INSTITUTIONAL FACTORS IN FEMALE ENTERPRISE: DIVERGENCES

FACTORES INSTITUCIONALES EN EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO: DIVERGENCIAS


Sansores, Edgar


Navarrete, Edith

RESUMEN
Esta investigación tiene como objetivo principal identificar la divergencia entre los factores institucionales, que inciden en el emprendimiento femenino en 6 países (Brasil, Colombia, Estados Unidos de América, Países Bajos, México y el Reino Unido). Se utilizó el tipo de investigación explicativa, mediante un análisis de varianza (ANOVA) sobre los datos recopilados en la encuesta realizada por el Global Entrepreneur Monitor (GEM) en 2018. Los resultados obtenidos muestran diferencias, estadísticamente significativas, entre las medias de los factores de desarrollo (nivel educativo y formación emprendedora) y normas culturales (énfasis en el éxito personal) de los países estudiados.
Palabras clave: emprendimiento femenino, análisis comparativo, institucionalismo, incentivos, fomento económico.

ABSTRACT

The main objective of this research is to identify the divergence between institutional factors, which affect female entrepreneurship in 6 countries (Brazil, Colombia, the United States of America, Netherlands, Mexico and the United Kingdom). The explanatory research type was used, through an analysis of variance (ANOVA) on the data collected in the survey carried out by the Global Entrepreneur Monitor (GEM) in 2018. The results obtained show statistically significant differences between the means of the factors of development (educational level and entrepreneurial training) and cultural norms (emphasis on personal success) of the countries studied.

Keywords: female entrepreneur, comparative analysis, institutionalism, incentives, economic development.

Fecha de recepción: mayo 2020
Fecha de aprobación: junio 2020

DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.8118387

[1] Licenciado en Contaduría, Maestro en Economía y Administración Pública, Doctor en Estudios Organizacionales. Profesor Investigador de la Universidad de Quintana Roo, México, edsan@uqroo.edu.mx; https://orcid.org/0000-0002-4952-2737.
[2] Licenciada en Contaduría, Maestra en Economía y Administración Pública, Doctora en Dirección y Finanzas. Profesora Investigadora de la Universidad de Quintana Roo, México, emarneou@uqroo.edu. mx; https://orcid.org/0000-0002-0168-6599.

INTRODUCCIÓN

En las dos últimas décadas, la participación de las mujeres en el mercado laboral y en la actividad empresarial se ha incrementado significativamente, contribuyendo, al fortalecimiento de las economías locales (Fondo Monetario Internacional, 2019; Banco Mundial, 2019; Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2018). Asimismo, conforme al Global Entrepreneurship Monitor GEM (2018), aproximadamente, 185 millones de mujeres (de 74 países) iniciaron un nuevo negocio y 120 millones se encontraban administrando sus propias empresas.

Ante esta creciente participación femenina en la actividad económica, resulta transcendental generar las condiciones adecuadas para el desarrollo de la actividad emprendedora de las mujeres. Por ejemplo, en países con economías avanzadas (Estados Unidos de América, Alemania, Francia, entre otros) se han fortalecido a las instituciones, potencializado las capacidades individuales y establecido programas fomento económico que propiciaron la incorporación de más mujeres a la actividad productiva (como empleadas o empresarias). Asimismo, configuraron ecosistemas económicos para el emprendimiento que aumentan las probabilidades de supervivencia en los negocios de nueva creación.

Sin embargo, en países de América Latina (México, Brasil, Colombia, Argentina, entre otros), las mujeres enfrentan dificultades para incorporarse a la economía formal, esto debido a que sus mercados laborales se caracterizan por una desigualdad basada en el género donde se presentan salarios inequitativos, restricciones para el acceso a puestos directivos y diferenciaciones en las oportunidades de empleo (Kulik y Rae, 2019; Lewellyn y Muller-Kahle, 2019, Collischon, 2019). Además, sus políticas industriales carecen de incentivos e instrumentos que garanticen el desarrollo del espíritu emprendedor en las mujeres y mitiguen la tasa de mortandad en las empresas de nueva creación.

En estos países latinoamericanos, el emprendimiento se ha constituido en una válvula de escape a los problemas sociales ocasionados por el desempleo y la precariedad de los salarios, por lo que los negocios nuevos presentan una alta tasa de mortandad y la contribución de las mujeres en la economía formal resulta aún incipiente. Por ello, es necesario comprender los factores institucionales que condicionan el emprendimiento en las mujeres.

Si bien, en América Latina se han implementado programas para fomento al espíritu emprendedor aún la participación de la mujer resulta escasa y las condiciones generadas no han mostrado su efectividad (GEM, 2018). En ese sentido, esta investigación tiene por objetivo identificar la divergencia entre los factores institucionales que inciden en el emprendimiento femenino en 6 países (Brasil, Colombia, Estados Unidos de América, Países Bajos, México y el Reino Unido).

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

LAS INSTITUCIONES COMO FACTOR DE EMPRENDIMIENTO.

Las primeras conceptualizaciones del emprendedor (Schumpeter, 1997; Knight, 2017; Leibenstein, 1966; Kirzner, 1973; Cantillon, 1959; Say, 1964; Drucker, 1985) definieron, implícitamente, a esta figura como genérica; resaltando como principales características: la capacidad para detectar oportunidades de negocio y la preferencia por asumir riesgos. Además, de poseer habilidades gerenciales especiales dirigidas a la creación, organización y dirección de empresas (Timmons y Spinelli, 2009).

En estos primeros estudios, se destaca el sentido utilitarista del individuo al considerar que sus acciones son consecuencia de valoraciones racionales y se orientan aprovechar una ventaja. En ese sentido, se asume que el libre albedrío prevalece sobre el contexto social, es decir, se considera que las capacidades individuales (inteligencia, innovador, creatividad, tenacidad, ambición, visión, perseverancia, entre otras) dominan a los factores institucionales (educación, cultura, normas y organizaciones).

ESTUDIO DEL EMPRENDIMIENTO EN LAS MUJERES.

Si bien las capacidades identificadas en los emprendedores resultan similares en términos de generales (habilidades, destrezas y talento), las condiciones sociales inciden en el desarrollo de las mismas (Schwartz, 1976). Por tanto, en países con sistemas laborales que excluyen y presentan prácticas discriminatorias, el emprendimiento se ha convertido en una válvula de escape para liberar la tensión social provocada por el desempleo y las asimetrías en las oportunidades de empleo entre hombres y mujeres (Irribarren, 2012).

Para Schwartz (1976), en el entorno, tienen su origen las diferencias entre los hombres y las mujeres que deciden emprender un negocio. Esto debido a las reglas sociales (roles familiares, normas morales, derechos de propiedad y obligaciones legales), así como la configuración de las características psicológicas (racionalidad, propensión al riesgo, deseo de autonomía y la capacidad para identificar oportunidades).

Por lo anterior expuesto, para comprender la complejidad del fenómeno emprendedor, ha sido necesario incorporar el factor género. Como consecuencia, se ha desarrollado una vasta literatura sobre diferentes aspectos del espíritu emprendedor en las mujeres (De Bruin, Brush y Welter, 2007; Bobrowska y Conrad, 2017; Daymard, 2015; De Vita, Mari y Poggesi, 2014; Allahar, 2015, Curtin, 2019); destacando el análisis de sus motivaciones, características psicológicas, brechas de género, valores personales, estilos de liderazgo y el desarrollo de una teoría (Ver Tabla 1).

Tabla 1. Tópicos en el estudio del emprendimiento femenino.

Tópico	*Autores*
Motivaciones	Itani, Sidani y Baalbaki, 2011; Huarng, Mas-tur y Yu, 2012; McGowan, Redeker, Cooper y Greenan, 2012; Manolova, Brush, Edelman y Shaver, 2012; Hughes, Jennings, Brush, Carter y Welter, 2012
Características psicológicas y capacidades.	Ewoh, 2014; Noguera, Alvarez, Merigo y Urbano, 2015; Sullivan, Halbrendt, Wang y Scannell, 1997; Okten, 2015; Terrell y Troilo, 2010.
Diferencias de género	Braches, 2015; Verheul, Stel y Thurik, 2006; Llussá, 2010; Masters y Meier, 1988; Rosa, Carter y Hamilton, 1996.
Factores institucionales	Field, Jayachandran y Pande, 2010; McAdam, 2013; Kobeissi, 2010; Torri y Martínez, 2014; Chowdhury y Audretsch 2014.
Roles	Balachandra y Dublish, 2019; Ketelaars, 2017; Mueller, Dato-On, 2008; Mungai y Ogot, 2012; Bardasi, Sabarwal y Terrell, 2011.

Fuente: Elaboración propia. (2020)

FACTORES INSTITUCIONALES EN EL FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO.

Por lo que respecta al estudio de los factores institucionales, se destaca la influencia de las autopercepciones en las intenciones empresariales (Curtin, 2019). Estas percepciones y experiencias personales son producto de la reproducción constante de las prácticas sociales establecidas para generar un orden. Esta regularidad en la conducta social se sustenta en normas formales (políticas, legales, económicas y contratos) e informales (de conducta, valores, convenciones sociales, percepciones y cultura) bajo el consenso de los miembros de una sociedad. La institucionalización de la acción social permite comprender la realidad como objetiva y prescriptiva (North, 2010 y Williamson, 2009).

Bajo esta perspectiva, el aprendizaje social, los derechos obligaciones individuales, la interacción entre los individuos, los hábitos de pensamiento colectivo y las normas sociales configuran las instituciones (North, 2010 y Williamson, 2009). Por ello, los componentes rituales, simbólicos y normativos son aspectos importantes del modo en que las instituciones desarrollan la cultura y visión comunes, que se constituyen en mecanismos primarios para la acción emprendedora incluso la generación de incentivos económicos (Leung, 2011).

De la misma manera, la estructura institucional y organizativa se presenta como un conjunto de normas que configuran los incentivos para el desarrollo de las iniciativas emprendedoras e inciden en las percepciones de los individuos. Como consecuencia, las instituciones pueden generar entornos que restrinjan la posibilidad a las mujeres para reconocer oportunidades de negocio, lo que limitaría su capacidad de emprendimiento (Henry, Foss y Ahl, 2015).

Para Main y Gregory (2018) en una sociedad donde predominan los roles de género relacionados con las responsabilidades familiares y domésticas se podría considerar, implícitamente, el emprendimiento de mujeres como actividad no deseable y su formación académica se orientaría a profesiones relacionadas con el cuidado y protección (educación, enfermería, gastronomía, entre otras). Por tanto, según Powell y Eddleston (2013), se establecerían incentivos para promover la formación académica y se inhibiría la creación de nuevas empresas mediante la generación de barreras de entrada en ciertos sectores industriales.

Las instituciones sociales, en general, motivan a que la mayoría de los hombres encuentren trabajo fuera de su hogar, mientras que las mujeres se encargan de este. Ante las creencias consensuadas, mucho de los emprendimientos de mujeres se desarrollan en el hogar, lo cual propicia que se dedique menos tiempo a la administración de una empresa y más al cuidado de la familia. En muchos países, aunque la mujer puede tener un negocio, todavía se espera que satisfaga todas las necesidades del cónyuge y familia (Coleman y Robb, 2012).

De acuerdo con Amine y Staub (2009), los valores y normas socioculturales pueden funcionar como barreras efectivas para inhibir la creación de empresas por parte de las mujeres, esto incluso cuando las instituciones formales e informales no hagan, explícitamente, distinciones de género. Esto ocurre porque las percepciones individuales se encuentran influenciadas por las normas sociales. Por lo tanto, los valores culturales juegan un papel importante en la decisión de emprender un proyecto y en las capacidades para lograr su sobrevivencia.

Asimismo, estas creencias, en ocasiones, limitan la capacidad de las mujeres para prosperar a través del ejercicio libre de la actividad emprendedora, es decir, acotan su libertad económica al no garantizar su derecho de propiedad y estado de derecho. Los derechos de propiedad comparten antecedentes con la teorías contractuales de la empresa, tales como los costos de transacción o la teoría de la agencia (Peters, 2019).

Según North (2010) la sociedad a través de los derechos de propiedad genera expectativas (leyes y costumbres) para la adecuada convivencia entre los individuos. Estos se erigen como las instituciones más relevantes en lo referente a la asignación y uso de los recursos, es decir, los derechos de propiedad y la evolución de las estructuras jurídicas que les dan forma, se hace referencia al derecho del uso permitido de los recursos de bienes y servicios.

Por consiguiente, la existencia de un marco legal que defina los derechos de propiedad y arbitre los conflictos que se presenten por la interacción de los individuos, genera incentivos positivos, es decir, en la medida que, los países, garanticen derechos de propiedad, sin importar el género, se disminuirá la

incertidumbre y los costos de transacción, generando así incentivos para un mayor emprendimiento femenino (Curtin, 2019).

Asimismo, el acceso a la educación superior puede generar oportunidades de mejores empleos y mayores remuneraciones para las mujeres. Los ingresos obtenidos de los sueldos y/o salarios les permitirían constituir un capital para financiar la apertura de nuevas empresas y garantizar su primer año de operación (Curtin, 2019). Ciertamente, los factores institucionales proporcionan información sobre las condiciones del mercado, los bienes y los participantes. Además, permiten el libre ejercicio de los derechos de propiedad, la forma de los contratos y la igualdad de condiciones de los competidores. Por ende, las características que asuman las instituciones y organizaciones, así como la evolución del ecosistema económico determinan el desarrollo del espíritu emprendedor en las mujeres.

MATERIALES Y MÉTODOS.

Para lograr el objetivo de identificar la divergencia entre los factores institucionales, que inciden en el emprendimiento femenino en 6 países (Brasil, Colombia, Estados Unidos de América, Países Bajos, México y el Reino Unido), se tipifico la investigación como descriptiva; asimismo la información, se obtuvo de la base de datos de la encuesta aplicada por el Global Entrepreneur Monitor (GEM) correspondiente al año 2015 y publicada en febrero de 2019, conforme a las políticas del organismo. Dicho instrumento fue administrado a dos mil adultos entre 19 y 64 años de edad, en diferentes partes del mundo, su propósito es examinar el rol de los individuos en el ciclo de vida del proceso emprendedor.

El cuestionario se encuentra integrado de 257 ítems agrupados cuatro módulos. En el primero, se hace referencia a los instrumentos de política industrial (financiamiento, regulación, derechos de propiedad, cultura empresarial, incentivos, subsidios) a través de una escala de Likert de siete puntos (de completamente falso a cierto). El segundo, recopila la información del emprendedor (país de origen, sexo, educación, área de formación académica, experiencia, edad). En el tercero se establecen las habilidades, conocimientos y competencias de los emprendedores y en el último se consideran los factores institucionales (cultura, normas, leyes, costumbres).

A partir de la información proporcionada por la base de datos del GEM, se realiza una depuración de la misma para conformar la muestra, utilizando exclusivamente los ítems medidos a través de la escala Likert con 9 valores. Para ello, se establecieron como criterios de selección: a) sexo femenino; b) país de origen (Estados Unidos de América, Países Bajos, Reino Unido, México, Brasil y México) y c) propietarias de empresas con al menos un año de operación el mercado (Ver Tabla 2). La muestra se encuentra integrada por 98 mujeres residentes de los países antes mencionados.

Tabla 2. Muestra.

País	Número de mujeres
Estados Unidos de América	16
Países Bajos	14
Reino Unido	21
México	15
Brasil	23
Colombia	9
Total	**98**

Fuente: Elaboración propia. (2020)

Cabe señalar que se eligieron esas naciones debido a su proximidad cultural, a su distribución geográfica, y a las diferencias institucionales que existen entre los países de América Latina y países desarrollados. En ese sentido, las condiciones económicas de cada país podrían incidir en las decisiones de emprender.

VARIABLES DE ESTUDIO.

Para identificar la divergencia, entre los factores institucionales de los países analizados, se consideran como variables independientes: libertad económica, normas culturales, factores de desarrollo y política industrial (Ver Tabla 3).

Tabla 3. **Variables independientes.**

Variable	Dimensión	Medida	Escala	Ítems
Normas culturales	Normas y valores culturales sobre el emprendimiento.	Reconocimiento del logro personal y estatus social del emprendimiento.	Escala de 9 puntos de Likert de 1 (completamente falso) a 9 cierto.	20 ítems entre los que destacan: En mi país, la mayoría considera al emprendimiento como un objetivo en la vida. En mi país, los emprendedores son muy respetados. En mi país, los emprendedores exitosos son un ejemplo para los demás.
Factores de desarrollo	Programas o acciones incorporadas en el sistema educativo para la formación de emprendedores.	Formación de habilidades, conocimiento del mercado y nivel educativo.	Escala de 9 puntos de Likert de 1 (completamente falso) a 9 cierto.	15 ítems entre los que destaca: En mi país, los niveles educativos incorporar la formación de emprendedores. En mi país, el sistema educativo fomenta la creatividad. En mi país, se promueve la educación financiera.
Política industrial.	Apoyos que ofrece el gobierno a los emprendedores. Así como la regulación comercial.	Incentivos al emprendimiento y mejora regulatoria.	Escala de 9 puntos de Likert de 1 (completamente falso) a 7 cierto.	15 ítems entre los que destacan: En mi país, los programas de fomento económico son suficientes. En mi país, la regulación favorece la creación de empresas. En mi país, los ecosistemas para el emprendimiento son los adecuados.
Libertad económica.	Condiciones para el libre ejercicio de la actividad económica.	Libertad de emprendimiento, comercio, transacciones, impuestos, inversiones y honestidad.	Escala del 0 (menor) al 100 (mayor).	15 ítems entre los que destaca: Sistema impositivo, nivel de corrupción, derechos de propiedad, estabilidad para invertir.

Fuente: Elaboración propia. (2020)

Como variable dependiente se propone el número de empleos generados por los emprendimientos de las mujeres en cada país. De acuerdo a Sequeira, Gibbs y Juma (2015), Allen (2000), Cowling y Taylor (2001) y Ewoh (2014) el impacto de los emprendimientos se mide a través del número de empleos generados. Asimismo, los ítems relacionados con esta variable presentan una alta tasa de respuesta (85%) y su valor es numérico.

El procedimiento realizado consistió en un análisis de frecuencias para identificar las características de las mujeres consideradas en la muestra. Después, se aplicó el análisis de varianza para evaluar la importancia los factores al comparar las medias de la variable de respuesta en los diferentes niveles de los factores. Dada la naturaleza de la información se considera como variable de control el porcentaje de la población femenina para cada país.

RESULTADOS

La muestra analizada de mujeres emprendedoras se conforma de 16 (16.3%) estadounidenses, 13 (13.4%) holandesas, 22 (22.4%) inglesas, 15 (15.3%) mexicanas, 23 brasileñas (23.5%) y 9 colombianas (9,1). La edad promedio de las emprendedoras es de 42 años y cuentan, en promedio, con 10 años y seis meses de experiencia en los negocios.

El 80% de las mujeres entrevistadas considera que su formación en el área de administración, finanzas y negocios les ha aportado elementos para iniciar su empresa, el resto afirma que su experiencia en el sector servicios y los programas de formación de emprendedores las impulsaron a la creación de su negocio.

En cuanto al nivel educativo, el 71.4% de las mujeres que participaron en el estudio cuentan con posgrado (Maestría y/o Doctorado), 23.5% con educación profesional, 23.5% con el nivel de preparatoria y el resto educación en el nivel elemental (primaria y/o secundaria). Asimismo, el 25% considera que sus ingresos son altos, 36% medios y el resto bajos. En cuanto a los motivos por los cuales iniciaron la actividad emprendedora el 50% menciona que detectó una oportunidad de negocio, el 35% decidió emprender como parte de su superación personal y el 15% porque no encontró una oportunidad laboral.

Por lo que respecta a la cultura, se observa que en los Estados Unidos de América las mujeres consideran fundamental para emprender sus características culturales que promueve el éxito personal, la autosuficiencia, la creatividad y la responsabilidad; mientras que en Brasil dichas características se encuentran poco identificadas a los valores culturales (Ver Tabla 4).

Tabla 4. Características culturales.

Características culturales	Estados Unidos de América	Países Bajos	Reino Unido	México	Brasil	Colombia
Promueve el éxito individual	6.13	4.15	4.05	4.07	3.45	4.66
Enfatiza en la autosuficiencia	6.06	5.62	3.76	3.40	3.96	3.88
Promueve el asumir riesgos.	5.69	3.69	3.55	3.00	3.26	2.77
Fomenta la creatividad e innovación.	5.56	5.00	3.86	3.87	3.83	2.88
Fomenta la responsabilidad personal	5.81	5.92	4.23	4.07	4.00	3.10

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del GEM (escala de 0 a 9). (2019)

En cuanto a la valoración de los programas de gobierno enfocados al desarrollo emprendedor y su financiamiento, el 88% de las mujeres brasileñas encuestadas considera que sus instituciones de fomento económico y el sector privado no cuentan con fondos suficientes para la puesta en marcha de empresas. Asimismo, el 63% de las colombianas entrevistadas reconoce que los programas de fomento al espíritu emprendedor no son efectivos (Ver Tabla 5)

Tabla 5. Porcentaje de mujeres que considera los programas de gobierno como factor de su desarrollo emprendedor.

Características culturales	Estados Unidos de América	Países Bajos	Reino Unido	México	Brasil	Colombia
Existe suficiente financiamiento público y privado para la creación de nuevas empresas	54%	67%	29%	27%	12%	43%
Los programas de formación de emprendedores potencializan la capacidad de los individuos	64%	73%	60%	47%	41%	37%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del GEM. (2019)

Por lo que respecta a la media de los factores institucionales por país muestra que en Estados Unidos de América y Países Bajos las emprendedoras consideran que existe una adecuada libertad económica, por tanto sus

derechos de propiedad y ejercicio de la actividad económica se encuentran plenamente garantizados (Ver Tabla 6).

Tabla 6. **Porcentaje de la aprobación de programas de gobierno por país.**

Programas	Estados Unidos de América	Países Bajos	Reino Unido	México	Brasil	Colombia
Existe suficiente financiamiento público y privado para la creación de nuevas empresas	54%	67%	29%	27%	12%	43%
Los programas de formación de emprendedores potencializan la capacidad de los individuos	64%	73%	60%	47%	41%	37%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del GEM. (2019)

Por lo que respecta a la media de los factores institucionales, se muestra que en los Estados Unidos de América y Países Bajos las mujeres consideran que la norma cultura de la autosuficiencia y la importancia del éxito personal, ha impulsado a emprender. De la misma manera, en estos países se presenta una gran libertad para ejercer la actividad empresarial (Ver Tabla 7).

Tabla 7. Media de los factores institucionales por país.

Factor	Estados Unidos de América	Países Bajos	Reino Unido	México	Brasil	Colombia
Normas culturales	8.80	6.85	5.36	6.31	3.76	5.90
Factores de desarrollo	5.45	6.43	4.05	4.91	4.80	5.05
Política Industrial	5.32	6.20	4.76	4.82	3.59	4.25
Libertad económica	76.20	74.20	75.80	66.80	56.90	70.70

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del GEM. (2019)

Por otra parte, los resultados del análisis de varianza muestran diferencias, estadísticamente significativas, entre los factores de desarrollo (nivel educativo y formación emprendedora) y normas culturales (énfasis en el éxito personal) de los seis países estudiados (Ver Tabla 8).

Tabla 8. ANOVA de los factores.

Factor	F (entre países)	Nivel de significancia
Normatividad gubernamental favorable para el desarrollo de la actividad económica.	3.76	.0430
Nivel de educación y formación emprendedora	5.25	.0000
Énfasis en el éxito personal	3.49	.0005
Financiamiento público y programas de fomento económico.	2.96	.0160

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del GEM. (2019)

En cuanto a los factores de la política industrial (financiamiento público y programas de fomento económico) no resultaron significativos debido a que en los países de América Latina las mujeres deciden emprender a pesar de no contar con las condiciones adecuadas.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos luego del análisis para identificar las características de las mujeres consideradas en la muestra, evidencian que existen factores institucionales que inciden en el éxito del emprendimiento femenino tales como: normas culturales, factores de desarrollo, política industrial y libertad económica, estos factores repercuten en el crecimiento económico nacional. Por ello, los países que han comprendido importancia del emprendimiento femenino han establecido estrategias para el fortalecimiento de dichos elementos.

CONCLUSIONES.

A pesar de la creciente participación de las mujeres en la actividad económica, en América Latina aún no se han desarrollado los factores institucionales que garanticen el acceso a condiciones adecuadas para su emprendimiento. Esto ha derivado en que la expectativa de vida de las nuevas empresas, durante el primer año de operaciones, sea del 60% (Banco Mundial, 2019).

En ese sentido, los ecosistemas empresariales y las normas culturales resultan determinantes en el fomento del espíritu emprendedor de la mujeres, además potencializan el desarrollo de las capacidades locales para el crecimiento económico de los países. Por tanto, el diseño e implementación de la política industrial requiere de una estrecha vinculación con los factores de desarrollo humano (como la educación), la democratización de los medios de producción y el libre acceso al mercado laboral.

En esta investigación se ha demostrado que existen ciertos factores institucionales que inciden en el éxito del emprendimiento femenino (normas culturales, factores de desarrollo, política industrial y libertad económica) y repercuten en el crecimiento económico nacional. Por ello, los países que han comprendido su importancia y han establecido estrategias para el

fortalecimiento de dichos factores presentan resultados significativos en materia económica y equidad.

REFERENCIAS

Allahar, H. (2015). Female Entrepreneurship: The Experience of Latin America and the Caribbean. *European Academic Research,* Vol. 2, Num. 2, p 12739-12761.

Amine, L. y Staub, K. (2009). Women entrepreneurs in sub-Saharan Africa: An institutional theory analysis from a social marketing point of view. *Entrepreneurship and Regional Development,* Vol. 21, Num. 2, p. 183-211.

Balachandra, L., y Dublish, P. (2019). Women for Women in Entrepreneurship: Understanding the Role of Other Women for Women's Entrepreneurship. Go-to-Market Strategies for Women Entrepreneurs, *Emerald Publishing Limited*, Vol. 1, p. 239-260.

Banco Mundial (2019). Mujeres empresarias: barreras y oportunidades en el sector privado formal en América Latina, Washington: *Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, Banco Mundial.* Recuperado el 13 de enero de 2020 de www.worldbank.org

Bardasi, E., Sabarwal, S., y Terrell, K. (2011). How do female entrepreneurs perform? Evidence from three developing regions. *Small Business Economics,* Vol. 37, Num.4, p. 417.

Braches, B. (2015). *Gender in career transitions from corporate management to entrepreneurship.* Durham University. Reino Unido. Recuperado el 13 de enero de 2020 de http://etheses.dur.ac.uk/10972/

Bobrowska, S., y Conrad, H. (2017). Discourses of Female Entrepreneurship in the Japanese Business Press–25 Years and Little Progress. *Japanese Studies,* Vol. 37, Num. 1, p. 1-22.

Cantillon, Richard (1959). *Essay on the nature of trade in general*. Nueva York, Estados Unidos de América: Henry Higgs Press.

Chowdhury, F. y Audretsch, B. (2014). Institution as looting apparatus: impact of gender equality and institutions on female entrepreneurship. *Eurasian Business Review*, Vol. 4, Num. 2, p. 207-225.

Coleman, S., y Robb, A. (2012). Gender-based firm performance differences in the United States: Examining the roles of financial capital and motivations. In K. D. Hughes & J. E. Jennings (Eds.), Global women's entrepreneurship research: Diverse settings, questions and approaches (pp. 75–94). Cheltenham: Edward Elgar.

Collischon, M. (2019). Is There a Glass Ceiling over Germany?. *German Economic Review,* Vol. 20, núm. 4, p. 329-359.

Cowling, M. y Taylor, M. (2001). Entrepreneurial women and men: two different species? *Small Business Economics,* Vol. 16, Num. 3, p. 167-175.

Curtin, J. (2019). *Feminist Innovations and New Institutionalism*. In Gender Innovation in Political Science. Palgrave Macmillan, Cham.

Daymard, A. (2015). *Determinants of Female Entrepreneurship in India.* Economics Department Working Papers. 1191.

De Bruin, A., Brush, C. y Welter, F. (2007). Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 31, Num. 3, p. 323-339.

De Vita, L., Mari, M. y Poggesi, S. (2014). *Female entrepreneurship research: emerging evidences.* Conference: European Academy of Management, p. 1-40.

Drucker, Peter (1985). *Innovation and Entrepreneurship. Practice and Principles.* London England: Editorial Heinemann.

Ewoh, E. (2014). *Female entrepreneurs performance: A systematic literature review of forces influencing the performance of African female entrepreneurs.* University of Jyväskylä, Finlandia. Recuperado el 13 de enero de 2020 de https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/43564

Field, E., Jayachandran, S., y Pande, R. (2010). Do traditional institutions constrain female entrepreneurship? A field experiment on business training in India. *American Economic Review.* Vol. 100, Núm. 2, p. 125-129.

Fondo Monetario Internacional (2019*). Un imperativo mundial. Finanzas y Desarrollo*, Vol. 56, Núm. 1, p. 18-30.

Global Entrepreneurship Monitor (2018). *Data of entrepreneurial framework conditions.* Recuperado el 10 de febrero de 2020 en https://www.gemconsortium.org/data.

Global Entrepreneurship Monitor (2019). *2018/2019 Women's Entrepreneurship Report.* Recuperado el 10 de febrero de 2020 en https://www.gemconsortium.org/.

Henry, C., Foss, L., y Ahl, H. (2015). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches*. International Small Business Journal,* Vol. 34, p. 217

Huarng, K., Mas-tur, A. y Yu, T. (2012). Factors affecting the success of women entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal,* Vol. 8, Núm 4, p. 487-497.

Hughes, K. D., Jennings, J. E., Brush, C., Carter, S., y Welter, F. (2012). *Extending women's entrepreneurship research in new directions.* Entrepreneurship theory and practice, Vol. 36, Num. 3, p. 429-442.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2018*). Estadísticas a propósito del día de la mujer.* Recuperado el 13 de enero de 2020 en https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2019/Poblacion2019_Nal.pdf

Irribarren, L. (2012). *La problemática de las mujeres en el mercado de trabajo y el espíritu emprendedor en nuevos negocios.* Universidad de Sevilla, España. Recuperado el 13 de enero de 2020 de https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=64134

Itani, H., Sidani, Y. y Baalbaki, I. (2011). United Arab Emirates female entrepreneurs: Motivations and frustrations. Equality, Diversity and Inclusion: *An International Journal,* Vol. 30, Num 5, p. 409-424.

Ketelaars, A. (2017). *What is the effect of female role models on the labour force participation of women.* Radboud University. Países Bajos. Recuperado el 13 de enero de 2020 de https://theses.ubn.ru.nl/handle/123456789/4879

Kirzner, Israel (1973). *Competition and Entrepreneurship.* Nueva York, Estados Unidos de América: University of Chicago Press.

Knight, F. (2017). *Risk Uncertainty and Profit.* Nueva York, Estados Unidos de América: Dover Publication.

Kobeissi, N. (2010). Gender factors and female entrepreneurship: International evidence and policy implications. *Journal of international entrepreneurship,* Vol. 8, Num. 1, p. 1-35.

Kulik, C. y Rae, B. (2019). *The Glass Ceiling in Organizations.* In Oxford Research Encyclopedia of Business and Management.

Leibenstein, H. (1966). Allocative Efficiency vs. X-Efficiency. *The American Economic Review.* Vol. 56, Num. 3, p. 392-415.

Lewellyn, K. y Muller-Kahle, M. (2019). The Corporate Board Glass Ceiling: The Role of Empowerment and Culture in Shaping Board Gender Diversity. *Journal of Business Ethics,* Vol. 10, Num. 1, p. 1-18.

Leung, A. (2011). Motherhood and entrepreneurship: gender role identity as a resource. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 3, Num. 3, p. 254-264.

Llussá, F. (2010). *Determinants of entrepreneurship: are women different?.* FEUNL Working Paper Series No. 555. Recuperado el 13 de enero de 2020 de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1799334

Main, B. y Gregory-Smith, I. (2018). Symbolic management and the glass cliff: evidence from the boardroom careers of female and male directors. *British Journal of Management,* Vol. 29, Num. 1, p.136-155.

Manolova, T. S., Brush, C. G., Edelman, L. F., y Shaver, K. G. (2012). *One size does not fit all: Entrepreneurial expectancies and growth intentions of US women and men nascent entrepreneurs*. Entrepreneurship & Regional Development, Vol. 24, Num.1, p. 7-27.

McAdam, M. (2013). *Female entrepreneurship*. London England: Editorial Routledge.

McGowan, P., Redeker, C., Cooper, S. Y., y Greenan, K. (2012). *Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities.* Entrepreneurship & Regional Development, Vol. 24, Num. 1, p. 53-72.

Masters, R., & Meier, R. (1988). Sex differences and risk-taking propensity of entrepreneurs. *Journal of Small Business Management,* Vol. 26, Num. 1, p. 31-50.

Mueller, L. y Dato-On, M. (2008). Gender-role orientation as a determinant of entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 13, Num. 1, p. 3-20.

Mungai, E. y Ogot, M. (2012*). Gender, culture and entrepreneurship in Kenya*. *International Business Research,* Vol. 5, Num.5, p.175.

Noguera, M., Alvarez, C., Merigo, J., & Urbano, D. (2015). Determinants of female entrepreneurship in Spain: An institutional approach. Computational and Mathematical Organization Theory, Vol. 21, Num. 4, p. 341-355.

North, D. (2010). Instituciones, cambio institucional y desempeño económico. México DF Fondo de Cultura Económica. Estado, Gobierno, Gestión Pública, *Revista Chilena de Administración Pública,* (15-16), 223-237.

Okten, C. (2015). *Female Entrepreneurship in Turkey: Patterns, Characteristics, and Trends.* Editorial World Bank. Recuperado el 13 de enero de 2020 de https://elibrary.worldbank.org/doi/abs/10.1596/25410.

Peters, B. (2019). *Institutional theory in political science: The new institutionalism.* Nueva York, Estados Unidos de América: Edward Elgar Publishing.

Powell, G. y Eddleston, K. (2013). Linking family-to-business enrichment and support to entrepreneurial success: Do female and male entrepreneurs experience different outcomes? *Journal of Business Venturing,* Vol. 28, Num. 2, p. 261–280.

Rosa, P., Carter, S., y Hamilton, D. (1996). Gender as a determinant of small business performance: Insights from a British study. *Small Business Economics*, Vol. 8, Num. 6, p. 463-478.

Say, J. (1964). *A Treatise on Political Economy or the Production, Distribution and Consumption of Wealth* (Traducido de la cuarta edición de la traducción del francés al inglés por C.R. Prinsep). Nueva York, Estados Unidos de América: Augusus M. Kelley Publishers.

Sequeira, J., Gibbs, S., y Juma, N. (2016). Factors contributing to women'S venture success In developing countries: An exploratory analysis. *Journal of developmental entrepreneurship*, Vol. 21, Núm. 1, p. 1-26.

Schumpeter, J. (1997). *Teoría del Desenvolvimiento Económico. Ciudad de México*, México: Editorial Fondo de Cultura Económica.

Schwartz, E. (1976). Entrepreneurship- A new female frontier. *Journal of Contemporary Business*. Vol. 5, Num.1, p. 47.

Sullivan, P., Halbrendt, C., Wang, O., y Scannell, E. (1997). Exploring Female Entrepreneurship in Rurai Vermont. *Economic Development Review,* Vol.15, Num. 3, p.37-42.

Terrell, K. y Troilo, M. (2010). Values and female entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 2, Num. 3, p. 260-286.

Timmons, J. y Spinelli, S. (2009). *New Venture Creation: Entrepreneurship.* For The 21St Century. Nueva Dheli, India: Editorial Mc Graw Hill.

Torri, M, y Martínez, A. (2014). *Women's empowerment and micro-entrepreneurship in India: Constructing a new development paradigm?* Progress in Development Studies, Vol. 14, Num 1, p. 31-48.

Verheul, I., Stel, A. y Thurik, R. (2006). *Explaining female and male entrepreneurship at the country level.* Entrepreneurship and Regional Development, Vol. 18, Núm. 2, p. 151-183.

Williamson, O. (2009) *Las instituciones económicas del capitalismo.* Ciudad de México, México: Fondo de Cultura Económica.