Rico no se encuentran disponibles en este reporte, por lo que no fue posible realizar una comparación en este periodo. La Figura 7 muestra de forma gráfica el margen de edad de mujeres emprendedoras durante el 2020 al 2021, en las regiones de África, América, Asia y Europa.

**Tabla 9***Margen de edad de mujeres emprendedoras 2020 al 2021 por Región*

| <b>Región</b> | <b>18-34</b> | <b>35-54</b> | <b>55-64</b> |
|---------------|--------------|--------------|--------------|
| África        | 66.80%       | 29.85%       | 3.40%        |
| América       | 50.30%       | 40.06%       | 9.66%        |
| Asia          | 47.54%       | 42.80%       | 9.68%        |
| Europa        | 40.40%       | 48.44%       | 9.25%        |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2021.

**Figura 7***Margen de edad de mujeres emprendedoras 2020 al 2021 por Región*

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2021.

Otra característica que presentan los reportes del GEM es el nivel de educación de mujeres emprendedoras alrededor del mundo. Las tablas diez a la doce muestran el nivel de educación de mujeres en diferentes regiones y periodos de tiempo.

**Tabla 10***Nivel de educación de mujeres emprendedoras 2016 al 2017*

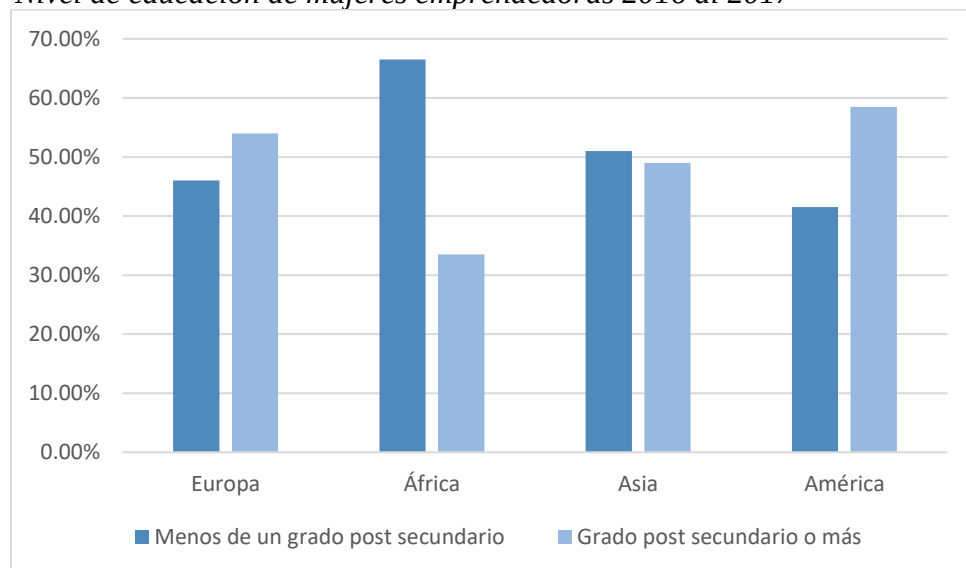
| <b>Región</b> | <b>Menos de un grado post secundario</b> | <b>Grado post secundario o más</b> |
|---------------|------------------------------------------|------------------------------------|
| Europa        | 46.00%                                   | 54.00%                             |
| África        | 66.50%                                   | 33.50%                             |
| Asia          | 51.00%                                   | 49.00%                             |
| América       | 41.50%                                   | 58.50%                             |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017.

Durante el periodo del 2016 al 2017 en Europa, el 46% de mujeres empresarias tenían menos de un grado post secundario, mientras que el 54% tenían un grado post secundario o una preparación académica mayor. De igual forma en América, la mayoría de las mujeres empresarias poseían educación post secundaria o más, siendo el porcentaje 41.50% versus 58.50%. Sin embargo, Asia y África presentaron una situación contraria donde la mayoría de las mujeres en estas regiones poseían menos de un grado post secundario. El reporte del GEM correspondiente al periodo 2016 al 2017 no presenta este dato por país, sino por región. Por tanto, no se pudo realizar una comparación sobre el nivel de educación de mujeres empresarias en este periodo. La Figura 8 muestra de forma gráfica los datos que ofrece el reporte.

**Figura 8**

*Nivel de educación de mujeres emprendedoras 2016 al 2017*



Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017.

Durante el periodo del 2018 al 2019, todas las regiones presentadas en el reporte mostraban que la mayoría de las mujeres empresarias poseían al menos un grado post secundario, según se muestra en la Tabla 11. Esto representa un aumento en el emprendimiento de mujeres con un nivel de educación mayor, sobre todo en África

donde el porcentaje aumentó en un 24.27%. Por su parte América, aunque continuó presentando una participación mayor de mujeres con educación post secundaria o más, la brecha presenta una disminución de un 6.48%. Europa y Asia tuvieron un aumento en mujeres con un grado post secundario o más de 11.25% y 1.25% respectivamente.

**Tabla 11**

*Nivel de educación de mujeres emprendedoras 2018 al 2019*

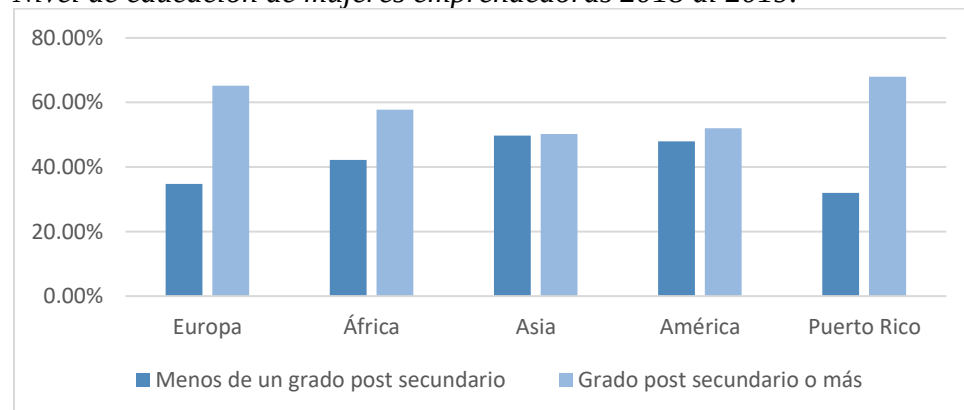
| <b>Región</b> | <b>Menos de un grado post secundario</b> | <b>Grado post secundario o más</b> |
|---------------|------------------------------------------|------------------------------------|
| Europa        | 34.75%                                   | 65.25%                             |
| África        | 42.23%                                   | 57.77%                             |
| Asia          | 49.75%                                   | 50.25%                             |
| América       | 47.98%                                   | 52.02%                             |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2019.

La Figura 9 presenta de forma gráfica una comparación de el nivel de educación de las mujeres empresarias durante el 2018 al 2019 en las diferentes regiones y el Puerto Rico. Se puede observar que, en Puerto Rico, al igual que en las demás regiones la mayoría de las mujeres poseían un grado post secundario o más en este periodo. Los valores que presenta el reporte para Puerto Rico son 32 % versus 68 %.

**Figura 9**

*Nivel de educación de mujeres emprendedoras 2018 al 2019.*



Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2019.

Como presenta la Tabla 12, durante el periodo del 2020 al 2021, Europa y África disminuyeron en el porcentaje de mujeres empresarias con más de un grado post secundario en 10.44% y 3.47% respectivamente. Mientras que Asia y América aumentaron en un 12.17% y 1.33% respectivamente. Sin embargo, en todas las regiones más del 50 % de las mujeres emprendedoras poseen un nivel de educación de grado post secundario o más. Puerto Rico no fue incluido en este reporte, lo que imposibilita la comparación. La Figura 10 muestra de forma gráfica la comparación de regiones.

**Tabla 12**

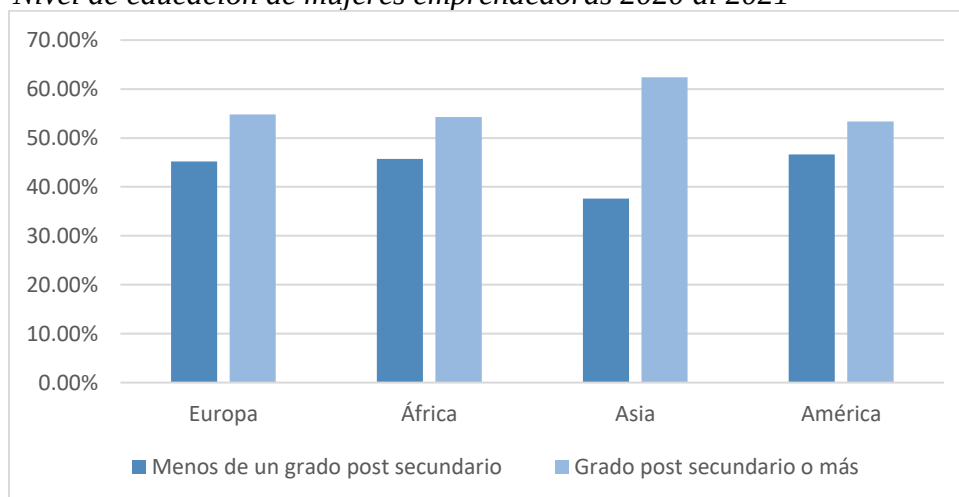
*Nivel de educación de mujeres emprendedoras 2020 al 2021.*

| <b>Región</b> | <b>Menos de un grado post secundario</b> | <b>Grado post secundario o más</b> |
|---------------|------------------------------------------|------------------------------------|
| Europa        | 45.19%                                   | 54.81%                             |
| África        | 45.70%                                   | 54.30%                             |
| Asia          | 37.58%                                   | 62.42%                             |
| América       | 46.65%                                   | 53.35%                             |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2021.

**Figura 10**

*Nivel de educación de mujeres emprendedoras 2020 al 2021*



Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2021.

### Datos sobre Motivadores para el Emprendimiento Femenino

Las tablas trece a la quince responden a la segunda sub pregunta de investigación, ¿cuáles han sido los motivadores de emprendimiento para las mujeres alrededor del mundo? Los reportes correspondientes a los periodos del 2016 al 2017 y 2018 al 2019, muestran los motivadores en dos categorías: oportunidad y necesidad.

Según el reporte State of Women Owned Business (2019), las emprendedoras por oportunidad ven oportunidades en el mercado que quieren explorar, entran al mercado en buenos momentos económicos y tienen mayor probabilidad de subsistir. Las emprendedoras por necesidad son aquellas mujeres que no encuentran empleos de calidad o están desempleadas o necesitan aumentar su ingreso actual y su única opción es comenzar un negocio (State of Women Owned Business, 2019).

La Tabla 13 muestra los motivadores de mujeres empresarias en las regiones de América, Asia, África y Europa durante el 2016 al 2017. En todas estas regiones, la mayor fuente de motivación para emprender fue identificar y perseguir una oportunidad. En promedio, aproximadamente el 72% de las mujeres que emprendieron en este periodo fue por consecuencia de identificar una oportunidad.

**Tabla 13**

*Motivadores para el Emprendimiento Femenino 2016-2017*

| <b>Región</b> | <b>Perseguir una oportunidad</b> | <b>Necesidad</b> |
|---------------|----------------------------------|------------------|
| América       | 70.84%                           | 27.61%           |
| Asia          | 77.04%                           | 20.57%           |
| África        | 68.85%                           | 26.05%           |
| Europa        | 71.90%                           | 24.51%           |

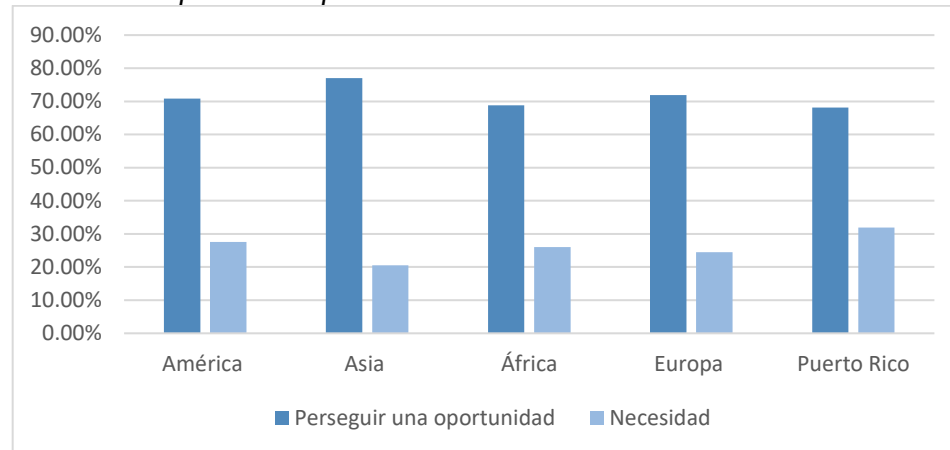
Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017.

La Figura 11 muestra de forma gráfica una comparación de las diferentes regiones con Puerto Rico. Este último presenta unos valores similares a los de otras regiones,

mostrando 68.10 % en el motivador de oportunidad y 24.51 % en el motivador de necesidad.

**Figura 11**

*Motivadores para el Emprendimiento Femenino 2016-2017*



Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017.

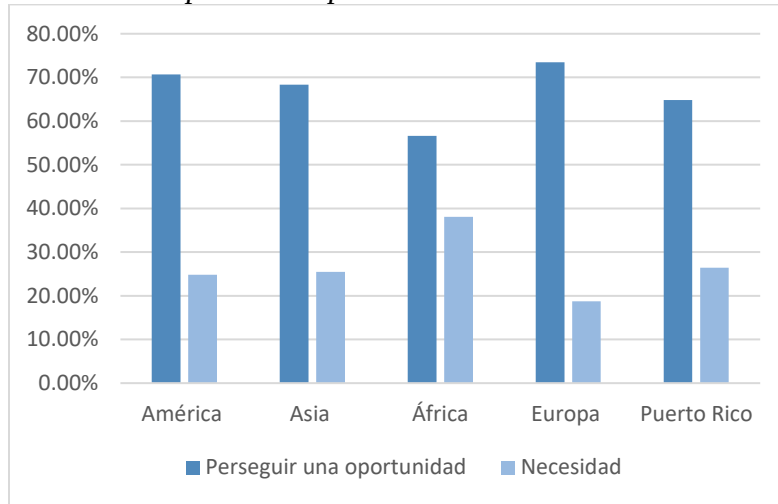
Según el reporte State of Female Entrepreneurship (2019), los principales motivadores para el periodo 2018 al 2019 eran perseguir una pasión (48 %), independencia financiera (43 %), flexibilidad (41 %), generar mayores ingresos (36 %), balance entre el trabajo y la familia (32 %) y crear su propio entorno (27 %). La Tabla 14 muestra los motivadores de mujeres empresarias en las regiones de América, Asia, África y Europa durante el 2018 al 2019 según el reporte GEM. Al igual que en el periodo del 2016 al 2017, todas estas las regiones muestran que la mayor fuente de motivación para emprender fue identificar y perseguir una oportunidad. Sin embargo, se presenta un aumento en la motivación de emprendimiento por necesidad en las regiones de Asia y África. Por el contrario, en Europa, el emprendimiento motivado por una necesidad disminuyó en un 5.75%.

**Tabla 14*****Motivadores para el Emprendimiento Femenino 2018-2019***

| <b>Región</b> | <b>Perseguir una oportunidad</b> | <b>Necesidad</b> |
|---------------|----------------------------------|------------------|
| América       | 70.66%                           | 24.79%           |
| Asia          | 68.36%                           | 25.47%           |
| África        | 56.60%                           | 38.05%           |
| Europa        | 73.45%                           | 18.76%           |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2019.

Puerto Rico, en comparación con las demás regiones, presenta valores similares en este periodo, 64.80 % en el motivador de oportunidad y 26.40 % en el motivador de necesidad. La Figura 12 presenta una comparación de forma gráfica para el periodo de 2018 al 2019.

**Figura 12*****Motivadores para el Emprendimiento Femenino 2018-2019***

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2019.

Para el periodo del 2020 al 2021, el reporte del GEM presenta los motivadores de emprendimiento femenino en cuatro factores: hacer la diferencia en el mundo, hacer riqueza, seguir la tradición familiar y escasez de empleo. La tabla quince muestra que para el periodo del 2020 al 2021, la escasez de empleo fue uno de los mayores motivadores para el emprendimiento femenino, seguido por el deseo de generar riqueza.

El tercer motivador con mayor puntuación es el deseo de hacer la diferencia o de tener un tipo de empleo no convencional y finalmente continuar la tradición familiar. No se incluyeron datos sobre Puerto Rico en el reporte de este periodo, por lo que se imposibilitó la comparación con otras regiones. Sin embargo, se muestra una comparación en forma grafica de las regiones de América, Asia, África y Europa en la Figura 13.

**Tabla 15**

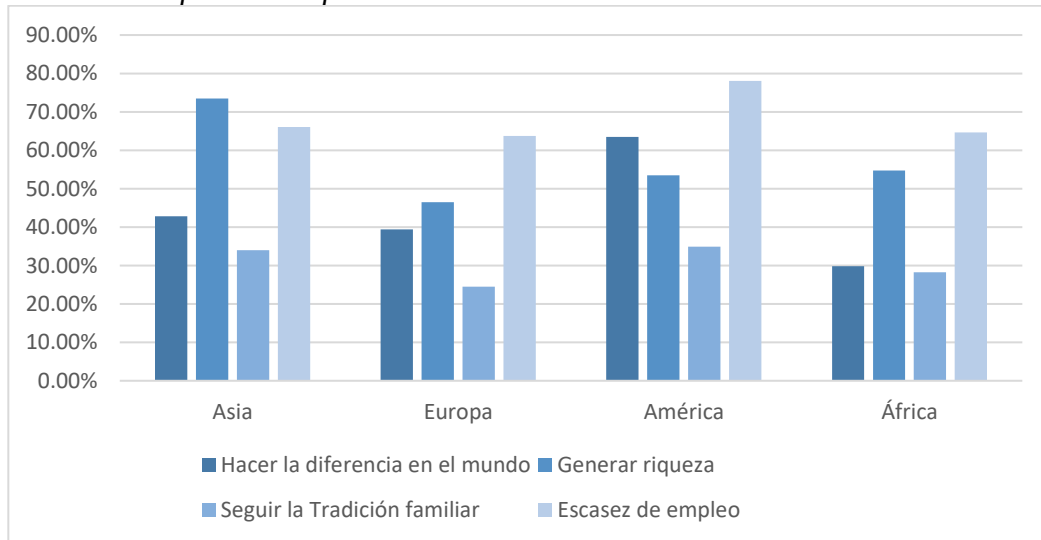
*Motivadores para el Emprendimiento Femenino 2020-2021*

| <b>Región</b> | <b>Hacer la diferencia en el mundo</b> | <b>Generar riqueza</b> | <b>Seguir la tradición familiar</b> | <b>Escasez de empleo</b> |
|---------------|----------------------------------------|------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| Asia          | 42.80%                                 | 73.49%                 | 34.00%                              | 66.05%                   |
| Europa        | 39.41%                                 | 46.52%                 | 24.46%                              | 63.75%                   |
| América       | 63.45%                                 | 53.46%                 | 34.93%                              | 78.04%                   |
| África        | 29.80%                                 | 54.75%                 | 28.25%                              | 64.65%                   |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2021.

**Figura 13**

*Motivadores para el Emprendimiento Femenino 2020-2021*



Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2021.

## Datos sobre Características de Empresas

Los reportes sobre emprendimiento femenino analizados muestran características relacionadas a empresas lideradas por mujeres. Entre estas características se encuentra el ambiente económico del país en el cual opera, el tipo de industria, la inversión inicial, la exportación y la cantidad de personas que esperan emplear.

**Tabla 16**

*Ambiente económico externo de empresas en 2016 al 2017*

| <b>Región</b> | <b>Etapla temprana del desarrollo económico</b> | <b>Desarrollo económico eficiente</b> | <b>Transición de etapa eficiente a desarrollo económico innovador</b> | <b>Desarrollo económico innovador</b>                                                                                          |
|---------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Asia          | India                                           | Indonesia                             |                                                                       | Corea, Taiwán                                                                                                                  |
| Europa        |                                                 |                                       | Croacia, Kazajstán, Letonia, Polonia, Rusia, Turquía                  | Austria, Chipre, Alemania, Grecia, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suecia, Suiza, Reino Unido |
| América       |                                                 | Colombia, Guatemala,                  | Brasil, Chile, Panamá, Uruguay                                        | Canadá, Estados Unidos, Puerto Rico                                                                                            |
| África        |                                                 | Egipto, Arabia, Morocco               |                                                                       | Israel, Qatar, Emiratos Árabes                                                                                                 |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017.

La tabla dieciséis muestra el ambiente económico externo como una característica de las empresas durante el 2016 al 2017. Para este periodo, la mayoría de los países en los que se encontraban las empresas de mujeres tenían un desarrollo económico innovador o se encontraban en la transición de alcanzar este desarrollo. Otras de estas empresas se estaban desarrollando en países con desarrollo económico eficiente y solo las empresas

de India se encontraban en un ambiente económico de etapa temprana. El reporte correspondiente al periodo 2016 al 2017, ubicó a Puerto Rico bajo el renglón de desarrollo económico innovador, al igual que Estados Unidos y Canadá.

En la Tabla 17 se presenta el ambiente económico externo durante el periodo 2018 al 2019. En esta ocasión el GEM lo clasificó por niveles de ingreso alto, mediano o bajo. Para este periodo, la mayoría de las empresas se estaban desarrollando en países con un alto nivel de ingresos en todas las regiones, con excepción de Asia. En esta región, India e Indonesia se clasificaron como países con un bajo nivel de ingresos. De igual forma, en África se clasificaron tres países con un bajo nivel de ingresos: Egipto, Marruecos e Irán. Puerto Rico fue catalogado como un país con alto nivel de ingresos en la región de América, al igual que Canadá, Estados Unidos, Panamá y Uruguay.

**Tabla 17**  
*Ambiente económico externo de empresas en 2018 al 2019*

| <b>Región</b> | <b>Alto nivel de ingresos</b>                                                                                                                             | <b>Mediano nivel de ingresos</b> | <b>Bajo nivel de ingresos</b> |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|
| Asia          | Corea                                                                                                                                                     | Taiwán                           | India, Indonesia              |
| Europa        | Austria, Croacia, Chipre, Alemania, Grecia, Italia, Letonia, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suecia, Suiza, Reino Unido | Kazakstán, Rusia                 |                               |
| América       | Canadá, Estados Unidos, Chile, Panamá, Puerto Rico, Uruguay                                                                                               | Brasil, Colombia, Guatemala      |                               |
| África        | Israel, Qatar, Arabia Saudita, Emiratos Árabes                                                                                                            |                                  | Egipto, Moroco, Irán          |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2019.

Al igual que en el periodo 2018 al 2019, en el periodo 2020 al 2021 el GEM clasificó el ambiente económico externo por niveles de ingreso alto, mediano o bajo. Para este periodo, los cambios en comparación con el periodo anterior fueron mínimos. La mayoría de las empresas se estaban desarrollando en países con un alto nivel de ingresos en todas las regiones. En la región de Asia, Taiwán e Indonesia aumentaron su nivel de ingresos, pasando a la siguiente clasificación de nivel de ingresos. De igual forma en África, Irán pasó de un nivel bajo de ingresos a un nivel mediano. La Tabla dieciocho muestra los cambios en el ambiente económico externo para el periodo 2020 al 2021. Puerto Rico no fue incluido en el reporte del GEM para este periodo de 2020 al 2021.

**Tabla 18**

*Nivel de desarrollo económico de mujeres emprendedoras 2020 al 2021*

| <b>Región</b> | <b>Alto nivel de ingresos</b>                                                                                                                             | <b>Mediano nivel de ingresos</b> | <b>Bajo nivel de ingresos</b> |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|
| Asia          | Corea, Taiwán                                                                                                                                             | Indonesia, Kazakstán, Rusia      | India                         |
| Europa        | Austria, Croacia, Chipre, Alemania, Grecia, Italia, Letonia, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suecia, Suiza, Reino Unido |                                  |                               |
| América       | Canadá, Chile, Estados Unidos, Panamá, Uruguay                                                                                                            | Brasil, Colombia, Guatemala      |                               |
| África        | Israel, Qatar, Arabia Saudita, Emiratos Árabes                                                                                                            | Irán                             | Egipto, Moroco                |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2021.

La segunda característica que presentan los reportes del GEM con relación a las empresas de mujeres es el tipo de industria. La Tabla 19 muestra la participación en

diferentes tipos de industria de forma global, en los periodos 2016 al 2017, 2018 al 2019 y 2020 al 2021. El tipo de industria que predomina en las empresas de mujeres son las ventas al por mayor y al detal, con aproximadamente el 50% en todos los periodos. En segundo lugar, los servicios de salud, educación y sociales, y en tercer lugar los servicios financieros y profesionales. La menor participación se encuentra en la manufactura y transportación, agricultura y minería, y tecnología de la información. En todos los periodos se observa que la distribución entre los diferentes tipos de industria es similar.

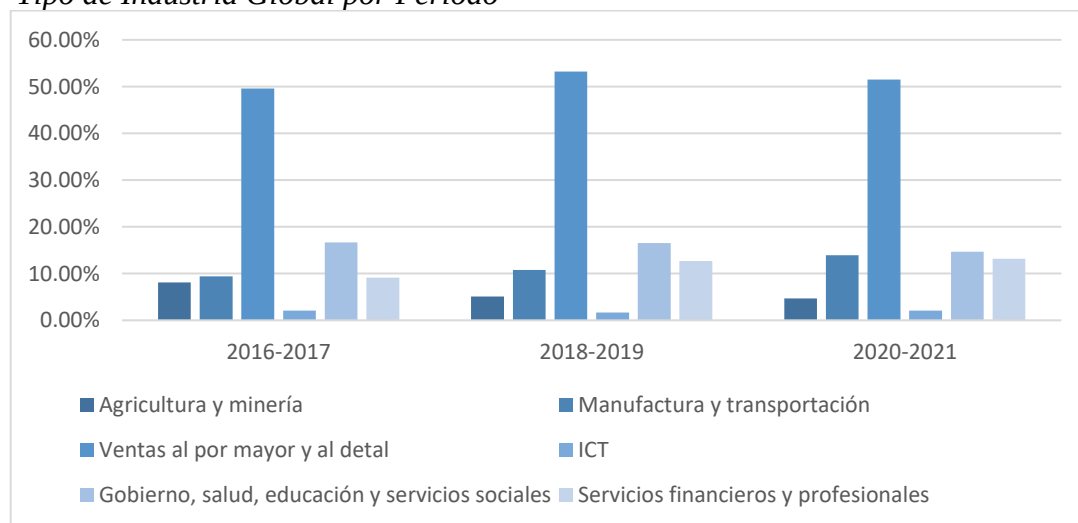
La Figura 14 presenta estos datos en forma gráfica.

**Tabla 19**  
*Tipo de Industria Global por Periodo*

| Periodo   | Agricultura y minería | Manufactura y transportación | Ventas al por mayor y al detal | ICT   | Gobierno, salud, educación y servicios sociales | Servicios financieros y profesionales |
|-----------|-----------------------|------------------------------|--------------------------------|-------|-------------------------------------------------|---------------------------------------|
| 2016-2017 | 8.08%                 | 9.41%                        | 49.57%                         | 2.10% | 16.68%                                          | 9.10%                                 |
| 2018-2019 | 5.10%                 | 10.80%                       | 53.20%                         | 1.70% | 16.50%                                          | 12.70%                                |
| 2020-2021 | 4.70%                 | 13.90%                       | 51.50%                         | 2.10% | 14.70%                                          | 13.20%                                |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

**Figura 14**  
*Tipo de Industria Global por Periodo*



Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

La Tabla 20 muestra el porcentaje de participación en los diferentes tipos de industria en las regiones de África, América, Asia y Europa. Se percibe que, en todas las regiones y en todos los periodos, las ventas al por mayor y al detal lideran la participación de empresas de mujeres. La menor participación es en la industria de tecnología de la información, seguido por la agricultura y minería. En comparación con otras regiones, África muestra una baja participación en la industria de los servicios financieros y profesionales y una mayor participación en la industria de la manufactura. Las Figuras 15 a la 18 muestran de forma gráfica los datos por región y periodos, mientras que la Figura 19 muestra los datos correspondientes a Puerto Rico para los periodos 2016 al 2017 y 2018 al 2019.

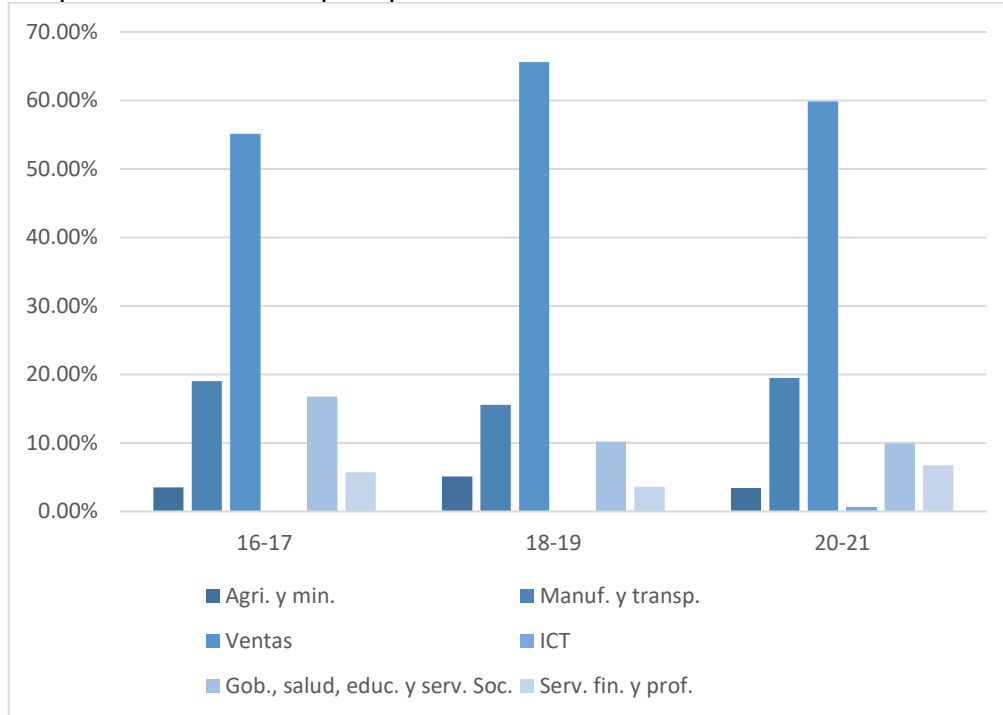
**Tabla 20**

*Tipo de Industria por región y periodo*

| <b>Región</b> | <b>Periodo</b> | <b>Agri. y min.</b> | <b>Manuf. y transp.</b> | <b>Ventas</b> | <b>ICT</b> | <b>Gob., salud, educ. y serv. Soc.</b> | <b>Serv. fin. y prof.</b> |
|---------------|----------------|---------------------|-------------------------|---------------|------------|----------------------------------------|---------------------------|
| África        | 16-17          | 3.50%               | 19.00%                  | 55.15%        | 0.00%      | 16.80%                                 | 5.70%                     |
|               | 18-19          | 5.10%               | 15.55%                  | 65.60%        | 0.00%      | 10.20%                                 | 3.60%                     |
|               | 20-21          | 3.40%               | 19.50%                  | 59.85%        | 0.70%      | 9.90%                                  | 6.75%                     |
| América       | 16-17          | 4.50%               | 10.48%                  | 51.78%        | 2.55%      | 16.20%                                 | 14.49%                    |
|               | 18-19          | 4.65%               | 13.73%                  | 50.00%        | 1.94%      | 27.14%                                 | 14.24%                    |
|               | 20-21          | 2.34%               | 15.20%                  | 52.18%        | 1.61%      | 13.68%                                 | 14.59%                    |
| Asia          | 16-17          | 2.70%               | 7.77%                   | 56.43%        | 1.24%      | 17.95%                                 | 13.88%                    |
|               | 18-19          | 4.29%               | 10.10%                  | 48.54%        | 10.43%     | 24.09%                                 | 11.42%                    |
|               | 20-21          | 2.78%               | 12.89%                  | 54.52%        | 2.16%      | 15.52%                                 | 12.13%                    |
| Europa        | 16-17          | 9.29%               | 8.45%                   | 25.59%        | 2.04%      | 29.67%                                 | 25.10%                    |
|               | 18-19          | 7.12%               | 8.16%                   | 31.12%        | 3.46%      | 27.44%                                 | 22.69%                    |
|               | 20-21          | 5.76%               | 8.56%                   | 27.13%        | 4.29%      | 27.45%                                 | 27.11%                    |

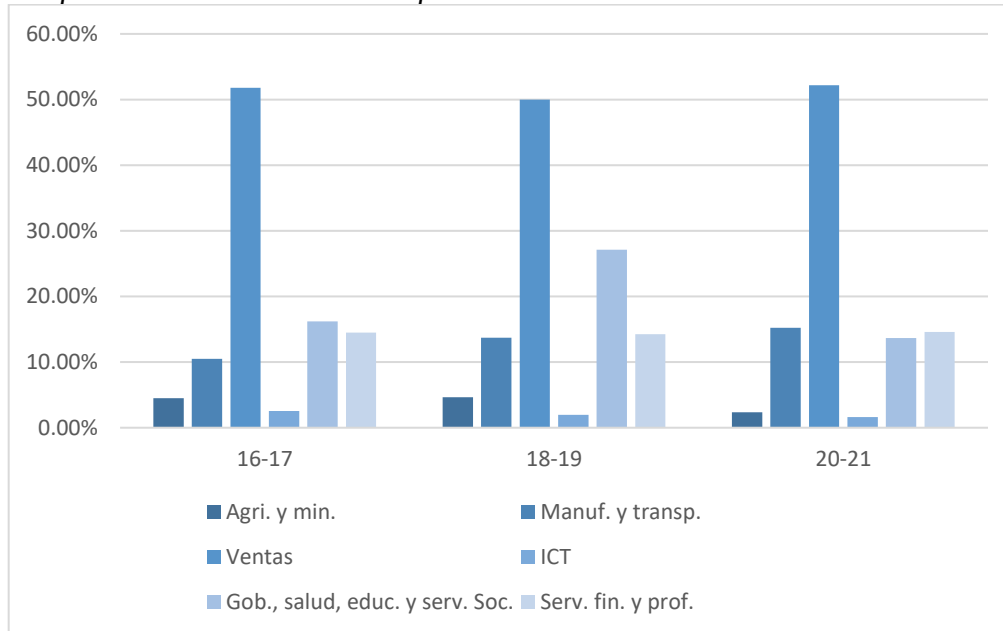
Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

**Figura 15**  
*Tipo de Industria en África por Periodo*



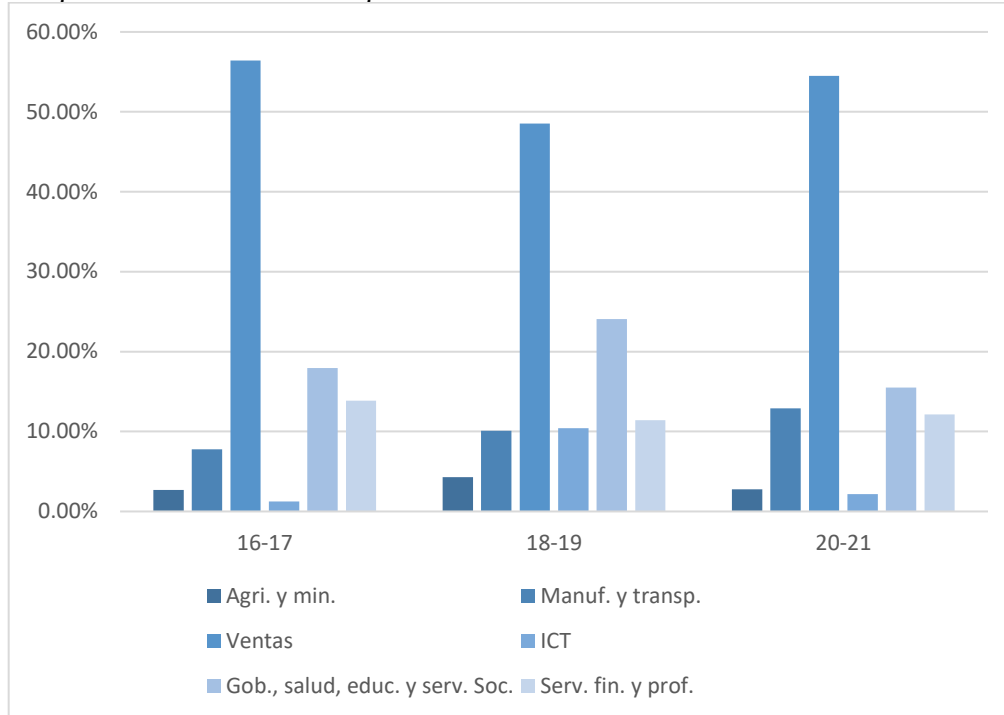
Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

**Figura 16**  
*Tipo de Industria en América por Periodo*



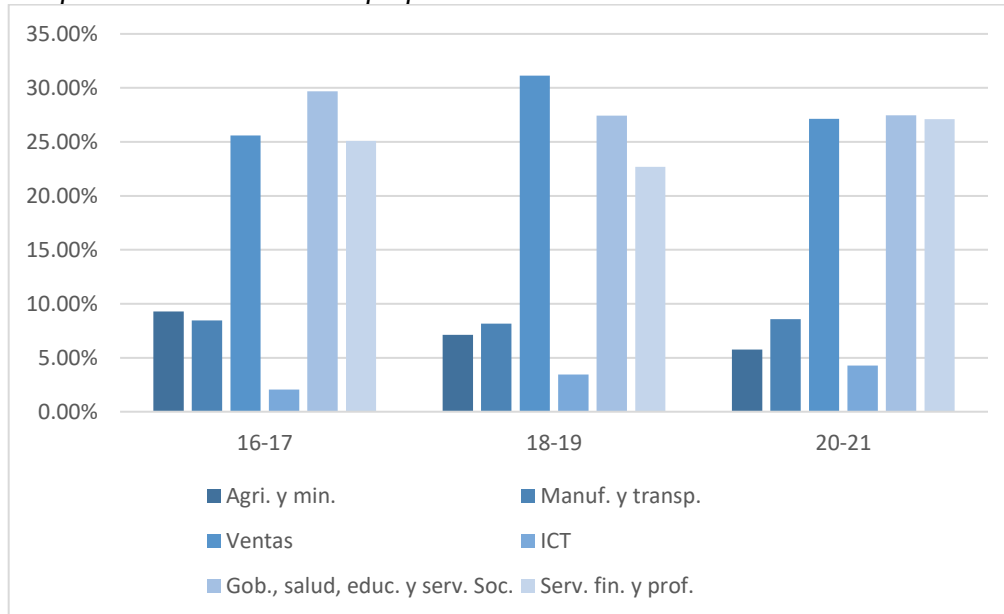
Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

**Figura 17**  
*Tipo de Industria en Asia por Periodo*



Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

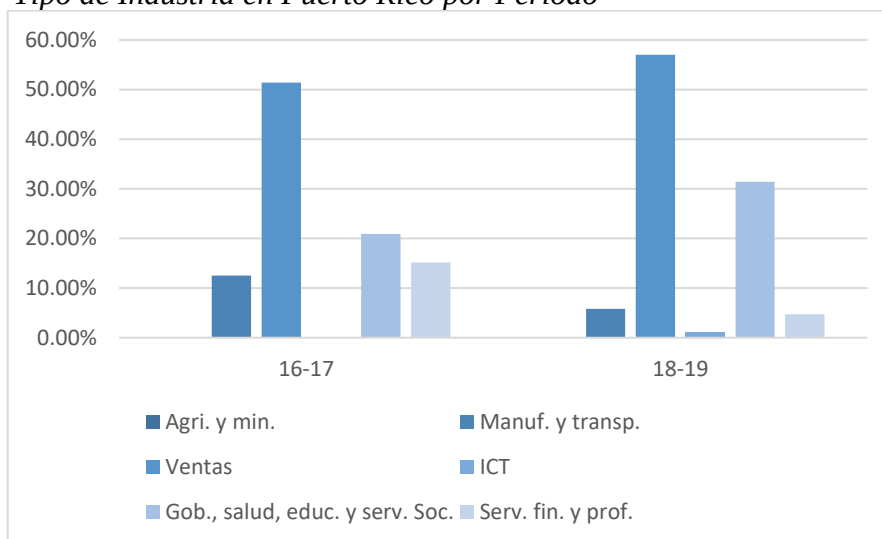
**Figura 18**  
*Tipo de Industria en Europa por Periodo*



Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

**Figura 19**

*Tipo de Industria en Puerto Rico por Periodo*



Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017 y 2019.

Los reportes del GEM muestran datos sobre Puerto Rico para los periodos de 2016 al 2017 y 2018 al 2019. Se puede notar similitud en los datos de estos cuatro años que componen estos periodos, donde la mayor participación se encuentra en el tipo de industria de ventas, seguido por los servicios públicos, de salud, educación y servicios sociales. Los datos muestran una disminución en la industria de servicios financieros y profesionales y en la industria de la agricultura.

La tercera característica que presentan los reportes del GEM con relación a las empresas de mujeres es la inversión inicial. Según el reporte State of Female Entrepreneurship (2019) el 61 % de las emprendedoras autofinancian sus empresas. El 10 % solicita prestamos de negocio, 10 % recibe fondos de un inversionista, 8 % recibe fondo parcial de varios inversionistas, 7 % recibe el total de fondos de múltiples inversionistas y el 4% no recibe fondos de inversionistas (State of Female Entrepreneurship, 2019).

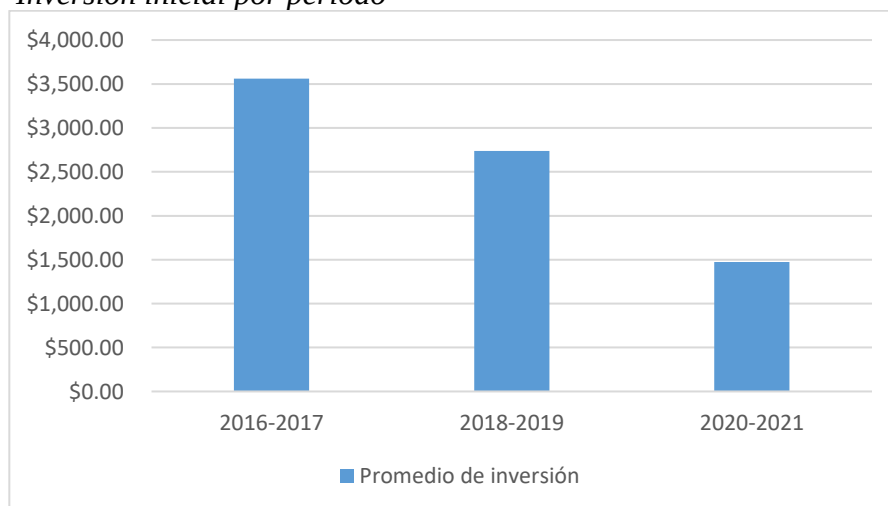
La tabla veintiuno muestra el promedio de inversión de forma global, en los periodos 2016 al 2017, 2018 al 2019 y 2020 al 2021 según el reporte GEM. Se observa una disminución gradual durante los seis años que comprenden los tres reportes del GEM analizados. Durante el periodo de 2016 al 2017 la inversión inicial rondaba los \$3,559, mientras que para el periodo de 2018 al 2019 disminuyó a \$2,737. Para el último periodo que existen datos publicados por el GEM, 2020 al 2021, la inversión inicial en empresas de mujeres fue de aproximadamente \$1,474 a nivel global. La Figura 20 muestra estos datos de forma gráfica.

**Tabla 21**  
*Inversión Inicial*

| Periodo   | Promedio de inversión |
|-----------|-----------------------|
| 2016-2017 | \$3,559.83            |
| 2018-2019 | \$2,737.03            |
| 2020-2021 | \$1,474.00            |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

**Figura 20**  
*Inversión inicial por periodo*



Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

La Tabla 22 muestra la inversión inicial de mujeres en sus empresas, por región. En las regiones de Europa y África, se puede observar una disminución en la inversión inicial en los últimos seis años. Sin embargo, en Asia se presenta un leve aumento en los periodos analizados. En América, la inversión inicial presentó un aumento durante el periodo de 2018 al 2019, pero a disminuyó nuevamente durante el periodo 2020 al 2021. Al comparar las cuatro regiones, se observa que las que cuentan con una inversión inicial más alta son Asia y Europa.

**Tabla 22**

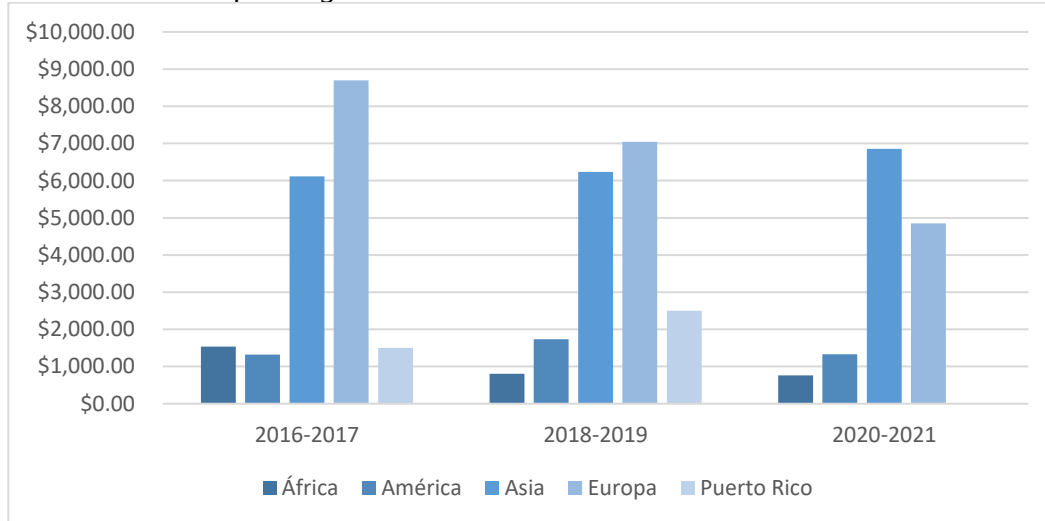
*Inversión Inicial por Región*

| <b>Región</b> | <b>Periodo</b> | <b>Promedio de inversión</b> |
|---------------|----------------|------------------------------|
| África        | 2016-2017      | \$1,534.50                   |
|               | 2018-2019      | \$806.69                     |
|               | 2020-2021      | \$762.00                     |
| América       | 2016-2017      | \$1,320.50                   |
|               | 2018-2019      | \$1,731.20                   |
|               | 2020-2021      | \$1,331.13                   |
| Asia          | 2016-2017      | \$6,118.30                   |
|               | 2018-2019      | \$6,232.97                   |
|               | 2020-2021      | \$6,851.70                   |
| Europa        | 2016-2017      | \$8,693.76                   |
|               | 2018-2019      | \$7,044.81                   |
|               | 2020-2021      | \$4,848.71                   |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

La Figura 21 presenta estos datos de forma gráfica e incluye a Puerto Rico en los periodos 2016 al 2017 y 2018 al 2019. La inversión inicial de las mujeres empresarias de Puerto Rico durante el periodo 2016 al 2017 fue de \$1,500.00, mientras que para el periodo de 2018 al 2019 la inversión inicial aumentó a \$2,500.00. Por tanto, muestra diferencia con relación al comportamiento global y por región, y una inversión inicial mayor en ambos periodos en comparación con la región de América.

**Figura 21**  
*Inversión Inicial por Región*



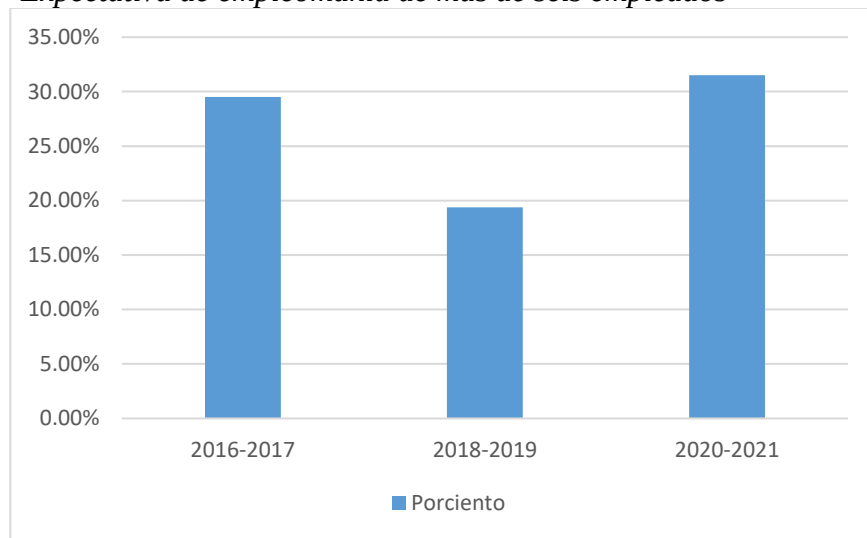
Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

La cuarta característica que presentan los reportes del GEM con relación a las empresas de mujeres es la expectativa que tienen sobre la cantidad de empleados. El dato que presentan los reportes es el porcentaje de empresas de mujeres que esperan emplear más de seis personas en los primeros cinco años de operación. La tabla veintitrés muestra este porcentaje de forma global, en los periodos 2016 al 2017, 2018 al 2019 y 2020 al 2021. Se observa una disminución considerable durante los seis años que comprenden los tres reportes del GEM analizados. Durante el periodo de 2016 al 2017 el 26% de estas empresas esperaba contratar más de seis empleados en los primeros cinco años de operación. Durante el periodo del 2018 al 2019, este porcentaje bajó a 20%, mientras que para el periodo de 2020 al 2021 hubo una gran disminución, llevando esta métrica a 8%. La Figura 22 muestra estos datos en forma gráfica.

**Tabla 23***Expectativa de empleomanía de más de seis empleados*

| Periodo   | Por ciento |
|-----------|------------|
| 2016-2017 | 29.51%     |
| 2018-2019 | 19.39%     |
| 2020-2021 | 31.50%     |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

**Figura 22***Expectativa de empleomanía de más de seis empleados*

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

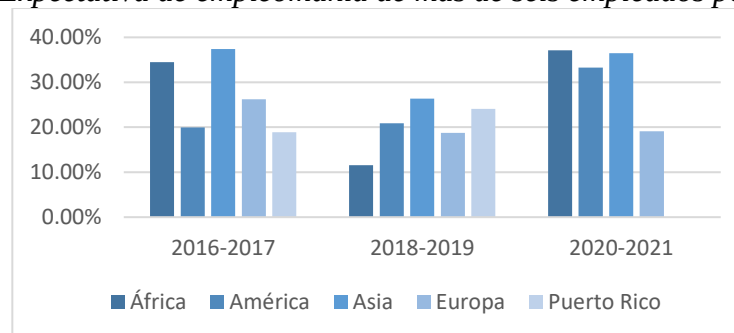
La Tabla 24 muestra una disminución en la expectativa de emplear a más de seis personas durante el periodo de 2018 al 2019, con excepción de la región de América. Sin embargo, para el periodo de 2020 al 2021 este porcentaje aumentó en todas las regiones, aunque estas cifras siguen siendo menos del 40%. Esto significa que la mayoría son pequeñas empresas y su expectativa a cinco años es continuar siendo así, en todas las regiones. La Figura 23 muestra estos datos en forma gráfica e incluye una comparación con los datos correspondientes a Puerto Rico para los periodos de 2016 al 2017 y 2018 al 2019.

**Tabla 24***Expectativa de empleomanía de más de seis empleados por región*

| <b>Región</b> | <b>Periodo</b> | <b>Porcentaje</b> |
|---------------|----------------|-------------------|
| África        | 2016-2017      | 34.45%            |
|               | 2018-2019      | 11.55%            |
|               | 2020-2021      | 37.10%            |
| América       | 2016-2017      | 19.95%            |
|               | 2018-2019      | 20.91%            |
|               | 2020-2021      | 33.28%            |
| Asia          | 2016-2017      | 37.40%            |
|               | 2018-2019      | 26.39%            |
|               | 2020-2021      | 36.48%            |
| Europa        | 2016-2017      | 26.22%            |
|               | 2018-2019      | 18.72%            |
|               | 2020-2021      | 19.13%            |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

Durante el periodo 2016 al 2017, en Puerto Rico el 18.90 % de las empresas de mujeres presentaba una expectativa de emplear más de seis personas durante los primeros cinco años de operación. Esto es similar a la región de América, donde el porcentaje era de 19.95 %. La cifra era más baja que en todas las demás regiones durante este periodo. Sin embargo, durante el periodo 2018 al 2019 esta expectativa aumentó a 24.10 %, sobrepasando el porcentaje de América, África y Europa.

**Figura 23***Expectativa de empleomanía de más de seis empleados por región*

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

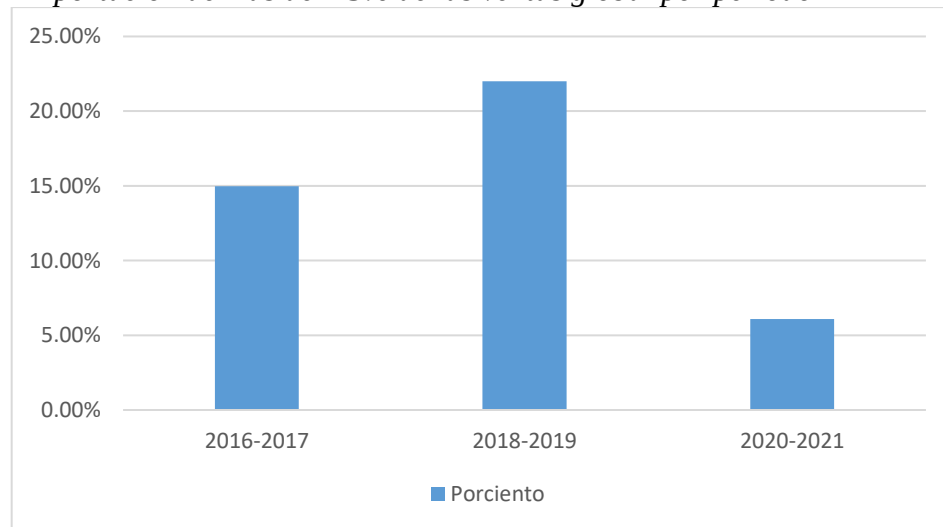
La última característica sobre empresas de mujeres que presentan los reportes del GEM es la exportación. La tabla veinticinco muestra el porcentaje de empresas de mujeres con exportación de más del 25% de sus ventas de forma global en diferentes periodos de tiempo. Durante el periodo 2016 al 2017, aproximadamente el 14.98% de estas empresas exportaban más del 25%. Durante el 2018 al 2019 este porcentaje aumentó alcanzando un 22.01% de estas empresas. Durante el 2020 al 2021, hubo una dramática disminución de exportaciones reflejando un 6.08%. La Figura 24 muestra estos datos de forma gráfica.

**Tabla 25**  
*Exportación de más del 25% de las ventas*

| Periodo   | Por ciento |
|-----------|------------|
| 2016-2017 | 14.98%     |
| 2018-2019 | 22.01%     |
| 2020-2021 | 6.08%      |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

**Figura 24**  
*Exportación de más del 25% de las ventas global por periodo*



Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

**Tabla 26***Exportación de más del 25% de las ventas por región*

| <b>Región</b> | <b>Periodo</b> | <b>Porcentaje</b> |
|---------------|----------------|-------------------|
| África        | 2016-2017      | 5.30%             |
|               | 2018-2019      | 37.50%            |
|               | 2020-2021      | 3.30%             |
| América       | 2016-2017      | 12.11%            |
|               | 2018-2019      | 10.51%            |
|               | 2020-2021      | 5.14%             |
| Asia          | 2016-2017      | 22.66%            |
|               | 2018-2019      | 20.67%            |
|               | 2020-2021      | 4.31%             |
| Europa        | 2016-2017      | 19.86%            |
|               | 2018-2019      | 19.36%            |
|               | 2020-2021      | 11.58%            |

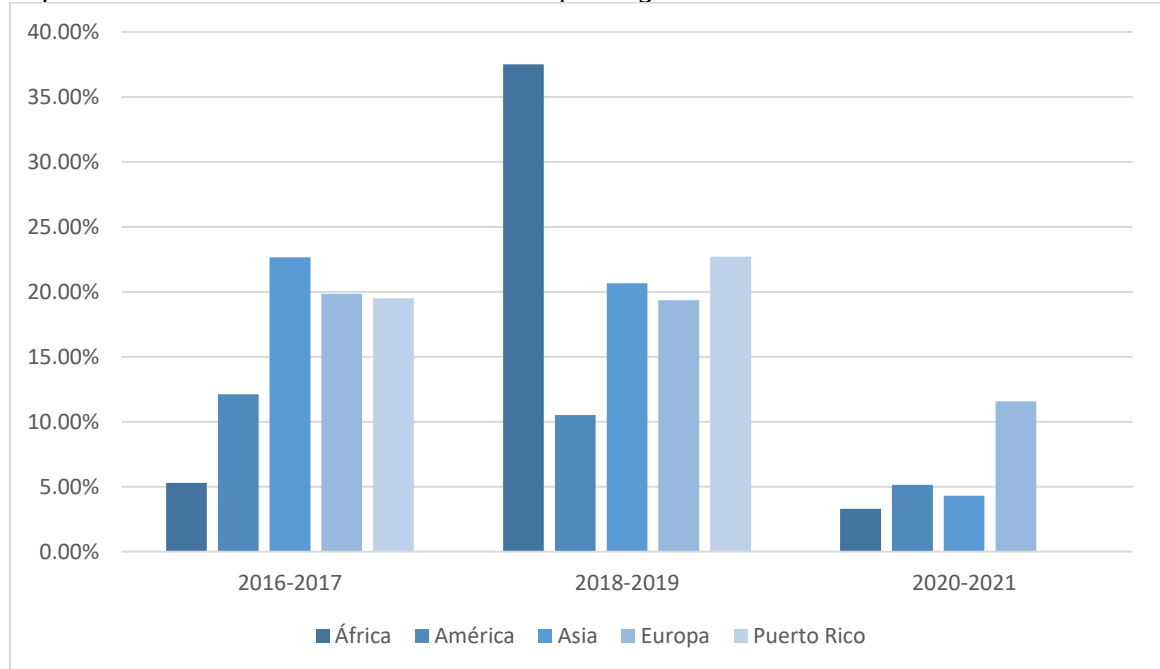
Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

En la Tabla 26 se observa el porcentaje de empresas de mujeres que exportan más del 25% de sus bienes o servicios, por región y periodo. Se muestra una disminución notable en todas las regiones, especialmente en Asia. Esta región presentó un 4.31% de empresas de mujeres con exportación de más del 25 % de sus ventas en el último periodo analizado, 2020 al 2021. Para el periodo 2016 al 2017, el 22.66% de las mujeres empresarias de la región exportaban más del 25% de sus ventas.

La Figura 25 presenta los datos correspondientes a la exportación e incluye una comparación con Puerto Rico para los periodos de 2016 al 2017 y 2018 al 2019. Durante el 2016 al 2017 el 19.50 % de las empresarias en Puerto Rico reportaron exportar más del 25 % de sus ventas. Esto aumentó en el periodo 2018 al 2019 con un porcentaje de 22.70 %. Estos valores fueron similares a las tendencias presentadas por la región de América durante los mismos periodos.

**Figura 25**

*Exportación de más del 25% de las ventas por región*



Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017, 2019 y 2021.

### **Gobierno y el Emprendimiento Femenino**

Los datos relacionados a los gobiernos son presentados en los reportes de los tres periodos de forma general. Los reportes no presentan datos específicos de cada país. A continuación, se presenta un resumen de los datos incluidos sobre los gobiernos.

#### **Periodo del 2016 al 2017**

Para el periodo de 2016 al 2017, el reporte del GEM enfatizó que, en países con un gobierno de gran tamaño, es menos probable que las mujeres inicien negocios con grandes aspiraciones (GEM, 2017). Se determina el tamaño del gobierno según la relación entre los gastos y el producto interno bruto del mismo, y por grandes aspiraciones entiéndase contratar diez o más empleados en cinco años (GEM, 2017).

Según el GEM (2017), donde hay menos servicios proporcionados por el gobierno, como los relacionados con la educación y la salud, las mujeres se verán más obligadas a

buscar fuentes de ingresos, mientras que, donde hay altos niveles de servicios gubernamentales y altos impuestos, las mujeres pueden asumir más a menudo las responsabilidades domésticas. Para este periodo de 2016 al 2017, las mujeres fueron menos propensas que los hombres a iniciar negocios de altas aspiraciones, pocas mujeres iniciaron negocios en estos contextos y tenían un bajo potencial de crecimiento, lo que deprime aún más el impacto del espíritu empresarial en estas sociedades (GEM, 2017).

### **Periodo del 2018 al 2019**

Para el periodo del 2018 al 2019, haciendo referencia a datos sobre setenta y cinco (75) países, el reporte del GEM (2019), destacó que varios factores del ecosistema no tenían influencia en las tasas de emprendimiento femenino. Sin embargo, también se recalcó que la prevalencia en el espíritu empresarial es más alta para las mujeres cuando el ecosistema empresarial presenta pocas barreras de entrada, una política gubernamental de apoyo al espíritu empresarial, una infraestructura legal y comercial mínima y una cultura normativa que apoya el espíritu empresarial (GEM, 2019). Por tanto, el gobierno y las normas sociales juegan un papel complejo que influye en las empresas según el nivel de desarrollo de la economía (GEM, 2019).

### **Periodo del 2020-2021**

Para el periodo de 2020 al 2021, el reporte GEM enfocó el tema del gobierno en cuán facilitador ha sido este ante los pormenores de la pandemia del COVID-19 en los diferentes países. A nivel mundial, las respuestas fueron equitativas para mujeres y hombres empresarios (43.2 % frente a 44.4 %), quienes coincidieron en que las respuestas gubernamentales iniciales a la pandemia fueron efectivas.

En particular, se observó paridad de género a nivel mundial para los propietarios de negocios establecidos, pero estaba ligeramente sesgada hacia las mujeres para aquellos que iniciaban nuevos negocios (40.3% frente a 39.0%) (GEM, 2021).

Según el reporte GEM (2021) las tasas de satisfacción variaron ampliamente entre países, por lo que deben considerarse cuidadosamente en el contexto de las intervenciones de políticas gubernamentales específicas, siendo necesaria la investigación futura para desglosar estos hallazgos dispares, especialmente con respecto a los programas de ayuda del gobierno. Las políticas públicas en muchos países se han quedado cortas, con apoyo insuficiente para el cuidado familiar, la educación y los impactos de las pequeñas empresas, lo que afecta mayormente a las mujeres dada la alta dependencia de estas sobre sistemas institucionalizados de escolarización, guarderías y cuidado de ancianos (GEM, 2021).

### **Organizaciones Dirigidas al Emprendimiento Femenino**

En las diferentes regiones que comprenden los reportes del GEM, existen organizaciones dirigidas a fomentar el emprendimiento femenino. Cada reporte hace referencia a algunas de estas organizaciones que durante ese periodo apoyaron de alguna forma a empresarias en sus negocios. A continuación, se presentan las ayudas ofrecidas o su influencia en el emprendimiento femenino en las diferentes regiones y periodos de tiempo, así como un listado de las organizaciones que existen en Puerto Rico.

#### **Periodo 2016 al 2017**

Durante el periodo del 2016 al 2017, el reporte menciona varias organizaciones que apoyaron a empresarias en el desarrollo de sus empresas. La Tabla 27 presenta un listado

de estas organizaciones, el país y región donde se desenvuelven y el tipo de apoyo que ofrecen.

**Tabla 27**

*Organizaciones Dirigidas a Emprendimiento Femenino 2016 al 2017*

| <b>Nombre</b>                         | <b>País</b>     | <b>Región</b> | <b>Tipo de Apoyo</b>                                                                          |
|---------------------------------------|-----------------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cherie Blair Foundation for Women     | Líbano          | Asia          | Adiestramiento, servicio de incubadora, préstamos                                             |
| Start Up chile                        | Chile           | América       | Adiestramiento, aceleradora, becas                                                            |
| STAR by Coca Cola                     | Filipinas       | Asia          | Capacitación, empoderamiento económico                                                        |
| Womens X                              | Paquistán       | Asia          | Tutorías, consultas, creación de empleos                                                      |
| ACORNS                                | Irlanda         | Europa        | Estrategias, mercadeo, ventas, financiamiento                                                 |
| Goldman Sachs 10,000 Women            | Kenia y Nigeria | África        | Educación, tutorías, acceso a capital, relaciones                                             |
| Lebanese League for Women in Business | Líbano          | Asia          | Asistencia en la creación de negocios, oportunidad de crecimiento, financiamiento, relaciones |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2017.

Durante este periodo de 2016 al 2017 el reporte menciona siete organizaciones, cuatro de estas en la región de Asia. En su mayoría, estas organizaciones ofrecieron capacitación y acceso a recursos económicos.

### **Periodo 2018 al 2019**

Durante el periodo del 2018 al 2019, se presentó un mayor número de organizaciones en el reporte del GEM. La Tabla 28 presenta un listado de estas organizaciones, el país y región donde tuvieron lugar y el tipo de apoyo que ofrecieron.

**Tabla 28***Organizaciones Dirigidas a Emprendimiento Femenino 2018 al 2019*

| <b>Nombre</b>                                  | <b>País</b>    | <b>Región</b>   | <b>Tipo de Apoyo</b>                                    |
|------------------------------------------------|----------------|-----------------|---------------------------------------------------------|
| The National Innovation Agency                 | Tailandia      | Asia            | Becas, consejería, talleres                             |
| SheEO                                          | Canadá         | América         | Capacitación                                            |
| Pipeline Angels                                | Estados Unidos | América         | Inversiones en empresas de minorías                     |
| Women Entrepreneurs Award                      | Irán           | Asia            | Financiamiento                                          |
| CrAdLe                                         | India          | Asia            | Adiestramiento                                          |
| Hera Hub                                       | Estados Unidos | América         | Capacitación                                            |
| Bass Investment                                | Corea          | Asia            | Inversiones en empresas de minorías                     |
| Manizales Mas y Babson College                 | Colombia       | América         | Adiestramiento                                          |
| Accel Foods                                    | Estados Unidos | América         | Inversiones en empresas de mujeres                      |
| ACORNS                                         | Irlanda        | Europa          | Aceleradora, estrategias de mercadeo y finanzas         |
| Entrepreneurship Development Institute         | India          | Asia            | Capacitación                                            |
| Orange Corners                                 | Angola         | África          | Incubadora                                              |
| The Netherlands Management Cooperation Program | Croacia        | Europa          | Capacitación y apoyo económico                          |
| Socialab                                       | Uruguay        | América         | Aceleradora para emprendedores sociales, financiamiento |
| Entrepreneurial Winning Women Program          | Turquía        | Asia/<br>Europa | Adiestramiento, apoyo financiero                        |
| iNNpuls Colombia                               | Colombia       | América         | Financiamiento                                          |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2019.

Durante este periodo de 2018 al 2019 el reporte menciona dieciséis organizaciones, seis de estas en la región de Asia, siete en América, tres en Europa y una en África. La mayoría de estas organizaciones ofrecieron adiestramiento y capacitación, y proveyeron acceso a recursos económicos de diferentes maneras.

### **Periodo 2020 al 2021**

La Tabla 29 presenta un listado de las organizaciones destacadas durante el periodo del 2020 al 2021. Este reporte menciona siete organizaciones de las cuales tres

ofrecieron servicios en América, dos en África y dos en Asia. Se observa que el reporte del GEM para este periodo no menciona alguna organización en la región de Europa. El tipo de servicios ofrecidos por estas organizaciones fue más diversificado, promoviendo no solo la capacitación y el acceso a recursos financieros, sino también ofreciendo servicios legales, promoviendo la innovación e investigación, y educando sobre la flexibilidad laboral para mujeres en tiempos de pandemia.

**Tabla 29**

*Organizaciones Dirigidas a Emprendimiento Femenino 2020 al 2021*

| <b>Nombre</b>              | <b>País</b>                     | <b>Región</b>    | <b>Tipo de Apoyo</b>                             |
|----------------------------|---------------------------------|------------------|--------------------------------------------------|
| FAPESP                     | Brasil                          | América          | Investigación, innovación y recursos financieros |
| Cartier Women's Initiative | Brasil, Estados Unidos, Nigeria | América y África | Apoyo financiero                                 |
| DIYLaw                     | Nigeria                         | África           | Servicios legales y de apoyo empresarial         |
| Nigerian Startup Bill      | Nigeria                         | África           | Consejería                                       |
| Yuhan-Kimberly             | Corea                           | Asia             | Becas                                            |
| Invested                   | Filipinas                       | Asia             | Préstamos                                        |
| Bolsa Rosa                 | México                          | América          | Flexibilidad laboral para mujeres                |

Nota. Información adaptada de GEM – Female Entrepreneurship Report, 2021.

### **Puerto Rico**

La Tabla 30 presenta un listado de las organizaciones destacadas en Puerto Rico durante los últimos años, según el Fideicomiso para Ciencia, Tecnología e Investigación de Puerto Rico (2018) ya que, los reportes del GEM no presentan ningún ejemplo de este tipo de entidades en Puerto Rico. Estas organizaciones apoyan a las empresarias puertorriqueñas en la capacitación sobre la administración de empresas, empoderamiento, obtención de recursos económicos y servicios de incubación.

**Tabla 30*****Organizaciones Dirigidas a Emprendimiento Femenino en Puerto Rico***

| <b>Nombre</b>                                      | <b>Tipo de Apoyo</b>                              |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Animus Women's Innovation Journey                  | Capacitación                                      |
| Centro Empresarial para la Mujer                   | Capacitación y consejería sobre ventas y mercadeo |
| Centro Empresarial para la Mujer en la Agricultura | Capacitación y talleres sobre el sector agrícola  |
| Ellevate Puerto Rico                               | Inversiones en empresas de mujeres                |
| Grameen Puerto Rico                                | Préstamos, adiestramiento y apoyo                 |
| Instituto Empresarial para la Mujer                | Capacitación y desarrollo de negocios             |
| Mujer Emprende Latina                              | Educación empresarial y recursos para emprender   |
| My Barely Famous Life                              | Capacitación sobre tecnología e innovación        |
| Proyecto Matria                                    | Incubación, recursos económicos                   |
| Reinventadas PR                                    | Red de contactos                                  |
| Agroempresarias de Puerto Rico                     | Educación y empoderamiento en agro empresas       |

Nota. Información adaptada de Fideicomiso para Ciencia, Tecnología e Investigación de Puerto Rico, 2018.

**Resumen del Capítulo**

A través de este capítulo se presentaron los resultados obtenidos luego de una minuciosa revisión y colección de datos secundarios. Se presentó a detalle datos e información que respondieron a las preguntas de investigación establecidas. Los datos presentados corresponden a características de mujeres emprendedoras y sus empresas en las regiones de América, Asia, Europa y Áfricas, en diferentes periodos de tiempo. Además, se ofrecieron datos recopilados sobre los motivadores para el emprendimiento femenino en los treinta y cuatro países que forman parte de las cuatro regiones estudiadas. Se presentó de forma limitada y global información sobre el gobierno relacionada al emprendimiento femenino y las organizaciones privadas que han ofrecido su apoyo y servicios a mujeres de todo el mundo. Sobre cada factor estudiado y

analizado, también se ofrecieron datos sobre Puerto Rico, con la intención de comparar y analizar en qué posición se encuentra el país ante otras economías.

## **Capítulo V**

### **Conclusión**

Mediante un minucioso análisis de los reportes Global Entrepreneurship Monitor – Women’s Entrepreneurship, correspondientes a los periodos 2016 al 2017, 2018 al 2019 y 2020 al 2021, se logró llegar a conclusiones y ofrecer respuestas a las preguntas de investigación establecidas. El objetivo principal del estudio era determinar características del emprendimiento femenino en Puerto Rico y otras regiones internacionales, durante un periodo de seis años. Estos seis años, 2016 al 2021, fueron agrupados en tres periodos según estaba establecido en los reportes analizados.

Cada reporte incluía una cantidad diferente de países, por lo que se tomó la decisión de identificar aquellos que estaban presentes en los tres reportes. Se identificaron treinta y siete países, que fueron agrupados en cuatro regiones según su ubicación: América, Asia, Europa y África. Esto con el propósito de realizar una comparación entre las diferentes regiones y en diferentes periodos de tiempo. A su vez, se realizaron comparaciones con Puerto Rico, sobre aquellas características y factores de las que había datos disponibles. Cabe mencionar que Puerto Rico no fue incluido en el reporte 2020 al 2021, lo que imposibilitó la comparación de datos en ese periodo

Las características de las cuales se recopilaron datos fueron relacionados a características de mujeres empresarias en Puerto Rico y otros treinta y siete países, características de sus empresas y los motivadores que llevaron a estas mujeres a emprender. Además, se recopilaron datos sobre el gobierno con relación al

emprendimiento femenino y otras organizaciones dirigidas a apoyar y capacitar mujeres en el campo empresarial.

Para establecer las características del emprendimiento femenino en las diferentes regiones, primeramente, se calculó el promedio de la actividad de emprendimiento. Este fue en aumento en las regiones de Asia y América, mientras que África presentó una disminución y Europa mantuvo un promedio constante durante los seis años. Para el 2016 al 2017, Puerto Rico contaba con 7.7% de actividad de emprendimiento femenino y 8.3% en 2018 al 2019. Aunque hubo un aumento en cuatro años, el promedio de actividad emprendedora femenina es mucho más bajo que en la región de América a la cual pertenece, donde hubo promedios de 16 %, 17 % y 22 % en los tres periodos. Sin embargo, el promedio de Puerto Rico es comparable con las demás regiones, en especial con la región de Asia donde hubo promedios de 8 %, 10 % y 11 %.

Una vez realizado el estudio descriptivo se llegó a las siguientes conclusiones para cada pregunta de investigación.

**No. 1: ¿Cuáles han sido las características de las mujeres emprendedoras durante el periodo de 2016 al 2021, en Puerto Rico y otras regiones internacionales?**

Las características de mujeres emprendedoras que fueron analizadas según los datos del Global Entrepreneurship Monitor – Women’s Entrepreneurship son el margen de edad al momento de emprender y el nivel de educación. El margen de edad fue dividido en cuatro categorías: 18-24, 25-34, 35-44 y 45-54. Durante los periodos del 2016 al 2017 y 2018 al 2019, la mayoría de las mujeres empresarias alrededor del mundo tenían entre 25 y 34 años. Sin embargo, durante el periodo 2020 al 2021 las mujeres emprendieron a una edad más temprana, ya que, la mayoría de estas tenían entre 18 y 34 años. Las

mujeres más jóvenes han ido escalando hasta posicionarse en el primer lugar como mayoría en el mundo empresarial femenino.

Al observar los datos sobre el margen de edad por región, se concluye que la participación de la mujer en el mundo empresarial va mermando según aumenta la edad de éstas. Esto ocurre en todas las regiones durante los periodos 2018 al 2019 y 2020 al 2021. La excepción a esto ocurre en la región de Europa, periodo 2020 al 2021, donde el margen de edad entre 35-54 años es el predominante. Al observar los datos relacionados a Puerto Rico, se concluye que el patrón es similar a otras regiones internacionales incluyendo a América, por lo que se considera que esta característica de mujeres en el país sigue la norma internacional.

En cuanto al nivel de educación durante el 2016 al 2017, era variado. La mayoría de las mujeres empresarias en Europa y América, poseían un grado post secundario o más. Durante el 2018 al 2019, en todas las regiones predominaban mujeres con un grado post secundario o más, incluyendo a Puerto Rico donde el promedio era de 68 %. Por tanto, se puede concluir que la gran mayoría de las mujeres empresarias de Puerto Rico poseen educación post secundaria o más, lo que es comparable con las demás regiones internacionales en este periodo. Durante el periodo de 2020 al 2021, continuó predominando los grados post secundarios o una educación mayor, por lo que se puede concluir que, alrededor del mundo, las mujeres emprendedoras poseen un alto nivel de educación.

**No. 2: ¿Cuáles han sido los motivadores para el emprendimiento femenino durante el periodo de 2016 al 2021, en Puerto Rico y otras regiones internacionales?**

En su mayoría, el principal motivador para el emprendimiento femenino es perseguir o explorar una oportunidad. En promedio, aproximadamente el 72% de las mujeres que emprendieron durante el 2016 al 2017 fue por consecuencia de identificar una oportunidad. Este motivador para el emprendimiento predomina en todas las regiones incluyendo Puerto Rico. Durante el periodo 2018 al 2019, los porcentajes también favorecen esta categoría de motivación en todas las regiones. Las oportunidades que buscan explorar las emprendedoras son principalmente perseguir una pasión (48 %), independencia financiera (43 %), flexibilidad (41 %), generar mayores ingresos (36 %), balance entre el trabajo y la familia (32 %) y crear su propio entorno (27 %).

Sin embargo, durante el periodo de 2020 al 2021, los motivadores variaron, presentando la escasez de empleo como el mayor motivador del emprendimiento femenino del periodo. Asia fue la única región donde el mayor motivador de este periodo fue generar riquezas. Por tanto, se concluye que, durante este periodo en el cual estuvo presente la pandemia por el COVID-19, aumentaron los motivadores por necesidad. El motivador con menor promedio en todas las regiones durante este periodo fue continuar la tradición familiar, lo que podríamos vincular con el aumento de emprendedoras cada vez más jóvenes con altos niveles de educación y persiguiendo motivadores de oportunidad.

**No. 3: ¿Qué características poseen las empresas que han desarrollado las mujeres durante el periodo de 2016 al 2021, en Puerto Rico y otras regiones internacionales?**

Se identificaron cinco características que poseen las empresas de mujeres en Puerto Rico y en las regiones de Asia, América, Europa y África. Las características que se analizaron a través de esta investigación fueron el ambiente económico del país en el cual operan las empresas, el tipo de industria, la inversión inicial realizada por sus dueñas, el porcentaje de empresas que se dedican a la exportación y la cantidad de personas que esperan emplear durante los primeros cinco años de operación.

Con relación al ambiente económico en el cual se desarrollan, cabe mencionar que la gran mayoría de los países incluidos en los reportes se catalogaron con un desarrollo económico innovador o como países con altos niveles de ingresos. Puerto Rico está incluido en esta categoría en los reportes correspondientes a los periodos 2016 al 2017 y 2018 al 2019. Esto significa que las empresas que desarrollan las mujeres en Puerto Rico deberían contar un poder adquisitivo similar a aquellas en Estados Unidos, Canadá, Chile, Panamá, Uruguay y otros países de otras regiones bajo la misma categoría. Sin embargo, la actividad de emprendimiento femenino en los periodos 2016 al 2017 y 2018 al 2019 fueron 7.7 % y 8.3 % respectivamente, porcentaje muy inferior en comparación con países en un ambiente económico favorecedor.

Con relación al tipo de industria que predomina entre las empresas de mujeres, se encuentra en primer lugar las ventas al por mayor y al detal, en todos los periodos y en todas las zonas geográficas, incluyendo a Puerto Rico. Todas las regiones analizadas presentaron porcentajes similares con relación a los tipos de industria en el cual prefieren desarrollarse las mujeres, con excepción de Europa, donde además de las ventas al por

mayor y al detal, también favorecen las carreras gubernamentales, de salud, educación, servicios sociales, financieros y profesionales. En Puerto Rico, durante el periodo de 2018 al 2019 se reportó un aumento significativo en la inclusión de mujeres en el campo político, de salud, educación y servicios sociales, en comparación con el periodo 2016 al 2017. Este aumento en este tipo de industria podría deberse al elevado porcentaje reportado en el nivel de educación de las mujeres en Puerto Rico durante el periodo 2018 al 2019.

En cuanto a la inversión inicial que realizan las mujeres en sus empresas, se identifica que en Puerto Rico las mujeres sobrepasaron la cifra reportada por la región de América en los periodos 2016 al 2017 y 2018 al 2019. Y, contrario al patrón de disminución en las diferentes regiones, en Puerto Rico se presenta un aumento entre estos dos periodos. Lo mismo ocurre con la característica de exportación, en la cual Puerto Rico presenta un aumento en el porcentaje de empresas de mujeres que exportan más del 25 % porcentaje de sus ventas, cuando la tendencia fue una disminución en la región de América. Esto denota el aprovechamiento de esa oportunidad de exportación que está presente en esta región o las limitaciones que enfrentan las mujeres para realizar ventas dentro de su país.

Por otra parte, se analizó la expectativa de empleomanía de estas empresas durante sus primeros cinco años de operación. Se observó una disminución considerable al comparar los datos correspondientes a los tres periodos. Durante el periodo de 2016 al 2017 el 26% de estas empresas esperaba contratar más de seis empleados en los primeros cinco años de operación. Durante el periodo del 2018 al 2019, este porcentaje bajó a 20%, mientras que para el periodo de 2020 al 2021 hubo una gran disminución, llevando esta métrica a 8%. Esto representa que las empresas de mujeres alrededor del mundo son en

su mayoría pequeñas empresas y con el pasar de los años la expectativa de crear una empresa grande con muchos empleados disminuye. Sin embargo, en Puerto Rico esta expectativa aumentó entre los periodos 2016 al 2017 y 2020 al 2021, al igual que en la región de América.

**No. 4: ¿Cuál ha sido el rol de los gobiernos en el emprendimiento femenino durante el periodo de 2016 al 2021, en Puerto Rico y otras regiones internacionales?**

La información sobre el rol de los gobiernos durante el 2016 al 2021, relacionada al emprendimiento femenino en los reportes del Global Entrepreneurship Monitor – Women’s Entrepreneurship es escasa y generalizada. Sin embargo, se puede concluir que el gobierno juega un papel importante en el emprendimiento femenino, dependiendo de su tamaño, los servicios que ofrece para este sector empresarial y la política pública que desarrolla. En términos generales se concluye que, en países con un gobierno de gran tamaño, es menos probable que las mujeres inicien negocios con grandes aspiraciones, entiéndase empresas con diez o más empleados.

Por otra parte, donde hay menos servicios proporcionados por el gobierno, como los relacionados con la educación y la salud, las mujeres se ven más obligadas a buscar fuentes de ingresos a través del emprendimiento. Donde hay altos niveles de servicios gubernamentales gratuitos, las mujeres suelen asumir más a menudo las responsabilidades domésticas. El gobierno y las normas sociales juegan un papel complejo que influye en el emprendimiento femenino según el nivel de desarrollo de la economía. El espíritu empresarial es más alto para las mujeres cuando el ecosistema presenta pocas barreras de entrada, una política gubernamental de apoyo, infraestructura legal y comercial, y una cultura normativa que las apoya.

Con relación al periodo de 2020 al 2021, el rol del gobierno fue clave en el desarrollo del emprendimiento femenino durante la pandemia del COVID-19. A nivel mundial, se determinó que las respuestas gubernamentales iniciales ante la pandemia fueron efectivas. Sin embargo, las tasas de satisfacción variaron ampliamente entre países, por lo que debe considerarse la investigación futura para desglosar estos hallazgos, especialmente con respecto a los programas de ayuda del gobierno para el cuidado familiar, la educación y los impactos de las pequeñas empresas, ya que, esto afecta mayormente a las mujeres dada la alta dependencia de estas sobre sistemas institucionalizados de escolarización, guarderías y cuidado de ancianos (GEM, 2021).

**No. 5: ¿Han influenciado organizaciones dirigidas a mujeres en el desarrollo del emprendimiento femenino en Puerto Rico y otras regiones internacionales, durante el 2016 al 2021?**

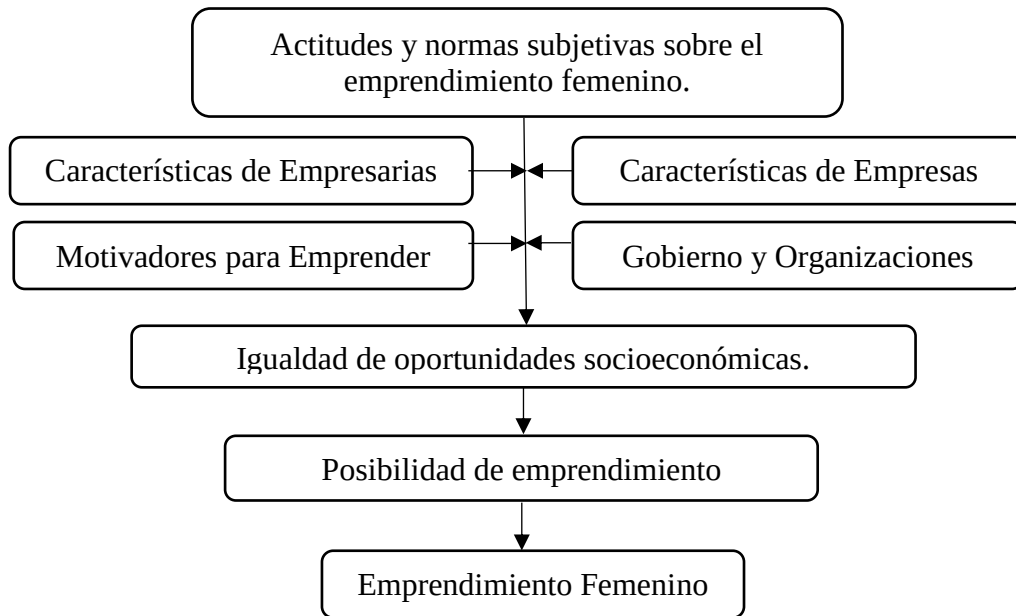
Luego de analizar los reportes del Global Entrepreneurship Monitor – Women’s Entrepreneurship, se identificaron diferentes organizaciones que han apoyado el desarrollo del emprendimiento femenino alrededor del mundo. Durante el periodo del 2016 al 2021 se destacaron unas treinta organizaciones que en su mayoría ofrecieron capacitación, adiestramientos, educación empresarial, acceso a recursos económicos, servicios de incubación de negocios para el desarrollo de ideas y servicios de aceleración para el soporte y ayuda a proyectos que ya se encuentran en desarrollo. Durante el periodo 2020 al 2021 el tipo de servicios ofrecidos por estas organizaciones fue más diversificado, promoviendo además servicios legales, la innovación e investigación, y educando sobre la flexibilidad laboral para mujeres en tiempos de pandemia.

Estas organizaciones han ayudado a miles de mujeres alrededor del mundo y han sido un gran apoyo en el desarrollo del emprendimiento a lo largo de estos tres periodos que comprenden desde 2016 al 2021. De igual forma, Puerto Rico cuenta con varias organizaciones que han ofrecido apoyo y servicios a mujeres puertorriqueñas durante los últimos años. Se destacan once organizaciones que al igual que otras a nivel internacional, también ofrecen capacitación sobre la administración de empresas, empoderamiento, obtención de recursos económicos y servicios de incubación.

### **Modelo Conceptual Validado**

El modelo conceptual ha sido validado a través de la investigación realizada, ya que, en efecto las actitudes y normas subjetivas sobre el emprendimiento femenino junto a las diferentes características y la igualdad de oportunidades socioeconómicas, determinan la posibilidad de emprendimiento. Aquí se ve aplicada la Teoría de la Acción Razonada de Ajzen y Fishbein (1980) la cual establece que la acción de llevar a cabo una conducta tiene como antecedente la actitud hacia esa conducta y las normas subjetivas. Todo esto, ante la igualdad de oportunidades socioeconómicas que presenta la teoría feminista, da paso a la actividad emprendedora femenina.

**Figura 26.**  
*Modelo Conceptual Validado*



### Recomendaciones

Al concluir la investigación se identificaron algunos aspectos para los cuales se ofrecen recomendaciones que ayuden a promover el emprendimiento femenino en Puerto Rico y otras regiones internacionales. En primer lugar, el total de la actividad de emprendimiento en Puerto Rico es bajo en comparación con la región de América. Igualmente, las regiones de Europa y África presentan una actividad de emprendimiento femenino bajo a pesar de que éste es un promotor del desarrollo económico. Por tanto, dado el echo de que el gobierno juega un papel importante en el emprendimiento femenino, se deben crear más estrategias socioeconómicas, servicios, política pública, entidades y fomentar una cultura que lo promueva. Además, eliminar barreras de entrada existentes con respecto a las diferencias de género y fomentar la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres.

Por otra parte, se observa que, en todas las regiones, incluyendo a Puerto Rico, el nivel de educación que predomina es un grado postsecundario o más, aunque en algunas de

ellas la actividad emprendedora sea baja. Por tanto, un alto nivel de educación no es indicador de un alto nivel de emprendimiento femenino. Se recomienda hacer una introspección sobre la educación que se provee y determinar si la misma está promoviendo el emprendimiento como una opción viable económica y social.

En cuanto a los motivadores, se observa que en los últimos dos años la necesidad fue el factor predominante para el emprendimiento. Sin embargo, el emprendimiento por necesidad no tiene la misma probabilidad de subsistir que el emprendimiento por oportunidad. Por tanto, se recomienda subsanar necesidades básicas en la sociedad y fomentar una cultura de innovación, investigación y capacitación empresarial para las mujeres a través de organizaciones de apoyo que sean ampliamente promovidas y estén al alcance de todas.

### **Limitaciones de la Investigación**

Se entiende como una limitación ante este estudio descriptivo, aquellos problemas que surgieron en el proceso de investigación que imposibilitaron estudiar algún aspecto del problema planteado y que por consiguiente no dieron paso a lograr los objetivos u ofrecer respuestas a las preguntas establecidas. En primer lugar, los reportes del Global Entrepreneurship Monitor – Women’s Entrepreneurship, no son uniformes en cuanto a la información presentada en los diferentes periodos. Aunque en su mayoría el contenido es muy similar, los reportes presentan los datos de diferentes maneras, lo que hace más compleja la comparación.

Por otra parte, cada reporte incluye datos de decenas de países, pero no en todos los reportes se incluyen los mismos países. Esta fue la principal limitación del estudio, ya que, los datos sobre Puerto Rico no fueron incluidos en el reporte del periodo 2020 al

2021. Debido a esto, la comparación de características y factores sobre emprendimiento femenino entre Puerto Rico y otras regiones durante 2020 al 2021 no fue posible. La información que incluyen estos reportes sobre Puerto Rico es bastante limitada e incluso no presentan información sobre las organizaciones dirigidas al emprendimiento femenino que existen en la isla. Por tanto, estos datos fueron obtenidos de otra fuente secundaria para responder a la pregunta cinco de investigación. De igual forma la información relacionada al gobierno de Puerto Rico y en general a los gobiernos internacionales es muy limitada.

### **Estudios Futuros**

Esta investigación dio paso a posibles estudios futuros que podrían ofrecer un panorama más amplio del estatus del emprendimiento femenino en Puerto Rico y otras regiones internacionales. En primer lugar, se propone analizar una mayor cantidad de reportes del Global Entrepreneurship Monitor – Women’s Entrepreneurship para así incluir una línea de tiempo más amplia y que incluya diversos momentos históricos en la economía mundial. Se propone, además, analizar reportes futuros que ofrezcan una idea más clara sobre los efectos de la pandemia por el COVID-19 tanto en Puerto Rico, como en las regiones de América, Asia, Europa y África. En muchas de las características y factores aquí analizados se observó una merma en la participación del emprendimiento femenino durante el periodo 2020 al 2021, lo que levanta la interrogante del efecto que posiblemente tiene la pandemia en estos aspectos.

Por otra parte, se propone la investigación individual y más a profundidad de cada factor y característica presentada, para responder cómo y por qué se dan estas peculiaridades. Además, resultaría de gran aportación estudiar el área de la educación

con relación al emprendimiento femenino. Los reportes muestran de forma general en dos categorías el porcentaje de mujeres con un grado post secundario o más y aquellas que tienen menos de un grado post secundario. Sería de gran beneficio, investigar qué tipo de educación poseen estas mujeres empresarias, en qué se especializan y si sus negocios o el tipo de industria en la cual se desarrollan es relacionada a su área de especialidad.

Finalmente, sería beneficioso realizar el estudio utilizando datos relacionados al género masculino, entendiéndose personas nacidas con características físicas asociadas a los hombres. Realizar una comparación entre los resultados sobre el género femenino y el masculino para determinar brechas de género tanto en Puerto Rico como en las regiones de América, Asia, Europa y África. Además, analizar las características de emprendimiento relacionadas a personas que no se identifican con alguno de estos dos géneros o que a pesar de no haber nacido con las características físicas se identifican con alguno de ellos.

## Referencias

- 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)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice-Hall.
- Amador, J., & Briones, A. (2017). Estudio del emprendimiento en mujeres: evidencia empírica en el municipio de León en Nicaragua. *Tourism & Management Studies*, 13 (3), 73–82.  
<http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=edsci&AN=edsci.S2182.84582017000300008&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- American Express. (2019). State of Women-Owned Businesses Report.  
[https://s1.q4cdn.com/692158879/files/doc\\_library/file/2019-state-of-women-owned-businesses-report.pdf](https://s1.q4cdn.com/692158879/files/doc_library/file/2019-state-of-women-owned-businesses-report.pdf)
- Amorós, E. (2007). *Comportamiento Organizacional: En busca del desarrollo de ventajas competitivas*. Lambayeque.
- Baldoni, J. (2005). *Great Motivation Secrets of Great Leaders*. McGraw Hill.
- Becerra, L. (2015). Diferencias en Las Habilidades Emprendedoras Desde La Categoría Género en Los Y Las Estudiantes De La Facultad De Ingeniería De La Universidad Cooperativa De Colombia. *Revista Ingeniería Solidaria*, 11 (18), 23-34. <https://doi-org.ez.inter.edu/10.16925/in.v11i18.988>

- Bueckmann, R. (2014). Análisis de las intenciones empresariales de los estudiantes universitarios mexicanos: un enfoque basado en variables personales y del programa educativo [Tesis]. Universidad de Cantabria, España.  
<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/5846/tesis%20rbd.pdf?sequence=1>
- Cardella, G., Hernández-Sánchez, B., & Sánchez-García, J.C. (2020). Women Entrepreneurship: A Systematic Review to Outline the Boundaries of Scientific Literature. *Frontier in Psychology*, 11.  
<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.01557/full>
- Ceballos Vásquez, M. (2015). Educacion en el Trabajo o el Desarrollo de la Competencia Emprendedora. *Revista Criterio Libre*, 13 (22), 79-104.  
<https://www.redalyc.org/journal/290/29062781021/html/>
- Champoux, J. (2011). *Organizational Behavior: Integrating Individuals, Groups, and Organizations*. Routledge.
- Chandia Christopher, N., Gunckel Pablo, V., Fernandois Mario, D., Márquez Adolfo, C., & Bobadilla Patrick, L. (2017). Metodología para el análisis de problemas y limitaciones en emprendimientos universitarios. *Innovar: Revista De Ciencias Administrativas Y Sociales*, 27 (63), 91-105.
- Contreras, J., Wilches, S., Graterol, M., & Bautista, M. (2017). Educación Superior y la Formación en Emprendimiento Interdisciplinario: Un Caso de Estudio. *Formación Universitaria*, 10 (3), 11-20.  
<http://dx.doi.org/10.4067/50718->

Echenique, M. (2018). El éxodo que no se detiene: este es el mapa de la diáspora boricua después del huracán María. *Univisión Noticias*.

<https://www.univision.com/noticias/citylab-politica/el-exodo-no-se-detiene-mas-de-135-000-puertorriquenos-han-dejado-la-isla-y-se-estima-que-casi-medio-millon-podria-emigrar-al-continente-al-2019>

Elmore, C. (2018). Female entrepreneurs rise; South Florida in top 5 metro areas for growth of women-owned businesses. *The Palm Beach Post*.

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsgin&AN=edsgcl.553502660&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Fideicomiso para Ciencias, Tecnología e Innovación de Puerto Rico. (2018, 8 de marzo).

*11 organizaciones que se especializan en la mujer emprendedora o empresaria.*

<https://www.colmena66.com/es/blog/blog/2018/03/08/10-organizaciones-que-se-especializan-en-la-mujer-emprendedora-o-empresaria#:~:text=Ellevate%20Puerto%20Rico%20%2D%20Comunidad%20de,el%20emprendimiento%20entre%20sus%20miembros>.

FAU. Study Explores Gender Gap Among Entrepreneurs

and Why Women are Less Likely than Men to Start New

Ventures. *GlobeNewswire*. (2019).

<http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=edsgin&AN=edsgcl.597708654&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Fowler, S. (2014). What Maslow's Hierarchy Won't tell you About Motivation. Harvard

Business Review, 2-4. <https://hbr.org/2014/11/what-maslows-hierarchy-wont-tell-you-about-motivation>

- Fried, Y., & Haynes, L. (2004). Enriching Goal-Setting Theory with Time: An Integrated Approach. *Academy of Management Review*, 29 (3), 404-422.
- Global Entrepreneurship Monitor (2017). GEM 2016/2017 Womens Entrepreneurship Report. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20162017-womens-entrepreneurship-report>
- Global Entrepreneurship Monitor (2019). GEM 2018 / 2019 Womens Entrepreneurship Report. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20182019-womens-entrepreneurship-report>
- Global Entrepreneurship Monitor (2021). GEM 2020 / 2021 Womens Entrepreneurship Report. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-womens-entrepreneurship-report>
- Gutierrez, A. (2015). Exploring Relationships Between Entrepreneurship Education and Students' Entrepreneurial Intentions: A Mixed Method Study of Entrepreneurial Pedagogies at Chilean Universities.
- Gutiérrez Ossa, J. A. (2013). Ciencia, tecnología e innovación en la relación Universidad-Empresa-Estado (UEE) en Colombia. *Revista De Educacion Y Desarrollo Social*, 7(1), 7-18.
- Hahn, A. P., & Popan, E. M. (2016). *Theory of reasoned action (TRA)*. Salem Press Encyclopedia.
- Harper, G. (2019). *Innovation*. Salem Press Encyclopedia.
- <http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=ers&AN=89677574&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Heras, S. (2009). Una Aproximación a las Teorías Feministas.

[https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/-](https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/-8876/aproximacion_heras_RU_2009.pdf)

[8876/aproximacion\\_heras\\_RU\\_2009.pdf](https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/-8876/aproximacion_heras_RU_2009.pdf)

Hernández, C., & Sánchez, S. (2017). La educación empresarial: un acercamiento desde los estudiantes universitarios en dos instituciones de educación superior. *Innovación Educativa*, 17 (75), 81–102.

[http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=edsci](http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=edsci&AN=edsci.S1665.26732017000300081&lang=es&site=eds-live&scope=site)  
[&AN=edsci.S1665.26732017000300081&lang=es&site=eds-live&scope=site](http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=edsci&AN=edsci.S1665.26732017000300081&lang=es&site=eds-live&scope=site)

Herzberg, F. (1987). One More Time: How do you Motivate Employees? *Harvard Business Review*.

Hoffman, P. (2019). Expectancy theory. *Salem Press Encyclopedia*.

[http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ers&AN=89677549&lan](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ers&AN=89677549&lang=es&site=eds-live&scope=site)  
[g=es&site=eds-live&scope=site](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ers&AN=89677549&lang=es&site=eds-live&scope=site)

Ibarra Pérez, T. (2012). Relación entre la educación empresarial K-16 y el desarrollo económico: comparación entre los modelos de educación empresarial de Finlandia y Japón, y su implicación para Puerto Rico.

[http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=cat051](http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=cat05168a&AN=int.858545&lang=es&site=eds-live&scope=site)  
[68a&AN=int.858545&lang=es&site=eds-live&scope=site](http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=cat05168a&AN=int.858545&lang=es&site=eds-live&scope=site)

Jiménez, R., & Bernal, A. (2015). Educación emprendedora: programa TALOS para el desarrollo de la iniciativa emprendedora en Ciencias de la Educación. Ediciones Octaedro.

[http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=cat051](http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=cat05168a&AN=int.987795&lang=es&site=eds-live&scope=site)  
[68a&AN=int.987795&lang=es&site=eds-live&scope=site](http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=cat05168a&AN=int.987795&lang=es&site=eds-live&scope=site)

- Krueger, N. & Kickul, J. (2011). Cognitive style and the specification of entrepreneurial intentions models. *Neuro Psycho Economics Conference Proceedings*, 22.  
<http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=61310265&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Krüger, C. & Minello, I. (2017). Actitud Emprendedora en Discentes de Grado: Entre la Teoría y la Práctica. *Revista Alcance*, 24 (2), 191–208.  
<http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=124782799&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Malaver, F. (2015). La formación del recurso humano y la competitividad empresarial en Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (33-34), 5-17. <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/-Revista/article/view/853>
- McLeod, S. (2007). Maslow's Hierarchy of Needs.  
<https://www.simplypsychology.org/maslow.html>
- Mora, G., Meli, D., & Astete, P. (2018). Empoderamiento y demanda de autogestión. Estudio comparativo de emprendimientos de mujeres indígenas. *Sophia Austral*, (21), 43–59.  
<http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=edssci&AN=edssci.S0719.56052018000100043&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Munster B. (2017). La sostenibilidad de los emprendimientos solidarios de mujeres: los desafíos para las políticas públicas. *Economía y Desarrollo*, 91–105.  
<http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=edssci&AN=edssci.S0252.85842017000100007&lang=es&site=eds-live&scope=site>

- Navarro, J., Yepes, M., Ayala, Y., & Quijano, S. (2011). An Integrated Model of Eork Motivation Applied in a Multicultural Sample. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 27 (3), 177-190. doi: 10.5093/tr2011v27n3a2.
- Nogales, F. (2012). Educación Empresarial o Emprendedora.  
<https://www.elcato.org/educacion-empresarial-o-emprendedora>
- Ojeda, O. C. (2011). El Discurso Femenino en El Mercado Laboral. *Revista Prisma Social*, (7), 1–26.  
<http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=77066050&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Oliveras, G. (2015). La educación emprendedora en la Universidad: Análisis y propuestas para la inserción de estas actividades en los currículos. Universidad Nacional del Sur. <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/2517?mode=full>
- Palma, Y. (2012). Factores que inciden en la intencionalidad de emprender de los estudiantes universitarios en Panamá.  
<http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=edsndl&AN=edsndl.oai.union.ndltd.org.TDX.UPC.oai.www.tdx.cat.10803.125237&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Paños, J. (2017). Educación emprendedora y metodologías activas para su fomento. *Revista Electrónica Interuniversitaria De Formación Del Profesorado*, 20 (3), 33–48.  
<https://doi-org.ez.inter.edu/10.6018/reifop.20.3.272221>
- Peña, R. (2012). *Metodología de la Investigación*.  
[http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion.pdf](http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf)

- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2021). Definición de emprendimiento. Recuperado de <https://definicion.de/emprendimiento/>
- Ramírez, R., Abreu, J. & Badii, M. (2008). La Motivación Laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales: Caso empresa manufacturera de tubería de acero. *International Journal of Good Conscience*, 3 (1), 143-185.
- Real Academia Española. (s.f.). Creatividad. *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 2019, 30, octubre de <https://dle.rae.es/?id=BD3eZdM>
- Real Academia Española. (s.f.). Educación. *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 2019, 30, octubre de <http://dle.rae.es/?id=EO5CDdh>
- Real Academia Española. (s.f.). Emprendedor. *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 2019, 30, octubre de <http://dle.rae.es/?id=Esffwg4>
- Real Academia Española. (s.f.). Empresarial. *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 2019, 30, octubre de <http://dle.rae.es/?id=EszEb4S>
- Real Academia Española. (s.f.). Innovación. *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 2019, 30, octubre de <https://dle.rae.es/?id=Lgx0cfV>
- Real Academia Española. (s.f.). Predisposición. *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 2019, 30, octubre de <https://dle.rae.es/?id=Txt60hw>
- Real Academia Española. (s.f.). Predisponer. *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 2019, 30, octubre de <https://dle.rae.es/?id=Txt60hw>
- Real Academia Española. (s.f.). Feminismo. *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 2019, 30, octubre de <https://dle.rae.es/feminismo>
- Reyes, L. (2007). La teoría de la acción razonada: implicaciones para el estudio de las actitudes. [http://www.alfaguia.org/alfaguia/files/1320437914\\_40.pdf](http://www.alfaguia.org/alfaguia/files/1320437914_40.pdf)

Riley, G. (2018). Creativity. *Encyclopedia of Health*. Salem Press.

<http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=ers&AN=89404789&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Rivera Araya, M., & Román Orellana, R. (2004). La inserción de la mujer en el campo laboral y su discriminación. [Tesis]. Universidad de Chile, Facultad de Derecho.

<http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=edsndl&AN=edsndl.oai.union.ndltd.org.UCHILE.oai.repositorio.uchile.cl.2250.107545&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Organizational Behavior*. Prentice Hall.

Rodríguez, G., Silva, F., & Anjos, E. (2017). El perfil emprendedor y la predisposición para innovar de los gestores de las MPE'S turísticas. *Estudio y Perspectivas en Turismo*, 26 (1), 107-127. [https://www.researchgate.net/publication/-312900850\\_El\\_perfil\\_emprendedor\\_y\\_la\\_predisposicion\\_para\\_innovar\\_de\\_los\\_gestores\\_de\\_las\\_mpe's\\_turisticas\\_El\\_caso\\_del\\_barrio\\_de\\_Praia\\_Grande\\_en\\_Sao\\_Luis\\_Maranhao\\_Brasil/reference\\_s](https://www.researchgate.net/publication/-312900850_El_perfil_emprendedor_y_la_predisposicion_para_innovar_de_los_gestores_de_las_mpe's_turisticas_El_caso_del_barrio_de_Praia_Grande_en_Sao_Luis_Maranhao_Brasil/reference_s)

Rojas, G., Quintero, L., Pertuz, V., & Navarro, A. (2016). Estrategias para el fomento de la cultura de emprendimiento universidades de Valledupar, Colombia. *Revista De Educacion Y Desarrollo Social*, 10 (1), 38-57. doi:10.18359/reds.1448

Romero A., & Milone, M. (2016). El Emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos. GCG: *Revista de Globalización, Competitividad & Gobernabilidad*, 10 (1), 95–109. Recuperado de <https://doi-org.ez.inter.edu/10.3232/GCG.2016.V10.N1.05>

- Rosario, N. (2005). La educación empresarial como herramienta para desarrollar una mentalidad empresarial en los estudiantes universitarios de Puerto Rico. [Disertación Doctoral]. Universidad Interamericana de Puerto Rico, Recinto de San Germán.
- Rueda, I., Fernández, A., & Herrero, A. (2013). Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario. *Investigaciones Regionales*, 26, 141-158. [https://www.researchgate.net/publication/259868658-Aplicacion\\_de\\_la\\_teor%C3%ADa\\_de\\_la\\_acci%C3%B3n\\_razonada\\_al\\_ambito\\_emprendedor\\_en\\_un\\_contexto\\_universitario](https://www.researchgate.net/publication/259868658-Aplicacion_de_la_teor%C3%ADa_de_la_acci%C3%B3n_razonada_al_ambito_emprendedor_en_un_contexto_universitario)
- Sanabria-Rangel, P.E., Morales-Rubiano, M.E., & Ortiz-Riaga, C. (2015). Interacción universidad y entorno: marco para el emprendimiento. *Educación Y Educadores*, 18, (1), 111-134. doi:10.5294/edu.2015.18.1.7
- Sánchez Rodríguez, S., Hernández Herrera, C. A., & Jiménez García, M. (2016). Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico federal. *Acta Universitaria*, 26 (6), 70-82. doi:10.15174/au.2016.1016
- Santiago Castro, M., & Pisani, M. (2013). Características y determinantes de mujeres empresarias en Puerto Rico: una mirada inicial. *AD-Minister*, (23), 131. <http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.388a3fc51edb49b6a0e6ace25e934a62&lang=es&site=eds-live&scope=site>

- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development; an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- <http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=cat05168a&AN=int.283083&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Serrano Bedia, A. M., Pérez-Pérez, M., Palma-Ruiz, M., & López-Fernández, M. C. (2016). Emprendimiento: visión actual como disciplina de investigación. Un análisis de los números especiales publicados durante 2011-2013. *Estudios Gerenciales*, 32 (138), 82-95. <http://redalyc.org/pdf/212/21244782008.pdf>
- Thompson, E. (2009). Individual entrepreneurial intent: construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33, (3), 669-694. <http://search.ebscohost.com.ez.inter.edu:8008/login.aspx?direct=true&db=edsgea&AN=edsgcl.200506103&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Tseng, L. & Kuo, C. (2012). Customers' attitudes toward insurance frauds: an application of Adam's equity theory. *International Journal of Social Economics*, 41 (11), 1038-1054. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJSE-08-2012-0142/full/html>
- Ucha, F. (2011). Definición de Femenino. Definición ABC. Recuperado el 5, noviembre, 2019. <https://www.definicionabc.com/general/femenino.php>
- Valdés, C. (2016). Motivación, concepto y teorías principales. <https://www.gestiopolis.com/motivacion-concepto-y-teorias-principales/#que-es-motivacion>

- Villarroel, Y. (2007, julio-diciembre). Los aportes de las teorías feministas a la comprensión de las relaciones internacionales. *Politeia*, 30 (39), 65-86.  
<https://www.redalyc.org/pdf/1700/170018341003.pdf>
- VISA. (2019). State of Female Entrepreneurship. She's Next empowered by VISA.  
<https://usa.visa.com/content/dam/VCOM/regional/na/us/run-your-business/documents/visa-state-of-entrepreneurship-research-summary.pdf>
- Xerfan, C., Oliveira, A., & Nuñez, S. (2018). El diseño como modelo de formación emprendedora en educación universitaria. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 19 (69), 263-278. <http://search.ebscohost.com.ez.inter.-edu:8008/login.aspx?direct=true&db=edssci&AN=edssci.S1853.35232018000400020&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Zisis, N., Moya, P., & Molina, F. (2017). Percepciones de académicos sobre las dificultades para el fomento de la innovación y el emprendimiento: el caso de la FCFM de la Universidad de Chile. *Journal of Technology Management & Innovation*, 12 (4), 97–105. <https://doi-org.ez.inter.edu/10.4067/S0718-27242017000400010>

## Apéndice I

### Certificación de Edición

Certifico que he leído y editado, de acuerdo con los lineamientos establecidos por el Manual de Publicaciones de la Asociación Americana de Psicología (APA), séptima edición, la disertación titulada: *CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN PUERTO RICO Y OTRAS REGIONES INTERNACIONALES*, de la autoría de Karla S. Acevedo Ruiz, como requisito para obtener el grado de DOCTOR EN FILOSOFÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL Y GERENCIAL, a ser otorgado por la Universidad Interamericana de Puerto Rico, Recinto de San Germán.

  
Prof. Lizzie Colón

May 13, 2022  
Date