

Recepción: 12/2/25 Aceptación: 6/5/25

Toniut, H. R., Díaz, M.L., Mateos, M. y Magno, E. (2025). “Factores personales que motivan el inicio emprendedor: Un estudio de caso de Mujeres emprendedoras de San Francisco, Argentina”. *Revista Perspectivas de las Ciencias Económicas y Jurídicas*. Vol. 15, Nº 2 (julio-diciembre). Santa Rosa: FCEyJ (UNLPam); EdUNLPam.



ISSN 2250-4087, e-ISSN 2445-8566

DOI <http://dx.doi.org/10.19137/perspectivas-2025-v15n2a05>

Factores personales que motivan el inicio emprendedor: Un estudio de caso de Mujeres emprendedoras de San Francisco, Argentina

Personal Factors that Motivate Entrepreneurial Initiation: A Case Study of Women Entrepreneurs in San Francisco, Argentina

Fatores pessoais que motivam o início do empreendedorismo: um estudo de caso de mulheres empreendedoras de San Francisco, Argentina

Hernan Ramón Toniut⁽¹⁾

María Luciana Diaz⁽²⁾

Macarena Mateos⁽³⁾

Emiliano Magno⁽⁴⁾

1 Universidad FASTA, Mar del Plata, Argentina. toniuth@ufasta.edu.ar

2 Universidad FASTA, Mar del Plata, Argentina. diazluciana76@hotmail.com

3 Universidad FASTA, Mar del Plata, Argentina. macarenamateos@ufasta.edu.ar

4 Universidad FASTA, Mar del Plata, Argentina. emilianomagno89@gmail.com

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo examinar los factores determinantes de la motivación emprendedora, con la finalidad de presentar un modelo que explique este fenómeno y que luego permita, a partir de su uso, conocer las diferencias entre los hombres y mujeres emprendedoras.

El trabajo se organizó en cuatro etapas: la primera mediante una revisión de la literatura acerca de la evolución de la investigación sobre la motivación emprendedora; en la siguiente se realizaron entrevistas en profundidad con emprendedoras de la ciudad de San Francisco para conocer su historia de vida en relación al surgimiento del proyecto; en tercer término, se realizó la sistematización de la información mediante la construcción de un modelo de análisis integrado compuesto por dimensión, variables e indicadores determinantes de la motivación emprendedora. Luego se realizó una prueba del instrumento y un análisis factorial de correlación, a partir del cual, se diseñaron nuevas dimensiones y se agruparon las variables.

Palabras claves: Emprendedor, motivación, necesidades, incentivos.

Abstract

The objective of this work is to examine the determining factors of entrepreneurial motivation, with the aim of presenting a model that explains this phenomenon and subsequently enables the identification of differences between male and female entrepreneurs.

The study was organized into four stages: the first involved a literature review on the evolution of research on entrepreneurial motivation; the second consisted of in-depth interviews with female entrepreneurs from the city of San Francisco to explore their life stories in relation to the emergence of their projects; third, the information was systematized through the construction of an integrated analytical model composed of dimensions, variables, and indicators that determine entrepreneurial motivation. Finally, the instrument was tested, and a factorial correlation analysis was conducted, which led to the design of new dimensions and the grouping of variables.

Keywords: Entrepreneur, motivation, needs, incentives.

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo examinar os fatores determinantes da motivação empreendedora, com o objetivo de apresentar um modelo que explique esse fenômeno e que, a partir de sua utilização, permita conhecer as diferenças entre homens e mulheres empreendedores.

O trabalho foi organizado em quatro etapas: a primeira por meio de uma revisão da literatura sobre a evolução da pesquisa sobre motivação empreendedora; na seguinte, foram realizadas entrevistas em profundidade com empreendedoras da cidade de São Francisco para conhecer sua história de vida em relação ao surgimento do projeto; em terceiro lugar, foi realizada a sistematização das informações por meio da construção de um modelo de análise integrado composto por dimensão, variáveis e indicadores determinantes da motivação empreendedora. Em seguida, foi realizado um teste do instrumento e uma análise fatorial de correlação, a partir da qual foram projetadas novas dimensões e agrupadas as variáveis.

Palavras-chave: Empreendedor, motivação, necessidades, incentivos.

1. Introducción

Cuando se hace referencia al concepto de emprendedor, se alude a un constructo complejo e influenciado por múltiples factores. El primero en introducir la palabra *entrepreneur* fue Richard Cantillon, conocido como el padre de la economía de empresa (Palacios Dueñas & Ruiz Cedeño, 2020). Etimológicamente, los términos emprendedores, empresa y el verbo emprender provienen del francés, *entrepreneur*, *entreprise* y *entreprendre* respectivamente. A su vez, estos términos proceden de la misma raíz del latín vulgar (*in*, *en*, y *prendere*) cuyo significado es coger, atrapar, tomar (Palacios Dueñas & Ruiz Cedeño, 2020).

El emprendimiento es una de las iniciativas que sostiene la economía (Molina-Gastélum, et al 2023, Ynzunza Cortés & Landeta, 2021) y uno de los fundamentos de la sociedad (Lozada Almendariz et al, 2021), además, permite modificar los estilos de vida, generar oportunidades y mejorar la calidad de vida (Campuzano Vásquez, 2022).

Para poder definir el término emprendedor los autores se han referido a diferentes aspectos como los ideales, las características y la personalidad de quienes se dedican a emprender. A lo largo del tiempo, numerosos estudios y teorías han profundizado en esta temática, enriqueciendo su comprensión y definición.

Desde la literatura se considera a Schumpeter (1934) como el que introduce el concepto de emprendedor como el agente principal del cambio económico. En este contexto, el emprendedor es alguien que realiza innovaciones que revolucionan los mercados y los procesos productivos. Estas innovaciones pueden ser nuevos productos, métodos de producción, fuentes de materias primas, o formas de organización de negocios.

Cunningham y Lischeron (1991) sostienen que el emprendedor puede ser caracterizado desde distintas escuelas de pensamiento: como un individuo que posee intuición y sexto sentido (teoría de la gran persona), con valores y actitudes únicas, como son la necesidad de autorrealización o la propensión a asumir riesgos (Escuela Psicológica), con una habilidad elevada para la innovación (Escuela Clásica), con alta capacidad para organizar recursos, planificar y motivar (Escuela de Management), con cierta capacidad de liderazgo (Escuela de Liderazgo) y con aptitudes que permiten maximizar las oportunidades del entorno (Escuela de Intrapreneurship).

Desde el ámbito académico, se han planteado diversas miradas sobre el emprendedor: se puede ver al emprendedor como innovadores, ante de cambio (Schumpeter, 1934), como artesanos y buscadores de oportunidades de negocios (Pennetta et al, 2023, Hornaday y Bunker, 1970), como una forma de vida, un modelo cultural, un modo de estar y una manera de relacionarse con el mundo (Pfeilstetter, 2011) y a los emprendedores como iniciadores, organizadores de recursos y tomadores de riesgos (Hisrich y Peters, 1992).

El emprendedor puede estudiarse como aquella persona que crea su propia empresa (Saldarriaga & Guzmán, 2018, Sanchez et al, 2017). En este caso, Arango Benjumea (2017) resalta este proceso contemplando una serie de etapas que incluyen la sensibilización, la gestación de la idea y del plan de negocio, la gestión de los recursos, la legalización, el montaje, la puesta en marcha de la iniciativa y su consolidación.

El emprendimiento es reconocido como uno de los principales impulsores del desarrollo de la economía mediante la creación de micro, pequeñas y medianas empresas (Jaén, et al 2023, Cousin et al; 2020), la generación de empleo, autoempleo en una sociedad ((Ynzunza Cortés & Landeta, 2021, Ovalles-Toledo, et al 2018), incrementando los ingresos de las empresas, las familias y los individuos (Molina-Gastélum, et al 2023).

Las motivaciones se han constituido en un tema de interés de muchos investigadores, quienes buscan conocer más sobre los factores que llevan a una persona a emprender (Ynzunza Cortés & Landeta, 2021). Evaluar las motivaciones no solo contribuye al avance teórico en el campo del emprendimiento, sino que también proporciona insumos valiosos para el diseño de políticas orientadas a potencializar el crecimiento de la actividad emprendedora como una alternativa para la creación de empresas y de esta manera, mejorar la demanda laboral, así como la inserción laboral a través del autoempleo. El impacto de la actividad empresarial se siente en todos los sectores y en todos los niveles de la sociedad, especialmente en lo que se refiere a la innovación, la competitividad, la productividad, la generación de riqueza, la creación de empleo y la formación de nuevas industrias (Kuratko 2014).

A pesar del creciente interés en el estudio del emprendimiento, y la mayor intervención y participación de las mujeres en la economía como agentes que la dinamizan (Miranda Sánchez, et al, 2023, Molina-Gastélum, et al 2023), gran parte de las investigaciones se concentran a las motivaciones de los hombres, existiendo una limitada comprensión de cómo las motivaciones varían entre los hombres y las mujeres (Rosca et al, 2020, Paredes et al, 2019). Durante muchos años, la participación de la mujer en el desarrollo empresarial se ha visto demeritada y de alguna manera hasta anulado, tomándola como un hobby o como algo pasajero que solamente genera dinero de bolsillo (Jaén, et al 2023). En este sentido se desconoce los factores que impulsan al emprendimiento femenino (Molina-Gastélum, et al 2023)

Sin embargo, el emprendimiento femenino es un tema de incipiente relevancia en la actualidad (Jaén, et al 2023). En muchas sociedades, crecientemente, las mujeres desarrollan un poder transformador en la sociedad y en la economía a través del desarrollo de negocios. Por tanto, resulta determinante entender qué condiciona o determina

que una mujer decida convertirse en emprendedora (Serio, 2021). De esta manera, resulta importante revisar los modelos propuestos y proponer uno que incorpore nuevas variables que incluyan a aspiraciones de las mujeres (Miranda Sánchez, et al, 2023).

El siguiente trabajo de investigación propone un modelo que establece variables para evaluar la motivación emprendedora. Al aplicar el modelo, se podrá conocer las diferencias entre las motivaciones emprendedoras de los hombres y mujeres, además de otras variables de segmentación. En este caso, el foco de estudio es la persona, sin contemplar aspectos externos vinculados al ecosistema emprendedor.

Con este objetivo, para el relevamiento de las nuevas variables se realizó una investigación en mujeres emprendedoras de la ciudad de San Francisco, Córdoba de la República Argentina. La ciudad cuenta con un Consejo Municipal de la Mujer. Dentro de las actividades que desarrolla se encuentra el fomento de la Feria de Mujeres Emprendedoras, donde más de 100 mujeres participan en cada fecha ofreciendo sus propuestas.

La creación de un emprendimiento está estrechamente vinculada a las motivaciones para iniciar una empresa y a la definición de los objetivos que se propone. Además, guían el resto del proceso de toma de decisiones. El conocimiento de la motivación emprendedora es determinante para orientar políticas en el ámbito de la educación orientando a los estudiantes para su desarrollo y la definición de políticas públicas por parte del estado, que contribuya a la creación de empresas (Ynzunza Cortés & Landeta, 2021). Las motivaciones emprendedoras afectan los objetivos, estrategias y estructuras de las nuevas empresas (Bird, 1988). Además, Hannan y Freeman (1989) señalan que estas tienen un impacto en la supervivencia, crecimiento y margen de beneficio. No todas las personas inician un nuevo negocio buscando los mismos incentivos, por ejemplo, algunos pueden ser de corto plazo y una vez que se alcanzan dejan de estar motivados para seguir, otros en cambio, de largo plazo y buscan la trascendencia y un futuro para su familia.

¿Cuáles son las motivaciones iniciales que llevan a una persona a pensar en ser empresario? ¿Qué aspectos determinan que una persona elija emprender en lugar de ser empleado? El conocimiento de estas motivaciones puede ayudar a entender mejor las razones de

los comportamientos emprendedores durante las etapas posteriores al inicio.

2. Revisión de la literatura

Motivación emprendedora

La literatura sobre motivaciones emprendedoras tiene muchos estudios sobre la temática. Sin embargo, existen muy pocas investigaciones que integran diferentes dimensiones en el estudio de las motivaciones.

Existen diversos estudios sobre el desarrollo emprendedor. Algunos de ellos buscan explicar la importancia de las competencias emprendedoras para el éxito de la implementación (Miranda Sánchez et al 2023, Ynzunza Cortés & Izar Landeta, 2021, Tarapuez et al, 2018, Amit et al, 1990, Bird, 1988, McClelland, 1987). Otros establecen los elementos condicionantes del entorno para su desarrollo (Kantis et al, 2000, Bird, 1988). Por otra parte, también se estudian las motivaciones que llevan a una persona a emprender (Ynzunza Cortés & Izar Landeta, 2021, Terán-Yépez & Guerrero-Mora, 2019, Tarapuez et al, 2018, Sánchez et al 2012), Finalmente otro grupo busca exponer el desarrollo emprendedor como un proceso social (Gibb & Ritchie, 1982). En este caso, se aprecia que los enfoques de estudio pueden realizarse desde diferentes perspectivas de análisis.

Para conocer las razones que llevan a una persona a desarrollar un emprendimiento es fundamental entender el comportamiento humano, y para esto, su motivación (Ynzunza Cortés & Landeta, 2021). El concepto de motivación se ha utilizado para entender el comportamiento de las personas en el ámbito del trabajo y gestión (motivación laboral), del comercio (motivación de compra), educación (finalización de formación), psicología clínica, deportes, salud y bienestar y desarrollo personal, entre otras.

La motivación se relaciona con procesos que proporcionan energía y dirección (Serafini, 2020), causa del comportamiento humano. Son fuerzas psicológicas que actúan sobre, o dentro de, un organismo, para iniciar y dirigir la conducta de este (Sánchez et al, 2012). Motivación proviene del latín moveré, que se construye sobre la base de la idea de algo que provoca movimiento o acción, reflejando así su actual concepto de lo que impulsa a una persona a realizar una

actividad o esforzarse hacia obtener un incentivo. De esta manera, el motivo es un impulso que lleva a la persona a actuar de determinada manera, una fuerza interior necesaria para afrontar las dificultades (Ynzunza Cortés & Landeta, 2021). Es por ello, que también lo está en aquellas personas que deciden emprender.

Se define a la motivación como el proceso por el cual una persona a partir de un estado de carencia (necesidad), desarrolla un determinado comportamiento (impulso) con el propósito de lograr una meta (incentivos) (Naranjo Pereira, 2009, Sáncheze et al, 2012). En el caso de la motivación emprendedora, el establecimiento de una meta a la que la persona aspira se alcanza a través de la creación de una empresa. En este marco, la intencionalidad emprendedora es un estado mental que dirige la atención de una persona hacia un objeto específico (meta) o un camino para lograr algo (medio) (Bird, 1988).

La mayor parte de las investigaciones no diferencian entre los hombres y mujeres emprendedoras. Sin embargo, se han publicado algunos artículos sobre las motivaciones emprendedoras de las mujeres (Selamat et al, 2020, Link, & Strong, 2016, da Fonseca et al, 2015, Rahmatullah y Zaman, 2014, Brush et al, 2006, Boden 1999, Birley, 1989). Por su parte, otros artículos exploran las diferencias entre los hombres y mujeres emprendedores (Selamat et al, 2020, da Fonseca, et al, 2015, Rahmatullah y Zaman, 2014, Boden, 1999, Birley, 1989).

A pesar de que los desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras no difieren de los que enfrentan los varones, las motivaciones para emprender suelen ser distintas (Aguilar-Rosado & Campos-Sánchez, 2024).

Factores que definen la motivación emprendedora

La motivación emprendedora surge en la primera etapa del proceso emprendedor, en la etapa de gestación, junto al desarrollo de las competencias y la transformación de una idea en un proyecto (Kantis, 2004). Sin embargo, existen ciertos factores que influyen en el proceso emprendedor contribuyendo u obstaculizando el nacimiento y desarrollo de emprendedores. Junto con las variables individuales, las variables sociales, políticas y económicas, crean el contexto para el emprendimiento (Bird, 1988). A estas se le puede sumar, la cultura y sistema educativo, estructura y dinámica productiva, redes del

emprendedor, mercado de factores, regulaciones políticas (Kantis, 2004).

Las variables personales determinantes para el inicio emprendedor se pueden clasificar en: extrínsecas e intrínsecas (Boyd, 2006, Choo y Wong, y Gumpert, 1983, Porter y Lawler, 1968). Las intrínsecas, son motivaciones que provienen del interior del individuo y están vinculadas a sus valores, intereses y aspiraciones personales. En cambio, extrínsecas, se relacionan con recompensas y factores externos al individuo que pueden influir en la motivación. Estas motivaciones suelen estar vinculadas a los resultados que se obtienen fuera del propio proceso emprendedor

Dentro de las variables extrínsecas se destacan: ganar dinero (Sánchez et al, 2012), mejor ingreso (Miranda Sánchez, et al, 2023, Choquehuanca Ramos, et al., 2024, Douglas & Shepherd, 1999), la seguridad en el empleo, la necesidad de trabajo y/o subsistencia (Aguilar-Rosado & Campos-Sánchez, 2024, Benzing et al, 2009), apoyo al ingreso familiar (Miranda Sánchez, et al, 2023), mayor independencia económica (Briseño et al, 2016), mejora en el nivel de vida (Briseño et al, 2016, Cachon et al, 2013), cambios en la vida (Casrud et al, 2009), pérdida de un empleo (Ozsungur, 2019), la discriminación (Ozsungur, 2019), prestigio social y status (Sánchez et al, 2012), búsqueda de libertad, el control en los procesos de toma de decisiones (Ramadani, 2015), el manejo de los tiempos propios (Sastre, 2013), el horario flexible (Ozsungur, 2019), buscar equilibrio entre la familia y la actividad económica (Briseño et al, 2016).

Por otra parte, las variables intrínsecas que influyen son: poder (Sánchez et al, 2012) conseguir éxito personal, el placer (Casrud et al, 2009), superación profesional y personal (Aguilar-Rosado & Campos-Sánchez, 2024, Briseño et al, 2016), la búsqueda de desafíos (Choquehuanca Ramos, et al., 2024, Swierczek y Hathai, 2011), logro (Miranda Sánchez et al, 2023, McClelland 1961), ser su propio jefe (Ynzunza Cortés, et al., 2021, Cachon et al., 2013) y autonomía e independencia (Choquehuanca Ramos, et al., 2024, Ynzunza Cortés, et al., 2021, Sánchez et al, 2012, Shapero, 1985).

Desde el punto de vista de las motivaciones de las mujeres emprendedoras, a menudo lo hacen para poder equilibrar mejor sus responsabilidades familiares y laborales (Cuñat & Cuñat (2023, Gálvez-García & Suárez-Ortega, 2021, Boden 1999, Birley, 1989,)), además

buscan independencia económica (Pandey, 2013, Birley, 1989) y la capacidad de controlar su propio destino profesional. (Pandey, 2013, Birley, 1989). Las mujeres suelen ver truncadas sus aspiraciones por el llamado techo de cristal (Powell, 1999) expresado como la dificultad sufrida para acceder a determinados puestos. Por otra parte, suelen enfrentar una carga desproporcionada de responsabilidades de cuidado y tareas domésticas, lo que puede hacer que el autoempleo sea una opción más atractiva para gestionar estas demandas (Ridgeway & Correll, 2004). En otros casos, las mujeres emprenden un proyecto buscando la seguridad financiera (Selamat et al, 2020) y ser el apoyo financiero de la familia (Pandey, 2013). Rahmatullah y Zaman (2014) señalan algunos motivos para que las mujeres emprendan entre las que se destacan la obligación de dar continuidad a un negocio familiar, la poca flexibilidad, el insuficiente control de su tiempo, la carencia de satisfacción personal y la falta de empleo. Además, existen otros aspectos como el mantenimiento del contacto con la sociedad por medio de una actividad que les permite compartir con otros y crear espacios colectivos (da Fonseca et al, 2015). Otro aspecto importante es el regreso luego de la maternidad por consideraciones económicas o por el deseo de autorrealización (Bruni et al, 2004). En cambio, Fonseca et al, (2015) resalta que para los hombres las principales motivaciones emprendedoras pueden responder a las necesidades de reconocimiento, logro, poder, hedonismo y la autodirección.

Además de las motivaciones para emprender, las características de las personas contribuyen al sostenimiento y éxito emprendedor. Son aspectos claves para esto, la autoconfianza, el comportamiento innovador, la motivación de logro, la autoeficacia emocional, el liderazgo, la proactividad y la tolerancia a la incertidumbre (Ornelas et al, 2015), actitud positiva (Espada García, 2002) como la capacidad para arriesgarse y superarse.

3. Metodología

Para cumplir con el objetivo de identificar los factores que determinan las motivaciones emprendedoras, se diseñó un proceso de cuatro etapas: revisión de la literatura, entrevistas en profundidad a emprendedoras, sistematización y propuesta de modelo y una prueba de este.

La primera consistió en identificar el estado de la cuestión. Para esto, se ha realizado una revisión de la bibliografía escrita por los principales autores, con el objeto de sistematizar y seleccionar las variables determinantes de la motivación emprendedora.

En segundo término, y con el objeto de validar el modelo propuesto, se realizaron entrevistas en profundidad abiertas con mujeres emprendedoras de la ciudad de San Francisco, Córdoba, sustentadas en una guía general de contenido, donde los entrevistadores conversaron e intercambiaron información con el entrevistado (Hernández Sampieri et al., 2014). Esta técnica de investigación cualitativa consiste en una conversación detallada y semi-estructurada entre el entrevistador y el entrevistado, diseñada para explorar en profundidad las percepciones, experiencias, opiniones, y sentimientos de una persona, en este caso, sobre su motivación a emprender. Este tipo de entrevista permite obtener información rica y detallada que no se puede captar fácilmente con métodos más estructurados como encuestas o cuestionarios. Durante las entrevistas se tomaron notas sobre los aspectos claves y se realizó una grabación de voz para usarla durante el proceso de sistematización y análisis de la información. Para esto fueron seleccionadas 10 emprendedoras a partir de un muestreo intencional, diferenciándose por antigüedad, tamaño y productos elaborados. La elección estuvo vinculada a su experiencia y perspectiva para comprender los factores que influyen en la motivación desde una perspectiva de género. Se seleccionaron mujeres de entre 25 y 50 años. La muestra incluyó emprendedoras de diferentes actividades que operan en sectores como decoración, vestimenta, alimentación. A partir de esta herramienta se puede conocer sus vivencias, experiencias, y de esta manera, obtener una comprensión detallada de las razones que impulsan a las mujeres a iniciar y continuar con sus proyectos a partir de ciertos patrones y factores recurrentes que pueden ser esenciales para construir el modelo. Las entrevistas sirvieron para validar las variables propuestas en el marco teórico, de las mismas no surgieron nuevas variables a incorporar.

En la tercera etapa, se realizó la sistematización de la información, mediante la construcción de un modelo de 24 variables (Tablas 1 y 2). Las variables resultantes surgieron del análisis bibliográfico y complementándolas con las surgidas en las entrevistas en profundidad realizadas a emprendedoras. De esta manera se elaboró un modelo de análisis integrado, pudiendo este ser utilizado para evaluar

las diferencias motivadoras en diferentes contextos culturales, económicos y personales.

Finalmente, en la cuarta etapa, se realizó una prueba del modelo mediante un relevamiento de 131 emprendedores, utilizando las variables y la escala de lickert propuesta en la tercera etapa. A partir de esto, se realizó un análisis factorial de correspondencia para identificar patrones y relaciones entre categorías de variables en datos categóricos. Luego de esto, se redefinió el modelo y la agrupación de las variables (Tablas 4, 5 y 6).

4. Resultados

Para la construcción del modelo de análisis de las motivaciones emprendedoras se han considerados 24 variables que influyen en la creación empresarial. A partir de esto, se construyó un instrumento de recolección de datos. Para esto se trabajó en la operacionalización de las variables del modelo. El proceso de operacionalización es el paso de una variable teórica a indicadores empíricos verificables y medibles e ítems (Solís, citado por Hernández Sampieri, Mendoza Torres, 2018).

A continuación, se presenta el modelo que contempla las variables propuestas para evaluar las motivaciones emprendedoras.

Tabla 1. Variables

Variable	Autores
Mejorar los ingresos	(Miranda Sánchez et al., 2023), (Choquehuanca Ramos, et al., 2024) (Benzing et al., 2009), (Swierczek y Hathai, 2011), (Cachon et al., 2013), (Díaz-Foncea, Marcuello, 2013), Douglas, & Shepherd,1999).
Seguridad en el empleo	(Miranda Sánchez et al., 2023), (Benzing et al., 2009), Swierczek y Hathai, 2011), (Cachon et al., 2013), (Sánchez et al., 2012).
Necesidad de trabajo y subsistencia, crear mi propio trabajo	(Cachon et al., 2013), (Marulanda Valencia et al, 2019)

Variable	Autores
Mejora en el estilo de vida	(Miranda Sánchez, et al., 2023), (Cachon et al, 2013)
Independencia económica	(Díaz-Foncea, Marcuello, 2013),
Cambio en la vida	(Sánchez et al, 2012).
Pérdida de empleo o desempleo	(Díaz-Foncea, Marcuello, 2013), (Marulanda Valencia et al, 2019).
Dar empleo a la familia, traspasar el negocio	(Miranda Sánchez et al., 2023), (Benzing, et al, 2009), (Swierczek y Hathai, 2011), (da Fonseca Oliveira et al., 2015), (Cachon et al., 2013), (Marulanda Valencia et al., 2019)
Prestigio social, reconocimiento	(Miranda Sánchez, et al, 2023), Swierczek y Hathai, 2011), (Cachon et al., 2013), (Sánchez et al., 2012), (Tarapuez et al., 2018), (Díaz-Foncea, Marcuello, 2013), (Marulanda Valencia et al, 2019).
Libertad	(Miranda Sánchez et al., 2023), (Benzing, et al., 2009), (Cachon et al., 2013)
Control en los procesos de decisiones	(Miranda Sánchez et al., 2023), (Cachon et al., 2013), (Díaz-Foncea, Marcuello, 2013), Shapero (1985)
Manejo de tiempos propios Flexibilidad horaria	(Marulanda Valencia et al, 2019)
Equilibrio entre la familia y la actividad económica. Estar más cerca de mi familia.	(Cachon et al, 2013).
Falta de oportunidades	(Sánchez et al, 2012).
Insatisfacción con el empleo	(Sánchez et al., 2012), (Díaz-Foncea, Marcuello, 2013), (Marulanda Valencia et al., 2019).
Poder	(da Fonseca Oliveira, et al., 2015), (Sánchez et al., 2012), (Tarapuez et al., 2018)
Éxito personal, puedo lograrlo, demostrar, autorrealización, sueño personal	(Benzing et al., 2009), (da Fonseca Oliveira et al., 2015), (Cachon et al., 2013), (Sánchez et al., 2012), (Tarapuez et al., 2018)

Variable	Autores
Placer/ Divertirse.	(Miranda Sánchez et al., 2023), (Benzing, et al, 2009), (Swierczek y Hathai., 2011), (Cachon et al., 2013), (Sánchez et al., 2012)
Superación personal, reto y profesional, crecimiento,	Swierczek y Hathai, 2011), (Tarapuez et al., 2018), (Díaz-Foncea, Marcuello, 2013), (Marulanda Valencia et al., 2019) (Benzing et al., 2009), (Cachon et al., 2013) (Sánchez et al, 2012).
Sueño personal	(Marulanda Valencia et al., 2019), (Bruni et al, 2004).
Búsqueda de desafíos	(Miranda Sánchez, et al., 2023) Choquehuanca Ramos, et al., 2024
Logro	(Miranda Sánchez et al., 2023), (Swierczek y Hathai, 2011), McClelland, D (1961)
Ser el jefe	(Miranda Sánchez et al., 2023), (Benzing et al., 2009), (da Fonseca Oliveira et al., 2015), (Cachon et al., 2013), (Tarapuez et al., 2018)
Autonomía	(Sánchez et al., 2012), (Tarapuez et al., 2018), (Marulanda Valencia et al., 2019), Choquehuanca Ramos, et al., 2024

Fuente: Elaboración propia

En relación con los ítems que se formularon para identificar las motivaciones emprendedoras, se propone el uso de una escala de Likert de cinco opciones, para medir, por medio de afirmaciones, el grado de acuerdo o desacuerdo respecto de cada una de las variables de estudio. La integración del cuestionario fue conformada por 24 preguntas.

Tabla 2. Variables, e ítems

Variable	Ítem
Mejorar los ingresos	Mi meta en la creación del emprendimiento fue incrementar los ingresos.
Seguridad en el empleo	Buscaba al crear el negocio tener estabilidad laboral.

Variable	Item
Necesidad de trabajo y subsistencia, crear mi propio trabajo	El emprendimiento se inició para generar un trabajo propio.
Mejora en el estilo de vida	Busqué mejorar mi estilo de vida a través de mi emprendimiento.
Independencia económica	Buscaba tener independencia económica.
Cambio en la vida	Quería cambiar mi estilo de vida.
Pérdida de empleo o desempleo	El inicio del negocio se dio por la pérdida de empleo o por no tener trabajo.
Dar empleo a la familia, traspasar el negocio	El emprendimiento me permitió darle trabajo a mi familia o darle una empresa a mi familia.
Prestigio social, reconocimiento	Me motivó a iniciar el emprendimiento para que se me reconozca por mi negocio.
Libertad	Tener libertad fue una razón importante para iniciar el negocio.
Control en los procesos de decisiones	Me motivaba poder tomar mis propias decisiones como razones para emprender.
Manejo de tiempos propios Flexibilidad horaria	Manejar mis tiempos fue determinante para comenzar el emprendimiento.
Equilibrio entre la familia y la actividad económica. Estar más cerca de mi familia.	Estar cerca de mi familia fue un motivo para emprender.
Falta de oportunidades	El emprendimiento buscaba obtener oportunidades laborales.
Insatisfacción con el empleo actual	Me motivó iniciar el emprendimiento porque tenía insatisfacción con mi trabajo anterior.
Poder	Elegí emprender porque eso me da poder
Éxito personal, puedo lograrlo, demostrar, autorrealización, sueño personal	Quería lograr crecimiento o éxito personal por medio de mi negocio

Variable	Item
Placer/ Divertirse.	Buscaba realizar una actividad que me permitiera divertirme al iniciar el emprendimiento.
Superación personal, reto y profesional, crecimiento.	Me motivaba crear mi propio trabajo.
Sueño personal	El inicio del emprendimiento corresponde a un sueño personal.
Búsqueda de desafíos	Para mí, tener un negocio era cumplir con un reto personal
Logro	Me motivaba probar que puedo lograr que un negocio funcione y sea mío.
Ser el jefe	Me motivaba ser mi propio jefe.
Autonomía	Inicié mi negocio para tener autonomía de otros.

Fuente: Elaboración propia

Cada una de las frases que corresponde a las variables, es medida según la respuesta dada. En la matriz de resultados, el mayor acuerdo con la frase obtiene un puntaje de 5 puntos, parcial acuerdo 4, ni acuerdo ni desacuerdo 3, parcial desacuerdo 2 y un total desacuerdo, una valoración de 1.

Tabla 3 Escala para la interpretación de los resultados

Punto	Interpretación del resultado
1	Totalmente en desacuerdo con la afirmación
2	Parcial desacuerdo con la afirmación
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación
5	Parcial acuerdo con la afirmación
5	Totalmente de acuerdo con la afirmación

Fuente: Elaboración propia

Se realizó una prueba del instrumento, relevando los datos de 131 emprendedores. Luego se realizó un análisis factorial de correspondencia sobre los resultados obtenidos. El análisis de

correspondencias es un procedimiento para resumir la información contenida en una tabla de contingencia (Peña, 2002). Sirve para representar gráficamente las relaciones entre las categorías de las variables, identificando similitudes o patrones de asociación. Por ejemplo, una proximidad entre puntos indica que comparten características similares o están asociadas en la tabla de contingencia. A partir de esto, se definieron las dimensiones y las variables que la contienen.

Del análisis de correspondencia surgieron tres dimensiones que explican la mayor parte de la inercia (variación) de los datos. La dimensión 1 tiene una inercia de 0.123 que explica el 67,21 % de la inercia acumulada. La dimensión 2 tiene una inercia de 0.029 que explica el 15,84 % de la inercia acumulada. Finalmente, la 3 dimensión refleja la inercia restante.

A partir de esto se han renombrado las dimensiones de la siguiente manera: Dimensión 1, control y seguridad laboral; dimensión 2, transformación personal y libertad; y Dimensión 3, motivaciones generales. Con estas nuevas dimensiones, se han asignado las variables del modelo en función a su correspondencia.

Tabla 4 Dimensión: Control y seguridad laboral

Variable	Item
Poder	Elegí emprender porque eso me da poder
Insatisfacción con el empleo actual	Me motivó iniciar el emprendimiento porque tenía insatisfacción con mi trabajo anterior.
Dar empleo a la familia, traspasar el negocio	El emprendimiento me permitió darle trabajo a mi familia o darle una empresa a mi familia.
Pérdida de empleo o desempleo	El inicio del negocio se dio por la pérdida de empleo o por no tener trabajo.
Necesidad de trabajo y subsistencia, crear mi propio trabajo	El emprendimiento se inició para generar un trabajo propio.
Independencia económica	Buscaba tener independencia económica.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5 Dimensión: Control y seguridad laboral

Variable	Item
Placer/ Divertirse.	Buscaba realizar una actividad que me permite divertirme al iniciar el emprendimiento.
Seguridad en el empleo	Buscaba al crear el negocio tener estabilidad laboral.
Falta de oportunidades	El emprendimiento buscaba obtener oportunidades laborales.
Ser el jefe	Me motivaba ser mi propio jefe.
Superación personal y profesional, crecimiento.	Me motivaba crear mi propio trabajo.
Prestigio social, reconocimiento	Me motivó a iniciar el emprendimiento para que se me reconozca por mi negocio.
Cambio en la vida	Quería cambiar mi estilo de vida.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6 Dimensión: Otras motivaciones

Variable	Item
Autonomía	Inicié mi negocio para tener autonomía de otros.
Éxito personal, puedo lograrlo, demostrar, autorrealización, sueño personal	Quería lograr crecimiento o éxito personal por medio de mi negocio
Mejorar los ingresos	Mi meta en la creación del emprendimiento fue incrementar los ingresos.
Libertad	Tener libertad fue una razón importante para iniciar el negocio.
Manejo de tiempos propios Flexibilidad horaria	Manejar mis tiempos fue determinante para comenzar el emprendimiento.
Mejora en el estilo de vida	Busqué mejorar mi estilo de vida a través de mi emprendimiento.
Logro	Me motivaba probar que puedo lograr que un negocio funcione y sea mío.
Búsqueda de desafíos	Para mí, tener un negocio era cumplir con un reto personal

Variable	Item
Sueño personal	El inicio del emprendimiento corresponde a un sueño personal.
Equilibrio entre la familia y la actividad económica. Estar más cerca de mi familia.	Estar cerca de mi familia fue un motivo para emprender.
Control en los procesos de decisiones	Me motivaba poder tomar mis propias decisiones como razones para emprender.

Fuente: Elaboración propia

Esta agrupación de variables, contribuyen a entender y a analizar conjuntamente variables relacionadas, obteniendo una perspectiva más rica, holística e integrada, en lugar de examinar cada variable de forma aislada. A partir de esto, se podrán diseñar acciones según el perfil de los encuestados en relación con su preferencia y diseñar intervenciones más personalizadas desde el ámbito gubernamental y educativo.

5. Conclusiones

El inicio emprendedor, aunque no resulte un fenómeno novedoso, su importancia merece ser analizada en profundidad. ¿Cuáles son las motivaciones emprendedoras en las mujeres? ¿Son las mismas variables que influyen en los hombres? El presente estudio tuvo por objeto elaborar una propuesta de variables e indicadores destinados a evaluar las motivaciones emprendedoras. Luego esto se sometió a un análisis factorial de correspondencia, que derivó en una definición de las dimensiones y la agrupación de las variables. Estos resultados sirvieron como fundamento para el diseño de un instrumento de recolección de datos que facilitara la recopilación de información en futuras aplicaciones del estudio.

En primer lugar, se realizó una revisión de la bibliografía para detectar variables relevantes a la hora de analizar las motivaciones emprendedoras. En segundo lugar, se buscó validar la relevancia de la información y obtener nuevos indicadores, esto con entrevistas en profundidad a emprendedoras de la ciudad de San Francisco. Estas fueron seleccionadas en función de su antigüedad, productos elaborados y tamaño del emprendimiento, de forma tal, de tener diferentes tipos de negocios, alineándose con los objetivos específicos de

la investigación. Por último, el análisis e interpretación de los datos permitió definir los resultados: dimensiones, variables e indicadores para evaluar los factores que inciden en el inicio emprendedor.

Con relación a las limitaciones de este estudio, se observó falta de consenso entre la bibliografía consultada y las entrevistas en profundidad en el listado general de las variables y particularmente en las mujeres emprendedoras. Además, se reconoce la necesidad de integrar en el modelo otros aspectos a futuro para la sustentabilidad del emprendimiento como las competencias y el ecosistema emprendedor. Estas consideraciones proporcionan valiosas pautas para futuras investigaciones y aplicaciones prácticas.

Por último, y con base en los resultados obtenidos, se espera en próximas investigaciones categorizar las diferentes motivaciones emprendedoras, para luego elaborar estrategias de acompañamiento, que contribuyan a mejorar la performance y crecimiento emprendedor. Además, se podría evaluar las motivaciones emprendedoras y el desempeño empresarial.

Bibliografía

- Aguilar-Rosado, N., Campos-Sánchez, A. (2024) Necesidad y oportunidad como motivaciones para el emprendimiento femenino en Latinoamérica. 33. Vol. 04. No.07, 31-57
- Amit, R., Glosten, L., Muller, E. (1990) *Entrepreneurial Ability, Venture I Management Science* 36(10),1233-1246.
- Arango Benjumea, J. J. (2017). Identificación de factores esenciales para la creación de empresas desde la perspectiva del emprendedor: el caso del Parque del Emprendimiento. Cuadernos de Contabilidad, 18(45), 110-124
- Benzing, C., Chu, H., Kara, O. (2009). *Entrepreneurs in Turkey: a factor analysis of motivations success factors and problems*. Journal of Small Business Management, 47(1), 58-91.
- Bird, B. (1988). *Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention*. Academy of management Review, 13(3), 442-453.
- Birley, S. (1989). *Female entrepreneurs: ¿Are they really any different?* Journal of Small Business Management, 27 (1), 32-37.

- Boden Jr., R.J. (1999). *Gender inequality in wage earnings and female self-employment selection*. *Journal of Socio-Economics*, 28 (3), 351-364.
- Boyd, D., Gumpert, D. (1983). *Coping with entrepreneurial stress*. *Harvard Business Review*, March/April, 44-64
- Briseño, G. O., Briseño, G. A., & López, L. A. (2016). El emprendimiento femenino: un estudio multicaso de factores críticos en el noreste de México. *Innovaciones de Negocios*, 13(25), 23-46.
- Bruni, A., Gherardi, S., Poggio, B. (2004): *Entrepreneurship Mentality, Gender and the Study of Women Entrepreneurs*, *Journal of Organizational Change Management*, volumen 17, 256-268.
- Cachon, J., Codina, J., Wellmann, C., McGraw, E. y Myers, D. (2013). *Entrepreneurial Motives and Performance. Evidence from North America*. *Journal of Management Policy and Practice*, 14 (3), 50-77
- Campuzano Vásquez, J, A (2022). Barreras al emprendimiento femenino universitario en estudiantes de la Universidad Técnica de Machala. *Sociedad & Tecnología*. 212-225.
- Carsrud, L., Brännback, M., Elfving, J. & Brandt, K. (2009) *Motivations: The Entrepreneurial Mind and Behavior*. En A. L. Carsrud & M. Brännback (Eds.), *Understanding the Entrepreneurial Mind*, New York: Springer, 141- 165.
- Choo, S., M Wong (2006). *Entrepreneurial intention: Triggers and barriers to new venture creation in Singapore*. *Singapore Management Review*, 28(2), 47-64
- Choquehuanca Ramos, C, L., Silva Hervas, X, C., Vizarreta Pocco, E, R. (2024) Factores determinantes de la motivación emprendedora en mujeres universitaria. *Revista Científica Disciplinarias*. Vol. 3 (2). 32-52
- Cousin, J., Freire, A., y Morales, D. (2020). Políticas públicas orientadas hacia el emprendimiento: un análisis de América y Europa. *Revista Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 7(4), 439-449.

- Cunningham, J. B., Lischeron, J. (1991). *Defining entrepreneurship*, *Journal of Small Business Management*, vol. 29, N° 1, 45-61.
- da Fonseca Oliveira, B. M., Moriano, J. A., Laguía, A., Soares, V. J. S. (2015). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de género. *Anuario de Psicología*, 45(3), 301-315.
- Cuñat Gimenez, R & Cuñat Roldán, M (2023). Dos decenios de actividad universitaria en economía social, cooperativismo y emprendimiento desde el instituto universitario IUDESCOOP. Cap Las cooperativas como fórmula idónea para la igualdad de género: motivaciones y obstáculos de las mujeres para emprender. Ed Ciriec, España.
- Díaz-Foncea, M.; Marcuello, C. (2013). Motivaciones del emprendedor cooperativo en Aragón. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, N° 78, 53- 70
- Douglas, E.J.; Shepherd, D.A. (1999): *Entrepreneurship as a Utility Maximizing Response*. *Journal of Business Venturing*, vol. 15, N° 3, 231-251.
- Espada García, M. (2002), *Nuestro motor emocional la motivación*. Días Santos.
- Fonseca Rentana, L., Lafuente Chrysosopoulos, R., Mora Esquivel, R. (2015) Evolución de los modelos en los procesos de innovación, una revisión de la literatura. *Tecnología en Marcha*. Vol. 29, N° 1, 108-117.
- Gálvez-García, R., Suárez Ortega, M. (2021). Mujeres emprendedoras. Experiencias vividas a partir de historias de vida. *Revista Estilos de Aprendizaje / Journal of Learning Styles* Vol. 14 Núm. Especial 2021, 89-99.
- Glancey, K., Greig, M., Pettigrew, M. (1998). *Entrepreneurial dynamics in small business service firms*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 4(3), 249-268
- Gibb, A., Ritchie, J. (1982). *Understanding the Process of Starting Small Businesses*. *European Small Business Journal*, 1(1), 26-45.

- Hannan, M., Freeman, J. (1989). *Organizational ecology*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6a. ed). McGraw-Hill
- Hisrich, R., Peters, M. (1992). *Entrepreneurship: Starting, developing and managing a new enterprise*. Homewood, IL: Irwin.
- Hornaday, J., Bunker, C. (1970). *The nature of the entrepreneur*. *Personnel Psychology*, 23(1), 47–54
- Jaén, M. P. F., Miranda, F. A. M., Véliz, D. C. M., Nata, A. V. Y., Marcos, L. A. J., & Choez, D. A. M. (2023). Emprendimiento femenino: desafíos y oportunidades para las empresarias. *South Florida Journal of Development*, 4(9), 3630–3647.
- Kantis, H., Angelelli, P., Gatto, F. (2000). Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: ¿de qué depende su creación y supervivencia? Universidad Nacional de Córdoba, Memorias de la 5a. Reunión Anual de la Red PyMEs Mercosur, 2000.
- Kantis, H. (2004). Un enfoque sistémico de la creación de empresas (pp. 23-28). En: Kantis, Hugo et al. Desarrollo Emprendedor. América Latina y la experiencia internacional. Banco Interamericano de Desarrollo (IADB) y Fundes Internacional.
- Kuratko, D. F. (2014). *Entrepreneurship: Theory, process, practice*. Mason, OH: Cengage/Southwestern
- Kuratko, D., Hornsby, J., Naffziger, D. (1997). *An examination of owner's goals in sustaining entrepreneurship*. *Journal of Small Business Management*, 35(1), 24–33
- Link, A, N, Strong, D, R (2016) *Gender and Entrepreneurship: An Annotated Bibliography, Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 12(4-5) 287–441.
- Lozada Almendariz, F, E., Cedeño Coya, J, Y., Chinga Muentes, E, I., Miranda Flores de Valgas, T, X (2021) Factores que motivan el emprendimiento: nuevas tecnologías para dinamizar una economía social. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 1. 81-89.

- Marulanda Valencia, F. A., Montoya Restrepo, I. A., Vélez Restrepo, J. M. (2019). El Individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Universidad & Empresa*, 21(36), 149-174
- McClelland, D. (1987) *Characteristics of Successful Entrepreneurs. The Journal of Creative Behavior* Vol 21 N 3, 219-233.
- McClelland, D. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: D. Van Nostrand.
- Miranda Sánchez, J. D., Sandoval Caraveo, M. Ca, Berttolini Díaz, G, M. (2023). Competencias emprendedoras de la mujer en el contexto mexicano. *Telos*, vol. 25, núm. 1, 52-70
- Miranda Sánchez, J. D., Sandoval Caraveo, M. C., y Berttolini Díaz, G. M. (2023). Factores motivacionales que determinan el emprendimiento de las mujeres en Tabasco, México. *región y sociedad*, 35, e1712
- Molina-Gastélum, S. M., Blanco-Jiménez, M., & Valenzuela-Reynaga, R. (2023). Instrumento para medir los factores que impulsan el emprendimiento en estudiantes femeninas universitarias. *Vinculatégica EFAN*, 9(4), 150-165.
- Naranjo Pereira, M, L. (2009) Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista Educación* 33(2), 153-170.
- Ornelas, C., Estela, C., Contreras González, L.E., Silva Olivera, M.A., Liquidano Rodríguez, M. C. (2015). Espíritu emprendedor y un factor de influencia: su desarrollo temprano. *Conciencia Tecnológica* N° 49, 46-51
- Ozsungur, F. (2019), *A research on women's entrepreneurship motivation: Sample of Adana Province. Women Studies International Forum*, 74, 114-126.
- Ovalles-Toledo, L., Moreno, Z., Olivares, M., & Silva, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana De Gerencia*, 23(81), 217-234
- Palacios Dueñas, A, E., Ruiz Cedeño, S del M., (2020). El emprendimiento en América Latina: Un análisis de su etimología, tipología y proceso. *ECA Sinergia*, vol. 11, núm. 2, 47-58

- Pandey, V. (2013). *Factors influencing entrepreneurial motivation of women entrepreneurs*. *BVIMSR's Journal of Management Research*, 5(2), 101-108.
- Paredes, S., Castillo, M., y Saavedra, M. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, 10(23), 158-167
- Pennetta, S., Anglani, F. and Mathews, S. (2023). Navigating through entrepreneurial skills, competencies and capabilities: A systematic literature review and the development of the entrepreneurial ability model. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 1-39
- Peña, D (2002). Análisis de datos multivariantes. Mc Graw Hill, Madrid.
- Pfeilstetter, R. (2011). El emprendedor. Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de un concepto. *Revista Gazeta de Antropología*. Artículo 16.
- Porter, L., Lawler. E. (1968). *Managerial Attitudes and Performance*. Chicago, IL.: Irwin.
- Powell, G. N. (1999): *Reflections on the Glass Ceiling. Recent trends and future prospects*. En G.N. Powell (Ed). *Handbook of Gender and Work*, 325-345.
- Rahmatullah, M., Zaman, F. (2014). *Female Entrepreneurship in Bangladesh: Constraints, Motivation and Success*.
- Ramadani, V. (2015). *The woman entrepreneur in Albania: An exploratory Study on Motivation, problems and success factors*. *Journal of Balkan and Near Studies*, 17 (2), 204-221.
- Sánchez, J. C., Aldana, R., De Dios, S., Yurrebaso, A. (2012) La motivación y la intención emprendedora. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*. N°1-Vol.4, 521-531
- Sánchez, L. M. L., Zerón, F. M. and De la Garza, C. M. H. (2017). Intención emprendedora en estudiantes universitarios en el centro de Tamaulipas, México. *Revista Nacional de Administración*, 8(2)

- Sastre, R. (2013). La Motivación emprendedora y los Factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento. *Ciencias Administrativas*. Núm. 1: Enero - Junio
- Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Selamat, F., Ie, M., Syahrivar, J., Chairy, C., Tunjungsari, H. (2020). *Why I should run my own business: A study on female entrepreneurs' motivation and business success in Indonesia*. *Advances in Economics, Business, and Management Research*, 145, 195-201.
- Serio, M (2021). Mujeres Emprendedoras en América Latina: El nivel educativo y la probabilidad de emprender. *Ecos de Economía*. vol.25, n.52, 78-115.
- Shapero, A. (1985). *Why entrepreneurship? A worldwide perspective*. *Journal of Small Business Management*, 23, 1.
- Swierczek, F., Hathai, T. (2011). *Motivation, entrepreneurship and the performance of SMES in Vietnam*. *Journal of Enterprise Culture*, 11(1), 47-68
- Ridgeway, C., Correll, S. (2004). *Unpacking the Gender System: A Theoretical Perspective on Gender Beliefs and Social Relations*. *Gender & Society*. 510-531
- Rosca, E., Agarwal, N., y Brem, A. (2020). Women entrepreneurs as agents of change: A comparative analysis of social entrepreneurship processes in emerging markets. *Technological Forecasting & Social Change*, 157, 120067.
- Saldarriaga, M, E., & Guzmán, M, F. (2018). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior: ¿Metodología o modelo? *Magazine School of Business Administration*, 85, 125-142.
- Serafini, M (2020). Motivación: un recorrido histórico y teórico de los principales marcos conceptuales. *Revista ConCiencia EPG-Vol. 5- N° 2*. 15-44
- Tarapuez E., Guzmán, B., Parra, R. (2018) Factores que determinan la intención emprendedora en América Latina. *Suma de Negocios*, 9(19), 56-67

- Terán Yépez, E., Guerrero Mora, A. (2019). Factores determinantes de la motivación emprendedora. *Revista Científica Multidisciplinaria Mikarimin* 5, 49-58.
- Yalcin, S., Kapu, H. (2008). *Entrepreneurial Dimensions in Transitional Economies: A Review of Relevant Literature and the Case of Kyrgyzstan*. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13(2), 185-204.
- Ynzunza Cortés, C. B., Izar Landeta, J. M. (2021). Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México. *Contaduría y administración*, 66(1), 1-26