

El desafío de emprender como microempresarias fuera del geocentrismo uruguayo

The challenge of entrepreneurship for microbusinesswomen beyond Uruguay's geocentrism

DOI: <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.36.12905>

Resumen

Este estudio pretende conocer y caracterizar los microemprendimientos liderados por mujeres en el departamento de San José, Uruguay, frente al fenómeno de migración del campo a la ciudad, con el fin de conservar tanto su tierra como su fuente laboral en los ámbitos personal y familiar. La etodología empleada fue de enfoque mixto. Se realizaron 92 entrevistas estructuradas a mujeres dueñas de microemprendimientos en el departamento de San José. Entre los resultados se encuentra que las principales motivaciones para iniciar un negocio son la necesidad económica, la frustración laboral y la búsqueda de autorrealización. Para la mayoría, era la primera vez que emprendían y sus negocios contaban con más de cinco años de antigüedad. Los principales problemas identificados fueron la falta de apoyo, así como dificultades logísticas y económicas. Se destaca que las mujeres aprenden de otras mujeres y que un factor catalizador para el éxito es la participación en espacios de interacción o redes de contacto, en las que puedan relacionarse con emprendedoras exitosas y aprender de sus experiencias.

Palabras Clave: emprendimiento, género, Latinoamérica, Mipymes, estrategia.

Abstract

The purpose of this study was to identify and characterize women-led microenterprises in the department of San José, Uruguay, in the context of rural-to-urban migration, with the aim of preserving both their land and sources of employment at personal and family levels. A mixed-methods approach was employed. A total of 92 structured interviews were conducted with women who own microenterprises in San José, carried out by a team of trained interviewers. Results: the main motivations for starting a business were economic need, job dissatisfaction, and the pursuit of self-fulfillment. For most participants, it was their first entrepreneurial experience, and their businesses had been operating for over five years. The main challenges reported were lack of support, as well as logistical and financial difficulties. Conclusions: it was emphasized that women learn from other women, and that a key catalyst for success lies in participating in interaction spaces or contact networks, where they can connect with successful entrepreneurs and learn from their experiences.

Keywords: Entrepreneurship, Gender, Latin America, MSMEs, Strategy.

Adriana Bonomo-Odizzio 
Investigadora, Universidad Católica del Uruguay
abonomo@ucu.edu.uy

Catherine Krauss-Delorme 
Ph.D. en Economía y Dirección de Empresas,
Universidad Católica del Uruguay.
ckrauss@ucu.edu.uy

Roberto Volfovitz-León 
Posdoctorado en Biometría,
Universidad Católica del Uruguay
roberto.volfovitz@ucu.edu.uy

Como citar: Cómo citar: Bonomo-Odizzio, A., Krauss-Delorme, C., & Volfovitz-León, R. (2025). *El desafío de emprender como microempresarias fuera del geocentrismo uruguayo. Dictamen Libre*, 36. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/dictamenlibre/article/view/12905>.

Licencia Creative Commons
Atribución-CompartirIgual
4.0 Internacional



RECIBIDO

6 de noviembre de 2024

ACEPTADO

15 de abril de 2025



INTRODUCCIÓN

Debido al fenómeno histórico de la realidad uruguaya y latinoamericana de migración del campo a la ciudad, es importante estudiar la situación de las microempresarias que generan emprendimientos para conservar su tierra (en el caso rural) y su fuente laboral, en los ámbitos personal y familiar.

Si bien en la bibliografía aparecen muchas referencias a estudios sobre pymes referidos a las microempresas, no son tantos y muchas veces son descriptivos comparando, desde una perspectiva de género, las actividades de hombres y mujeres. Pocos se enfocan en el aspecto del emprendimiento femenino.

Esta investigación se realizó entre 2013 y 2017, manejando datos correspondientes a la situación uruguaya y latinoamericana de ese periodo.

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) buscan empoderar a las mujeres y niñas del mundo, en particular de América Latina que enfrenta desafíos globales económicos, tecnológicos y geopolíticos, la lentitud del crecimiento económico y del comercio internacional, la cuarta revolución industrial (revolución digital), así como los cambios en el consumo y la producción (Cepal, 2018).

En el caso del emprendimiento femenino, es importante destacar la forma como lo afectan los ecosistemas, diferenciando tres ámbitos: mundial, latinoamericano y nacional. De acuerdo con la Cepal (2018), en Latinoamérica los aspectos negativos del gobierno, respecto al desarrollo de las MiPyMes se producen por: 1) falta institucionalidad del fomento a la MiPyMes y de estrategias a largo plazo, 2) no valorar su rol en la transformación productiva y 3) bajo impacto por la fragmentación de los apoyos públicos.

En este informe se destaca que la participación en el Producto Interno Bruto (PIB) para el promedio de los países de la Unión Europea (UE) alcanza el 56 %, mientras que en América Latina es del 25 %, con una producción que corresponde a productos

de bajo valor agregado, mínima exportación, costos elevados, falta de innovación, bajo poder de negociación, menor acceso a redes sociales y a movilidad en la vida laboral. Muchas MiPyMes que responden a la necesidad de autoempleo, muchas veces informales, tienen baja capacidad de acceso a recursos financieros y técnicos (Correa, Leiva, & Stumpo, 2018).

América Latina (Latam) y el Caribe tienen una brecha de género promedio de 29,2 %, siendo la tercera región mejor clasificada en el índice del 2018, detrás de Europa Occidental y Norteamérica, y un poco detrás de Europa del Este y Asia Central. De manera individual en el índice de brecha de género mundial, entre los 24 países que participaron de Latam, el de mayor ranking global era Nicaragua, ocupando el quinto lugar (0,8090). Por su parte, Uruguay ocupaba el puesto 56 (0,7150) (WEFORUM, 2018).

Esta investigación tiene como objetivo general caracterizar los emprendimientos de las mujeres en el departamento de San José, Uruguay, y analizar la influencia de los factores asociados a la emprendedora a través de sus características socio demográficas, motivación para iniciar su negocio, racionalidad económica, sentido de logro y perfil. (Aragón & Rubio, 2005; Gutiérrez Montoya, 2011; Fairlie & Holleran, 2012; Alam et al., 2011).

Los ecosistemas de emprendimiento

La importancia de los ecosistemas se traduce en el *Global Entrepreneurship Development Index* (GEDI, por su sigla en inglés) o Índice Global de Emprendimiento (GEI), que define a un ecosistema de emprendimiento como "interacción dinámica e institucionalmente integrada entre las actitudes, habilidades y aspiraciones emprendedoras de los individuos, que impulsa la asignación de recursos a través de la creación y operación de nuevas empresas" (Ácz et al., 2017, p. 19).

La medición de los ecosistemas de emprendimiento para la elaboración del GEI, en un ranking de 137 países, se realiza a través de catorce pilares que se



integran en tres subíndices o componentes de aspectos individuales e institucionales (Ácz et al., 2017).

Los primeros cinco pilares conforman el componente actitud (de las personas hacia el emprendimiento), los siguientes cuatro, el componente habilidades (cómo perciben la posibilidad y habilidades para hacer un startup) y los últimos cinco el aspiracional (la construcción de una gran empresa).

El ranking del Índice Global de Emprendimiento se grafica como mapa, indicando el rango correspondiente en una escala de colores, según la posición que ocupa cada país. Para Uruguay se incluye la etiqueta que corresponde al valor exacto de su posición en el ámbito mundial (figura 1).

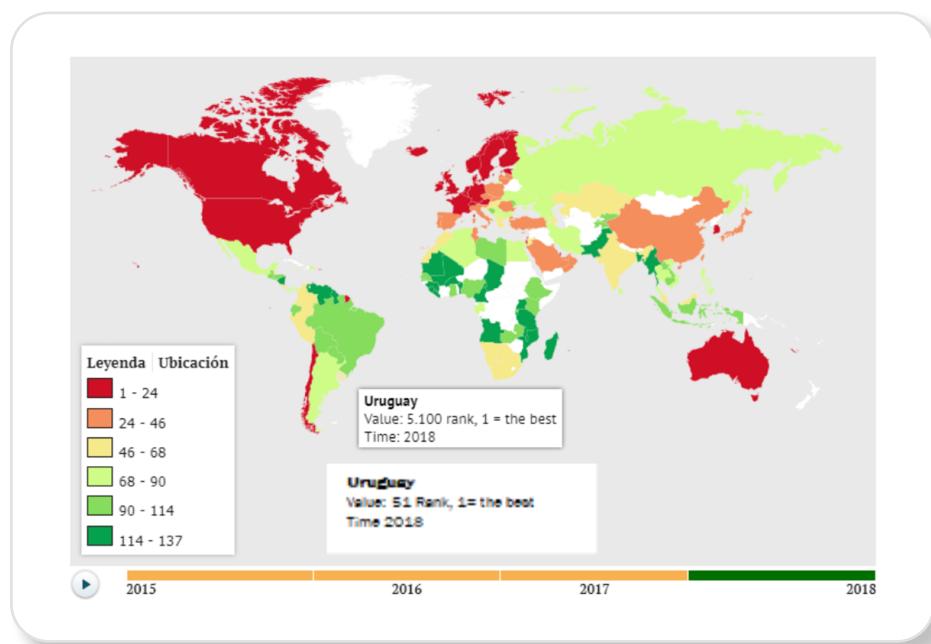


Figura 1. Global Entrepreneurship Index, Ranking.

Fuente: Knoema, 2019, sobre datos del GEDI, 2017.

Al analizar los diez mejores de Latinoamérica para el GEI, la región muestra muchas disparidades, en las que se destacan por su bajo valor: capacidad de absorber nuevas tecnologías, innovación en procesos y la internacionalización de sus emprendimientos (figura 2).

Si se comparan los scores de los tres subíndices del GEDI con el indicador *Total early-stage Entrepreneurial Activity* (TEA, por su sigla en inglés) o, en español, Tasa de Actividad Emprendedora del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), “que mide el porcentaje de adultos que participan en cualquiera

de las dos etapas iniciales del proceso empresarial: emprendedores nacientes y nuevos emprendedores” (Bartesaghi et al., 2017, p. 33) para el caso latinoamericano (figura 3). Si bien existen mucha más variación entre subíndices del GEI (menores que los correspondientes a los países desarrollados), para los resultados de la TEA en el GEM 2017 los valores son mayores.

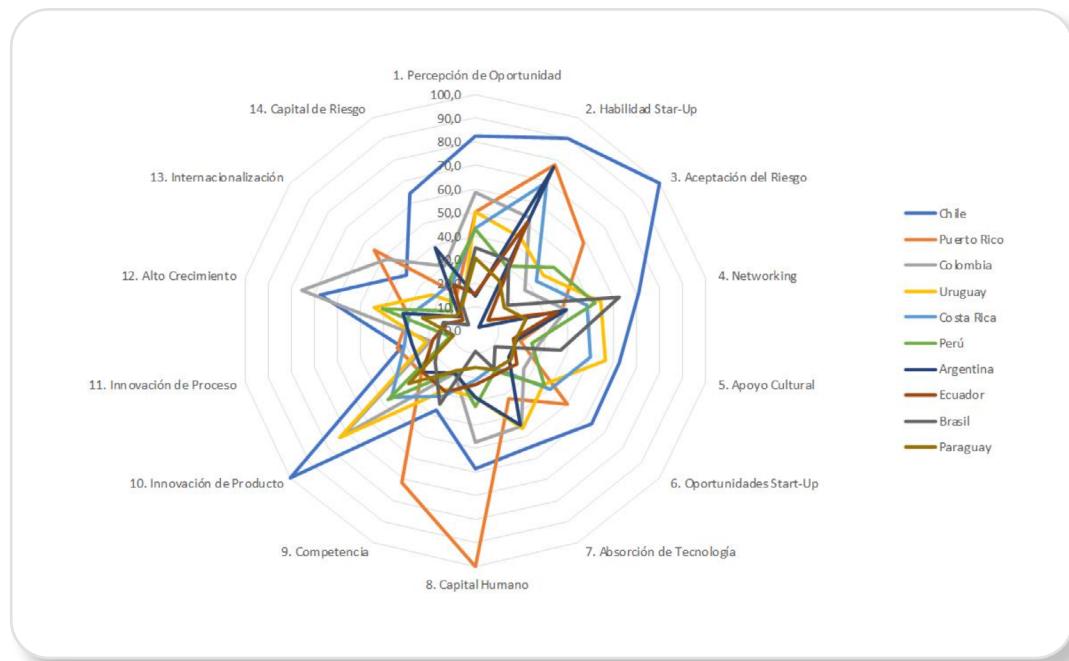


Figura 2. Global Entrepreneurship Index en los 10 países de Latinoamérica de mayor ranking.

Fuente: elaboración propia con base en datos de Knoema (2019), sobre datos del GEI, 2018.

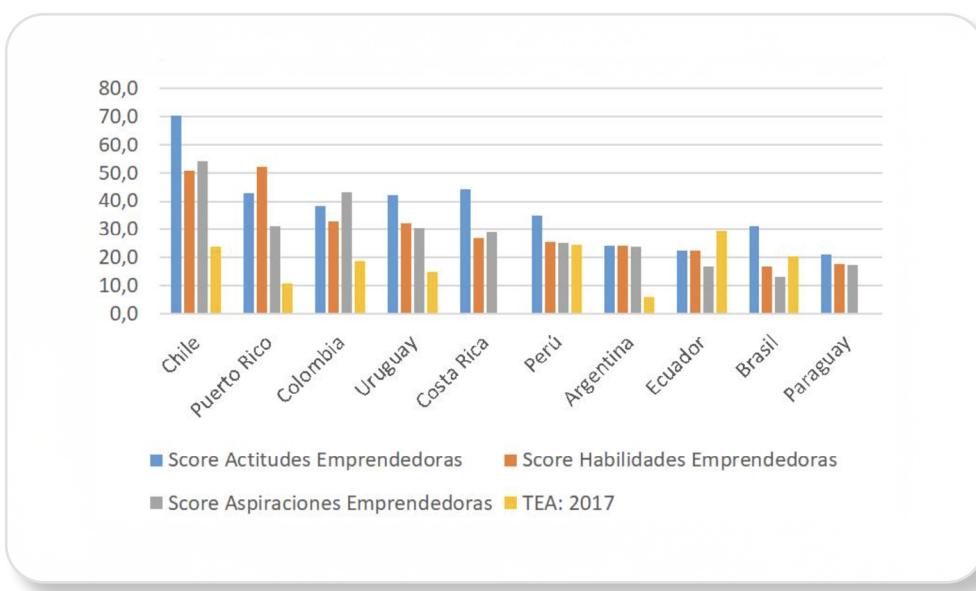


Figura 3. Global Entrepreneurship Index Score emprendedor y TEA en diez países de Latinoamérica.

Fuente: elaboración propia con base en datos de Knoema (2019), sobre datos del GEI, 2018.

El reto del emprendimiento femenino en Uruguay

El geocentrismo en Uruguay se manifiesta en varios aspectos: la población está muy concentrada en su capital, ya que Montevideo tiene 1.319.108 habitantes, del total del país, que es de 3.427.000. Es el departamento con mayor proporción de zona urbana 98,9 %. El mercado laboral muestra que la tasa de actividad (63 %) y empleo (57 %) son más altas que el promedio nacional. Participa con un 49,1 % del Producto Bruto Nacional y concentra la actividad política y gubernamental (INE, 2018).

La investigación se centra geográficamente en San José, que es uno de los 19 departamentos del Uruguay, con una superficie de 14.163 km² y una población de 114.461 habitantes, que implican una densidad poblacional de 23,0 en la actualización 2016 (INE, 2018). Los datos corresponden a microempresarias rurales y urbanas (con actividades comerciales y de servicios).

Según el censo de 2011, el departamento contaba con el mayor porcentaje de densidad de población en el área rural del país (promedio nacional 5,37 %), ya que en la rural vivían 16.741 habitantes (15,21 %) y 91.838 habitantes en el área urbana (84,79 %), hombres (49,9 %) y mujeres (50,1 %) (INE, 2018).

El tema del género y las micro, pequeñas y medianas empresas en Uruguay se estudia en la Encuesta Nacional a MiPymes Industriales y de Servicios, en la que se puede observar lo siguiente:

- Con base en los datos de 2011, un poco más del 31 % de las MiPymes estaban lideradas por mujeres. Los rubros de actividad que se destacan, por poseer un porcentaje superior al promedio general de dirección femenina, son enseñanza, transporte, almacenamiento y comunicaciones (Rodríguez & Herrera, 2008).

- Para el 2017, el porcentaje de mujeres propietarias se incrementó, pasando a 35 %. Si se discrimina por tamaño de empresa, los porcentajes son: micro (37 %), pequeñas (24 %) y medianas (20 %) (Equipos Mori, 2017).

nivelen el ámbito internacional existe un estudio relevante sobre el Índice de Instituciones Sociales y Género, SIGI 2019, en inglés *Social Institutions and Gender Index* (OCDE, 2019a), que indica que el nivel de discriminación en las leyes, costumbres y normas sociales de América Latina es del 25 % (en Europa, la región con la mayor igualdad, según este índice, es del 17 %). La desigualdad de género tiene un costo para América Latina mayor a 400.000 millones de dólares.

Sin embargo, el mayor problema en Iberoamérica se da en el ámbito familiar: las mujeres dedican más de cuatro horas y media al día a las tareas domésticas o al cuidado de los hijos y mayores (tres veces más tiempo que los hombres) (OCDE, 2019a; Corresponsables.com, 2019).

La metodología del índice SIGI clasifica a los países en cinco niveles de discriminación. En la edición 2019 se indica la cantidad que se presenta en cada rango (OCDE, 2019a). A continuación, se muestra el mapa con los países según su nivel de discriminación, estableciendo los rangos por color (figura 4).

El SIGI se realiza a través de 27 variables combinadas en 16 indicadores, que se agrupan en 4 dimensiones: discriminación en la familia, integridad física restringida, acceso restringido a recursos productivos y financieros, y libertades civiles restringidas.



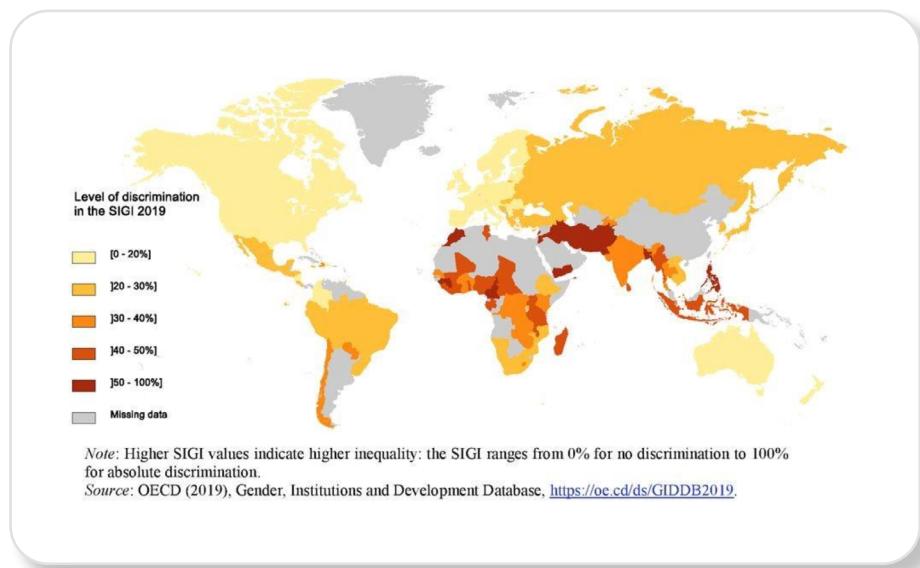


Figura 4. Resultados SIGI 2019.

Fuente: OCDE, 2019a, p 34.

El SIGI clasifica a Uruguay como un país que tiene un bajo nivel de discriminación (22 %), ocupando el lugar 45 del ranking mundial. Los valores correspondientes

a sus cuatro dimensiones se presentan a continuación (tabla 1).

Tabla 1. Valores de Uruguay en el ranking (Score) mundial del Índice de Instituciones Sociales y Género, SIGI 2019.

Uruguay	SIGI	Discriminación en la familia	Integridad Física Restringida	Recursos Productivos y Financieros	Libertades Civiles Restringidas
BAJO NIVEL DE DISCRIMINACIÓN EN EL SIGI					
Ranking Mundial: 45	22%	28% Medio	11% Bajo	27% Medio	23% Bajo

Fuente: elaboración propia con base en la OCDE, 2019a, p. 160.

La clasificación en las áreas urbana y rural responde al uso de criterios basados en la Ley N.º 10.723 del 21 de abril de 1946, denominada Ley de Centros Poblados y modificaciones posteriores. El Instituto Nacional de Estadística (INE, 2018) establece, para los efectos de sus mediciones censales y encuestas continuas de hogares, que una localidad con una población de 5.000 habitantes o más es urbana.

Existen retos relacionados al vivir en áreas rurales: generalmente tienen menor acceso a infraestructura (energía, agua y saneamiento), servicios básicos (salud y educación), oportunidades laborales decentes y protección social. Además, existen efectos específicos sobre mujeres y niñas por normas sociales discriminatorias que son mayores en comunidades pequeñas, por no tener acceso al anonimato de las grandes ciudades (OCDE, 2019a).

La economía uruguaya se basa en un 30 % de exportaciones de actividades primarias que incluyen agricultura, ganadería y caza. “13 % de las microempresas, 27 % de las pequeñas y 42 % de las medianas empresas afirma realizar exportaciones directas o por medio de una empresa exportadora” (Camacho, 2018, p. 395).

Por esta razón, el estudio del medio rural es importante para el desarrollo del departamento, especialmente la estructura productiva que en muchas de las MiPyMes es familiar. La Dirección General de Desarrollo Rural del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (MGAP, 2011), en el Registro de Productores Agropecuarios Familiares, indica que se considera productor/a a aquellas personas físicas que cumplen lo siguiente:

“1) realizar la explotación con la colaboración de, como máximo, dos asalariados permanentes o su equivalente en jornales zafrales, 2) explotar en total hasta 500 hectáreas índice CONEAT 100, bajo cualquier forma de tenencia, 3) obtener su ingreso principal del trabajo en la explotación, o cumplir su jornada laboral en la misma, 4) residir en la explotación o en una localidad ubicada a una distancia no mayor a 50 km de esta.”

Con base en el Registro de Productores/as Familiares de la Dirección General de Desarrollo Rural (DGDR) del Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca (MGAP), el departamento de San José tiene 1.653 unidades productivas, con 2.756 personas que cumplen con la categoría de productor/a familiar (mayores de 18 años), de las cuales 44 % son mujeres y 56 % son hombres.

Se estima que en esta clasificación, en San José entran 1.218 productoras, con un promedio de edad de 49 años (DIEA, 2018). En el trabajo de campo se pudo establecer que las emprendedoras rurales mayoritariamente pertenecían a esta categoría.

Características Emprendedoras personales (CEP)

Las destrezas y competencias emprendedoras pueden llevar a un individuo a desarrollar la habilidad de lograr el éxito en su empresa y se pueden enseñar y aprender (Kuratko & Morris, 2018; Kuratko & Morris, 2018b; Lee et al., 2018).

Un estudio realizado a universitarias emprendedoras, confirma que altos niveles de autoestima y compromiso tienen un efecto en el rendimiento de la empresa (Campos Valverde et al., 2025).

Para analizar los factores asociados al emprendimiento se utiliza la metodología CEFE (2012) *Competency based Economies through the Formation of Entrepreneurs*, en español Competencias como base para la economía para la formación de emprendedores, que mide las características emprendedoras personales (CEP).

El CEFE es un entrenamiento de competencias de emprendimiento que se basa en estudios realizados por el psicólogo de la Universidad de Harvard David McClelland (1984), acerca de la motivación de logro, y las principales teorías de aprendizaje para adultos, desarrolladas por David Kolb, Chris Argyris y otros.

A través de un test de 55 preguntas (de escala Likert de 1 a 5) se clasifican en 10 variables o Características Emprendedoras Personales, que a su vez se pueden reunir en tres perfiles, como se puede ver más adelante (tabla 2) (Araújo, 2009; CEFE C. b., 2012; Gutiérrez Montoya, 2011).



Tabla 2. Perfiles de las Características Emprendedoras Personales, CEP.

Perfil planificador (le permite tener proyección en el tiempo)	Perfil logro (triunfador, posibilita tener éxito)	Perfil competidor (para mejorar el poder personal)
<ol style="list-style-type: none">1. Fijar objetivos: saber reconocer los diversos objetivos individuales y sus interrelaciones.2. Buscar información: es un bien intangible de gran valor, tiene que ser necesaria y útil para la empresa.3. Planificación sistemática: definición de objetivos específicos, documentados, con retroalimentación y tiempos de cumplimiento para su logro.	<ol style="list-style-type: none">4. Persuadir y crear redes de apoyo: el apoyo mutuo de los integrantes fortalece a los participantes.5. Tener autoconfianza: asumir tareas con responsabilidad y decisión. Analiza el camino más adecuado para lograr sus metas, acepta críticas constructivas y cumple con lo planificado.	<ol style="list-style-type: none">6. Aprovechar oportunidades: buscarlas de forma activa implica informarse y tener iniciativa.7. Ser persistente: es tener la capacidad de mantener la decisión de lograr algo.8. Cumplir compromisos: contrato de trabajo, colaboran con los demás y cumplen con sus tareas para lograr culminar a tiempo.9. Exigirme eficiencia y calidad: implica buscar la calidad al menor costo económico: eficacia.10. Asumir riesgos calculados: los riesgos moderados implican una probabilidad calculable y predecible.

Fuente: Araújo, 2009; CEEFE C. b., 2012; Gutiérrez Montoya, 2011.

Los tres perfiles se uestran en la figura 5, que gráficamente se resumen en el tabla 2.



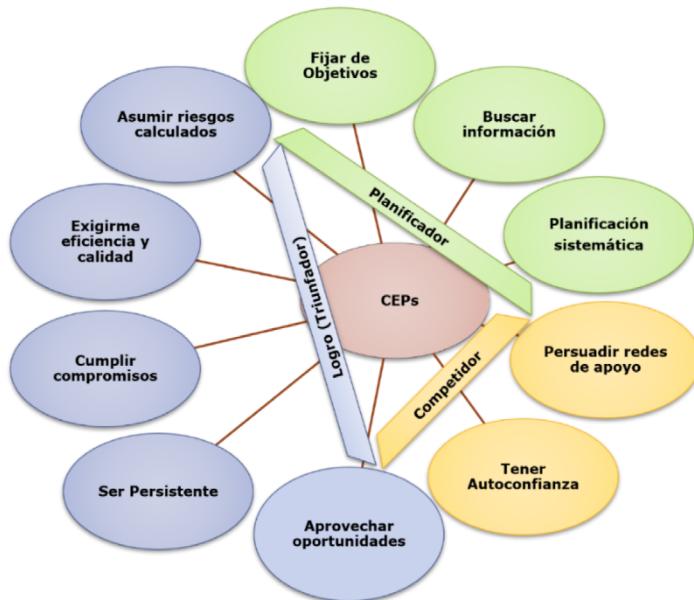


Figura 5. Características Emprendedoras Personales (CEP).

Fuente: Araújo, 2009.

En el próximo apartado se continúa con el análisis de aspectos metodológicos del estudio, analizando los factores externos que impactan en el emprendedor como individuo y que pueden variar su performance sustancialmente, así como también la organización y el inicio de la empresa.

MATERIALES Y MÉTODOS

El instrumento que se utilizó para realizar esta investigación se validó en la tesis de Gutiérrez Montoya (2011), quien autorizó el uso de su formulario, que contenía información filial de la emprendedora y de la empresa, así como el análisis de sus competencias individuales y resultados del negocio.

Se recopiló información mediante entrevistas estructuradas a mujeres dueñas de microemprendimientos del departamento de San José, tanto en el ámbito urbano como rural.

Cinco años después se recabó la información de su situación, analizando si la emprendedora continuaba con la empresa, se produjo el cierre definitivo o hubo un nuevo emprendimiento. Se obtuvo información del 65 % de las empresarias entrevistadas en la primera instancia.

Se hicieron 92 encuestas presenciales a microempresarias del departamento de San José Uruguay, con un equipo de entrevistadores capacitados previamente para anotar las respuestas cuali y cuantitativas del instrumento, que luego se codificaron para su posterior análisis.

Así mismo, se analizan las competencias individuales de la microemprendedora a través del Test de Competencias Emprendedoras Personales (CEP) (CEFE C. b., 2012), para las 55 preguntas que lo integran se utilizó una escala tipo Likert de 5 puntos, en la que 1 es totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Posteriormente, según la clasificación McClelland (1973), a través de las fórmulas indicadas por CEFE (2012) se construyeron las 10 capacidades emprendedoras personales. Para su análisis, se recodificaron en 3 categorías, de acuerdo con las necesidades de poder, logro y planificación (McClelland, 1989), de la siguiente forma:

Necesidades de logro: buscar y aprovechar las oportunidades, ser persistentes, cumplimiento de compromisos, exigir eficiencia y calidad y correr riesgos moderados.

Necesidades de planificación: fijar objetivos, buscar y conseguir información y planificar y hacer seguimiento sistemático.

Necesidades de poder: persuasión y creación de redes de apoyo y tener autoconfianza.

En el tabla 3 se indica el agrupamiento 10 las CEP, categorizado en 3 los promedios resultantes.

Tabla 3. Agrupación de las capacidades emprendedoras personales

Capacidad Emprendedora de logro	
2: de 21 a 25: Alto	Buscar y aprovechar las oportunidades
1: de 15 a 20: Medio	Ser persistentes
0: menos de 15: Bajo	Cumplimiento de compromisos Exigir eficiencia y calidad Correr riesgos moderados
Capacidad Emprendedora de Planificación	
2: de 21 a 25: Alto	Fijar objetivos
1: de 15 a 20: Medio	Buscar y conseguir información
0: menos de 15: Bajo	Planificar y hacer seguimiento sistemático
Capacidad Emprendedora de Poder	
2: de 21 a 25: Alto	Persuasión y creación de redes de apoyo
1: de 15 a 20: Medio	Tener autoconfianza
0: menos de 15: Bajo	

Fuente: elaboración propia, basado en CEFE C. b., 2012; McClelland, 1989.

RESULTADOS

El análisis de los datos recabados en las encuestas arrojó los siguientes resultados.

- Edad: de 30 a 49 años (41,3 %) y de 50 a 69 años (43,5 %).
- 90,2 % con hijos.
- 3,30 % estudios universitarios completos.
- experiencia previa al negocio, 77,4 %, trabajador dependiente urbano, y 67 %, sin experiencia en los negocios.

Descriptivos sociodemográficos:

- Estado civil: 15,20 % solteras; 56,6 % en pareja, y 28,20 % viudas y divorciadas.



- 45,7 % tenían un rango de ingresos mensuales de más de U\$S 1.000
- 64 % familiares empresarios.

Características del negocio:

- El tipo más frecuente en la muestra era urbano.
- Las principales razones para iniciar el negocio eran: necesidad económica (39 %), frustración laboral (33 %) y autorrealización (31 %).
- El monto de inversión inicial más frecuente era menor de U\$S 500, sustentado en ahorros personales.
- Para la mayoría era la primera vez que tenían su propio microemprendimiento (74 %).
- La antigüedad de la empresa en 84 respuestas: 17,6 % hasta un año, 24,7 % de 2 a 5 años y más de 5 años 57,7 %.

Los principales obstáculos mencionados por las microemprendedoras fueron el logístico (12,3 %), coincidiendo en 8,6 % con el clima y económicos, además de los administrativos, con 4,9 %.

Con la información recabada del test CEEF, considerando las 10 variables que conforman las CEP: buscar y aprovechar las oportunidades, ser persistentes, cumplir los compromisos, exigir eficiencia y calidad, correr riesgos moderados, fijar objetivos, buscar y conseguir información, planificar y hacer seguimiento sistemático, persuadir y crear redes de apoyo, tener autoconfianza, se calculó el Alpha de Cronbach con un valor de 0,882, que supera el umbral de 0,8 para considerarse aceptable.

Se hizo un segundo análisis considerando las 55 variables de test (Test1 a Test55), con un valor del Alfa de Cronbach de 0,744, que no se encuentra demasiado alejado del umbral de 0,8.

Respecto a las CEP, existen resultados interesantes, que si bien son muy similares hay aspectos que diferencian ambos colectivos, lo cual se puede observar en la figura 6, que muestra el análisis descriptivo de la comparación de las CEP de ambos colectivos.

Si bien las medias no muestran una gran diferencia, el coeficiente de variación determina aquellas CEP más fuertes de cada grupo y que fundamentalmente son mayores para las emprendedoras urbanas (figura 6).

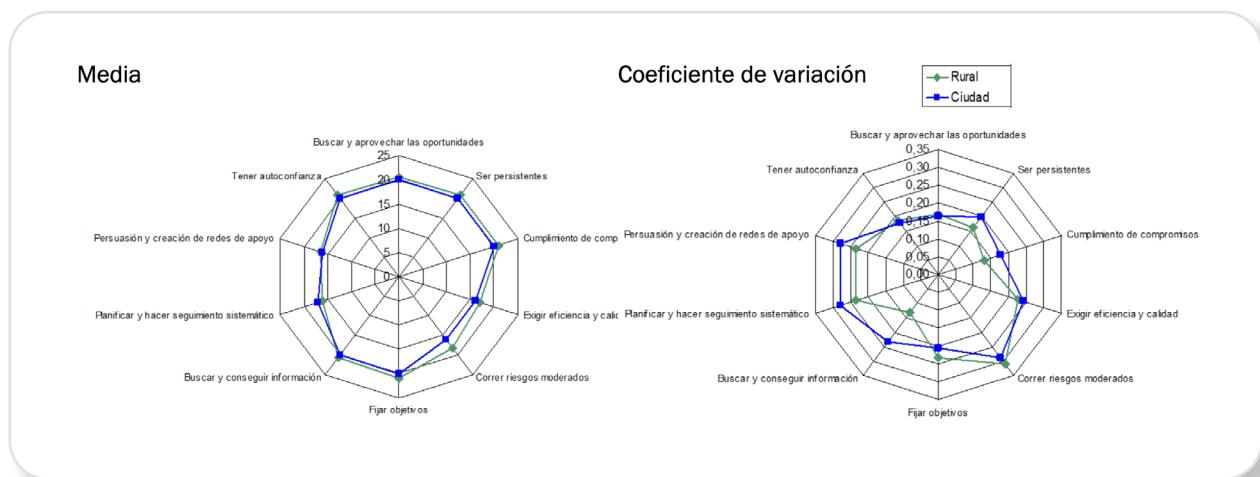


Figura 6. Análisis descriptivo de la Comparación de CEP urbana-rural: gráfico radial.

Fuente: elaboración propia con base en el test CEP.

Al consultar sobre los aspectos que deberían considerar las mujeres a la hora de emprender, surgieron varias perspectivas:

- El aspecto más mencionado a nivel individual es propio de la emprendedora: "Voluntad y ánimo".
- Seguido de dos que tienen que ver con aspectos financieros del emprendimiento; "menos impuestos para pymes" y "más créditos para mujeres solas".
- Prepararse mucho y un buen conocimiento de las tareas.
- Aprovechar oportunidades.
- Tener en cuenta el cambio generacional, incentivar a los jóvenes en la empresa familiar.
- Unirse, fomentar la asociación.
- "No tener miedo".

DISCUSIÓN

Se puede afirmar que el enfoque de las pymes en el ámbito departamental presenta un doble desafío para las mujeres, vivir en áreas de menor acceso a muchos recursos y emprender.

Existen diversas posiciones respecto a la actividad emprendedora y el género, pero coinciden en que respecto al desarrollo social, el emprendimiento femenino es un buen indicador. El compromiso individual para emprender está muy afectado por los valores culturales, sociales y religiosos que generan una valoración diferente según las culturas (Amorós & Pizarro, 2006; Azis et al., 2018; Bogatyreva, et al., 2019; Roomi & Harrison, 2010).

Según el estatus social en el que se encuentre, se puede definir que una futura carrera empresarial se realice o no, que los emprendimientos femeninos sean más pequeños y menos orientados al crecimiento que

los masculinos (Newbery et al., 2018; Shneor et al., 2013; van Ewijk & Belghiti-Mahut, 2019).

Tener modelos de rol exitosos, tanto familiares como profesionales, tiene influencia en las actitudes, la autoeficacia, la intención y la actividad emprendedora propia y la percepción de éxito o fracaso, en mayor medida para las mujeres (Criaco et al., 2017; Justo, 2008; Krauss et al., 2018; Krueger et al., 2000; Laspita et al., 2012; Mungai & Velamuri, 2011; Nowinski & Haddoud, 2019).

En particular, para aumentar las habilidades de Networking o desarrollo de redes de apoyo y reconocimiento de oportunidades en el mercado, es fundamental tener empatía e inteligencia emocional y organizacional (Goleman, 2010; Khalid & Sekiguchi, 2018).

De esa forma, se potencia la autoconfianza ya que se pueden utilizar habilidades y competencias para lograr el éxito, detectando oportunidades y mejorando la actitud hacia el emprendimiento (Botsaris & Vamvaka, 2016; Di Muro & Turner, 2018; Ji Young et al., 2018).

En el ámbito latinoamericano, el empoderamiento femenino es un tema que preocupa y se ha analizado la situación del empleo y el efecto discriminatorio en varias instancias. Una de ellas es *La hora de la igualdad: brechas por cerrar, caminos por abrir*, en el marco del Panorama Social de América Latina (Cepal, 2013), que buscaba sistematizar la información para la región, respecto al empleo remunerado en actividades de cuidado, gastos de los hogares y situación y requerimientos de cuidado de personas con discapacidad, así como las desigualdades y discriminaciones de género.

Entre los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 (ODS), se observa que en economías avanzadas no se han cumplido las metas en áreas como reducción de la pobreza (ODS 1), empleo de los jóvenes (ODS 8), educación y capacitación (ODS 4), igualdad de género (ODS 5) y la alfabetización numérica (ODS 4).



Aún más alejados se encuentran los países de menor desarrollo (OCDE, 2019b; OCDE, 2019c).-

Particularmente, para Uruguay en el avance en el Objetivo de Desarrollo Sostenible 5: Lograr la igualdad de los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas, se plantean algunos datos referentes al tema (UruguaySumaValor, 2017):

- *Violencia de género: 1 de cada 3 adolescentes mujeres de 15 a 19 años han sufrido violencia física, sexual o psicológica por parte de su pareja. 40 % de las mujeres de 15 a 29 años han sufrido violencia sexual por otra persona que no era pareja o expareja.*
- *Uso del tiempo y cuidados: las mujeres dedican el 65 % del tiempo a trabajos no remunerados y 35 % de su tiempo a trabajos remunerados. Los varones dedican el 30 % a trabajos no remunerados y 70 % de su tiempo a trabajos remunerados.*
- *Población sin ingresos propios: 1 de cada 5 mujeres de los hogares del quintil más pobre no cuenta con ningún ingreso propio.*
- *Brecha de género de 20 puntos porcentuales en tasa de actividad: 72 % de los varones trabajan o buscan empleo. 55 % de las mujeres trabajan o buscan empleo.*
- *Brecha de género en ingresos totales por salario principal: En 2016, las mujeres percibieron un 26,3 % menos de ingresos totales que los varones.*
- *Participación en cargos directivos: a pesar de que el nivel educativo de las mujeres es mayor que el de los hombres sólo ocupan 33 % de los cargos directivos.*
- *Salud sexual y reproductiva: sólo 1 de cada 5 mujeres tiene conocimiento de métodos modernos como el parche, la inyección anticonceptiva*

o la pastilla de emergencia, pese a que están disponibles hace muchos años en el país.

- *Embarazo adolescente: 1 5% de los nacimientos son por parte de madres adolescentes de 10 a 19 años.*

nivelen el ámbito mundial, la presencia femenina suele ser proporcionalmente mayor en los puestos de trabajo informales y precarios, al igual que en el trabajo no remunerado destinado al mantenimiento y la reproducción en los hogares (trabajo estrictamente doméstico) y otras actividades vinculadas al cuidado de las personas, existiendo trabajos identificados como “naturalmente femeninos” (Ehaarg, 2010; Espino, 2011).

El estereotipo de emprendimiento negativo en las mujeres puede ser muy fuerte y de mucho peso a la hora de emprender, tanto en países en desarrollo (Roomi et al., 2018; Sharma, 2018; Tripathi & Singh, 2017) como en países desarrollados (Hyams-Ssekasi et al., 2019; Wheaton & Duval-Couetil, 2019). En las entrevistas, varias microempresarias indicaron la resistencia en sus localidades al comienzo de sus actividades, mencionando que sólo pudieron continuar quienes contaban con apoyo familiar.

Existen diferencias en las características del rol femenino en países de diferente nivel de desarrollo, destacándose además que en los países menos desarrollados la tendencia al emprendimiento femenino (tanto por oportunidad como por necesidad) es mayor que en las economías de mayor desarrollo, pero con un peso muy alto de su percepción de inferioridad de oportunidades frente a los hombres en su comportamiento empresarial (Garg & Agarwal, 2017; GEM Women, 2017; Minniti & Naudé, 2010; PNUD, 2019).

Orser & Elliot (2012) analizaron los motivos, la emoción, la identidad de género y el aprendizaje en Pymes, concluyendo que “*las mujeres aprenden de*



“las mujeres” y un ambiente de comprensión, apoyo y empoderamiento genera instancias de éxito para sus emprendimientos.

Las mujeres poseen y administran significativamente menos empresas que los hombres; además, el tipo de empresa y el estilo de gestión también son diferentes. Así mismo, presentan diferencias en la tasa de participación y en su desempeño, pero siempre destacando el valor del emprendimiento femenino en los países en desarrollo y desarrollados como motor para el crecimiento económico. El apoyo de la familia, aspectos de la sociedad y la motivación interna afectan las posibilidades de éxito en Pymes (Acs et al., 2011; Alam et al., 2011; Minniti & Naudé, 2010).

Es fundamental desarrollar políticas públicas que apoyen programas que fortalezcan el vínculo de las mujeres con su territorio a través de sus emprendimientos, aumentando sus capacidades personales y el rendimiento de su empresa con acciones que fomenten el fortalecimiento de redes de colaboración, el apoyo financiero y acceso a financiamiento específico, así como a una comercialización integrada (Campos Valverde et al., 2025; Nayak & Nayak, 2025; Víquez-Paniagua et al., 2024).

En el caso particular de mujeres rurales, la educación, el apoyo sectorial, la inclusión financiera y la interacción colaborativa con especialistas puede permitir incorporar aspectos de innovación para la agricultura sostenible, fortalecer su resiliencia y lograr el desarrollo socioeconómico (Hermans et al., 2023; Kitole & Genda, 2024).

CONCLUSIONES

Cabe resaltar que las mujeres aprenden de las mujeres, la experiencia de compartir espacios de interacción o redes de contacto, en los que puedan interactuar con emprendedoras exitosas y aprender de su experiencia tiene un efecto catalizador para el éxito de sus propios negocios.

El problema se agudiza en el sector rural, en el que muchas veces no se dan estas instancias, por lo cual es importante la generación de espacios de contacto o cooperación para las MiPyMes, donde puedan conocer los apoyos del gobierno, así como la forma de acceder a financiamiento, actividades de formación y empoderamiento para lograr el éxito.

Se pueden desarrollar programas de formación específicos sobre las habilidades y competencias emprendedoras necesarias para lograr el éxito de los negocios. El conocer el set de competencias requeridos se puede utilizar para implementar políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento.

La educación y la experiencia profesional, así como la participación en talleres de formación emprendedora o de capacitación en diferentes áreas, es una forma de potenciar al empresario y su negocio, impulsando rasgos de su personalidad y motivando su liderazgo.

Para alcanzar los objetivos empresariales es clave la proactividad, la habilidad de reconocer oportunidades, tomar riesgos calculados e iniciar acciones en lugar de reaccionar a contextos de incertidumbre (Bird B. J., 1989), lo cual se potencia a través de las habilidades de networking, autoconfianza y empatía.

Pertenecer a un negocio familiar, así como contar con atributos personales (edad, género y formación) y el contexto en el que realiza el emprendimiento, frecuentemente provocan que, a mayor educación, la motivación del emprendedor es por oportunidad, los que tienen menor formación por necesidad (aún más en países en desarrollo en los que la cantidad de informalidad en los emprendimientos es muy alta (Shirokova et al., 2016).

Limitaciones: el estudio abarcó un solo departamento del Uruguay en un marco temporal determinado.

Para futuras investigaciones, se sugiere ampliar el ámbito de estudio a todo el país, realizar también estudios longitudinales para ver la evolución y contrastar los resultados obtenidos; realizar el estudio para hombres y mujeres y replicarlo en el ámbito internacional.



REFERENCIAS

- Acs, Z. J., Bardasi, E., Estrin, S., & Svejnar, J. (2011). Introduction to Special Issue of Small Business Economics on Female Entrepreneurship in Developed and Developing Economies. *Small Business Economics*, 37(4), 393-396. doi:10.1007/s11187-011-9372-1.
- Ácz, Z. J., Szerb, L., & Lloyd, A. (2017). *The Global Entrepreneurship Index 2018*. Washington, D.C., USA: The Global Entrepreneurship and Development Institute. Recuperado el 28 de 03 de 2019, de https://thegedi.org/wp-content/uploads/dlm_uploads/2017/11/GEI-2018-1.pdf.
- Agarwal, S., & Lenka, U. (2014). A Conceptual Framework on Women Entrepreneurs: Problems and Prospects. *Advances in Economics and Business Management (AEBM)*, 1(4), 155-159. https://www.researchgate.net/publication/318852290_A_Conceptual_Framework_on_Women_Entrepreneurs_Problems_and_Prospects.
- Alam, S., Jani, M., & Omar, N. (2011). An Empirical Study of Success Factors of Women Entrepreneurs in Southern Region in Malaysia. *International Journal Of Economics And Finance*, 3(2), 166-175. doi:10.5539/ijef.v3n2p166.
- Amorós, J. E., & Pizarro, O. (12 de 2006). Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio. *Universidad y Empresa*, 5(11), 15-32.
- Aragón, A., & Rubio, A. (mayo-agosto de 2005). Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las PYME del estado de Veracruz. *Contaduría y Administración*(216), 35-69.
- Araujo, A. J. (24 de 03 de 2009). Araujo Adolfo J. Todo lo Relacionado con emprender, administrar proyectos y tecnologías de información. <http://adolfoaraudo.com/2009/03/24/24-caracteristicas-emprendedoras-personales-ceps/>.
- Azis, M., Maulana Haeruddin, M. I., & Azis, F. (2018). Entrepreneurship Education and Career Intention: The Perks of being a Woman Student. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(1), 1-10. Recuperado el 28 de 04 de 2019, de <https://www.abacademies.org/articles/Entrepreneurship-education-and-career-intention-1528-2651-21-1-145.pdf>.
- Bardasi, E., Sabarwal, S., & Terrell, K. (2011). How Do Female Entrepreneurs Perform? Evidence from Three Developing Regions. *Small Business Economics*, 37(4), 417-441.
- Bartesaghi, A., de Souza, S., Lasio, M. V., Varela Villegas, R., Veiga, L., Kew, P., & Herrington, M. (2017). GEM América Latina y el Caribe 2015/16. Global Entrepreneurship Research Association 2016. GEM. <http://www.ieem.edu.uy/img/recursos/213/gem-2015-2016.pdf>.
- Bego, I., & Gehrels, S. A. (2014). Women entrepreneurship in developing countries: A European example. *Research in Hospitality Management*, 4(1), 97-103. doi:10.1080/22243534.2014.11828320.
- Bird, B. J. (1989). Entrepreneurial behaviour. (U. d. Michigan, Ed.) Michigan: Scott, Foresman/Little, Brown College Division.
- Bird, B., & Brush, C. (Spring de 2002). A Gendered Perspective on Organizational Creation. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 26(3), 41-65.
- Bogatyreva, K., Edelman, L., Manolova, T., & Osiyevskyy, O. (2019). When do entrepreneurial intentions lead to actions? The role of national culture. *Journal of Business Research*(96), 309-321. doi:10.1016/j.jbusres.2018.11.034.
- Borges, C., Filion, L. J., & Simard, G. (2008). Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 9(8), 39-63. doi: <https://dx.doi.org/10.1590/S1678-69712008000800004>.



- Botsaris, C., & Vamvaka, V. (2016). Attitude toward entrepreneurship: Structure, prediction from behavioral beliefs, and relation to entrepreneurial intentions. *Journal of the Knowledge Economy*, 7(2), 433-460. doi:10.1007/s13132-014-0227-2.
- Brändle, L., Berger, E. S., & Kuckertz, A. (2018). I am what I am- How nascent entrepreneurs' social identity affects their entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Business Venturing Insights*, 9, 17-23. doi:10.1016/j.jbvi.2017.12.001.
- Camacho, M. (2018). Diagnóstico de las micro, pequeñas y medianas empresas: políticas e instituciones de fomento en el Uruguay. En C. E. CEPAL, M. Dini, & G. Stumpo (Edits.), *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento* (pp. 385-437). Santiago: Naciones Unidas. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707_es.pdf.
- Campos Valverde, N., Leiva, J. C., & Mora, R. (2025). Affective commitment in entrepreneurial students: person-oriented factors and subjective firm performance. *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, 23(1), 1-16. <https://doi.org/10.1108/MRJAM-10-2023-1466>.
- CEFE, C. b. (2012). Plataforma aurea emprendimiento integral. <http://www.plataformaurea.cl/cefe>.
- Cepal (01 de 2013). Panorama Social de América Latina. (N. UNIDAS, Ed.) <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/5/48455/PanoramaSocial2012.pdf>.
- Cepal (2018). MiPYMES en América Latina. Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. (M. Dini, & G. Stumpo, Edits.) https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707_es.pdf.
- Chan, K.-Y., Uy, M. A., Chernyshenko, O. S., Ho, M.-H. R., & Sam, Y.-L. (2015). Personality and entrepreneurial, professional and leadership motivations. *Personality and Individual Differences*, 77, 161-166. doi:10.1016/j.paid.2014.12.063.
- Correa, F., Leiva, V., & Stumpo, G. (2018). Mipymes y heterogeneidad estructural en América Latina. En C. E. CEPAL, M. Dini, & G. Stumpo (Edits.), *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento* (págs. 9-34). Santiago: Naciones Unidas. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707_es.pdf.
- Corresponsables.com (14 de 6 de 2019). Presentacion en España del informe Índice de Institucion Sociales y Género, SIGI 2019, de la OCDE. <https://www.corresponsables.com/actualidad/presentacion-en-espana-del-informe-indice-de-instituciones-sociales-y-genero-sigi-2019-de-la-ocde>.
- Criaco, G., Sieger, P., Wennberg, K., Chirico, F., & Minola, T. (2017). Parents' performance in entrepreneurship as a "double-edged sword" for the intergenerational transmission of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 49(4), 1-24. doi:10.1007/s11187-017-9854-x.
- Di Muro, P., & Turner, J. R. (10 de 2018). Entrepreneurial opportunity pursuit through business model transformation: a project perspective. *International Journal of Project Management*, 36(7), 968-979. doi:10.1016/j.ijproman.2018.07.001.
- DIEA (29 de 08 de 2018). Anuario Estadístico de DIEA 2018. Recuperado el 20 de 02 de 2019, de Oficina de Estadísticas Agropecuarias: <http://www.mgap.gub.uy/unidad-organizativa/oficina-de-programacion-y-politica-agropecuaria/estadisticas-y-documentos/29-08>.



- Duque Daza, J. (2020). Meritocracia Libertad, igualdad de oportunidades y competencia. *Dictamen Libre*, 27: Julio-Diciembre, 157-173. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6650>.
- Ehaarg, I. (Julio-Diciembre 2010 de 2010). Sustentabilidad y género. *Trayectorias*, 12(31), 81-90.
- Equipos Mori (2017). Encuesta nacional de mipymes industriales, comerciales y de servicio. https://www.miem.gub.uy/sites/default/files/encuesta_nacional_de_mipymes_industriales_y_de_servicios_2017_0.pdf.
- Espino, A. (marzo-abril de 2011 de 2011). Trabajo y género: un viejo tema, nuevas miradas. *Nueva Sociedad*(232), 86-102.
- Fairlie, R., & Holleran, W. (13 de 02 de 2012). Entrepreneurship training, risk aversion and other personality traits: Evidence from a random experiment. *Journal of Economic Psychology*, 33, 366-378. doi:10.1016/j.jeop.2011.02.001.
- Fis, A. M., Ozturkcan, S., & Gur, F. (2019). Being a Woman Entrepreneur in Turkey: Life Role Expectations and Entrepreneurial Self-Efficacy. *SAGE Open*, 1-19. doi:10.1177/2158244019846192.
- García Vences, D. E. (27 de 3 de 2017). El perfil de la mujer emprendedora en la microempresa en el subsector Alimentos. *Tesis doctoral*, 262. (D. d. d'Empreses, Ed.) Barcelona, Cataluña, España: Universitat Politècnica de Catalunya -BarcelonaTech. <http://hdl.handle.net/10803/405896>.
- Garg, S., & Agarwal, P. (2017). Problems and Prospects of Woman Entrepreneurship –A Review of Literature. *Journal of Business and Management*, 19(1), 55-60. doi:10.9790/487X-1901065560.
- GEDI (29 de 11 de 2017). GEI-Global Entrepreneurship Index. *Global Entrepreneurship and Development Institute*: <https://thegedi.org/downloads/>.
- GEM (2017). Global Entrepreneurship Monitor: Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report. <https://www.gemconsortium.org/report/49860>.
- GEM Women (2017). GEM 2016/2017 Women's Entrepreneurship Report. *GEM CONSORTIUM*: <https://www.gemconsortium.org/report>.
- Goleman, D. (2010). *Inteligencia Emocional*. Chicago : Editorial Kairós.
- Gutiérrez Montoya, G. (2011). El comportamiento emprendedor en El Salvador. Cádiz, España: Universidad de Cádiz. Departamento de Organización de Empresas.
- Hermans, T. D., Smith, H. E., Whitfield, S., Sallu, S. M., Recha, J., Dougill, A. J., ... & Meshack, C. (2023). Role of the interaction space in shaping innovation for sustainable agriculture: Empirical insights from African case studies. *Journal of Rural Studies*, (V.100) <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.103012>.
- Horta, R., Camacho, M., & Silveira, L. (2017). Indicadores de competitividad departamentales en Uruguay. Montevideo: Pharos/ Academia Nacional de Economía / Universidad Católica del Uruguay. http://www.acadeco.com.uy/pharos/Indicadores_de_Competitividad_Departamental.pdf.
- Hyams-Ssekasi, D., Stefan, A., Agboma, F., & Kumar, N. (2019). Determinants of Women's Entrepreneurial Attitude Across European Cultures. En F. Tomos, N. Kumar, N. Clifton, & D. Hyams-Ssekasi, *Women Entrepreneurs and Strategic Decision Making in the Global Economy* (pp. 63-78). Hershey PA: IGI Global.



- INE (2018). Anuario Estadístico 2017. Instituto Nacional de Estadística: <http://www.ine.gub.uy/documents/10181/496405/Anuario+2017.pdf/ea4a21e5-2b2a-41b1-99d2-9312cd97700a>.
- INE (2018). Anuario, . Instituto Nacional de Estadística: <http://www.ine.gub.uy/documents/10181/496405/Anuario+2017.pdf/ea4a21e5-2b2a-41b1-99d2-9312cd97700a>.
- Ji Young, K., Dae Soo, C., Chang-Soo, S., & Park, J. Y. (2018). The role of problem solving ability on innovative behavior and opportunity recognition in university students. *Journal of Open Innovation*, 4(1), 1-13. doi:10.1186/s40852-018-0085-4.
- Justo, R. (17 de 9 de 2008). La Influencia del género y entorno familiar en el éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras. Tesis doctoral, 295. Madrid, Madrid, España: Universidad Autónoma de Madrid. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.; Universidad Autónoma de Madrid. Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo. <http://hdl.handle.net/10486/1811>.
- Khalid, S., & Sekiguchi, T. (2018). The role of empathy in entrepreneurial opportunity recognition: An experimental study in Japan and Pakistan. *Journal of Business Venturing Insights*, 9, 1-9. doi:10.1016/j.jbvi.2017.11.001.
- Kiblerd, E., Wincent, J., Kautonen, T., Cacciotti, G., & Obschonka, M. (2019). Can prosocial motivation harm entrepreneurs' subjective wellbeing? *Journal of Business Venturing*, 34, 608-624. doi:10.1016/j.jbusvent.2018.10.003.
- Kitole, F. A., & Genda, E. L. (2024, May). Empowering her drive: Unveiling the resilience and triumphs of women entrepreneurs in rural landscapes. In *Women's Studies International Forum* (Vol. 104, p. 102912). Pergamon. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2024.102912>.
- Knoema (2019). Global Entrepreneurship Index 2018. <https://knoema.es/nyyasp/global-entrepreneurship-index-2018>.
- Krauss, C. (2012). Actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay. San Sebastián, España: Tesis doctoral de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Krauss, C., Bonomo, A., & Volfovitz, R. (2018). Modelo predictivo de la intención emprendedora universitaria latinoamericana. *Journal of Technology and Management and Innovations*, 13(4), 84-92. doi:10.4067/S0718-27242018000400084.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432. doi:10.1016/S0883-9026(98)00033-0.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: development, trends and challenges. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 578-597.
- Kuratko, D. F., & Morris, M. H. (2018a). Corporate Entrepreneurship: A Critical Challenge for Educators and Researchers. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1), 42-60. doi:10.1177/2515127417737291.
- Kuratko, D. F., & Morris, M. H. (2018b). Examining the Future Trajectory of Entrepreneurship. 56(1), 11-23. doi:10.1111/jbsm.12364.
- Laspiña, S., Breugst, N., Hebllich, S., & Patzelt, H. (2012). Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 414-435. doi:10.1016/j.jbusvent.2011.11.006.



- Lee, Y., Kreiser, P. M., Wrede, A. H., & Kogelen, S. (2018). University-Based Education and the Formation of Entrepreneurial Capabilities. *Entrepreneurship Education and Pedago*, 1(4), 304-329. doi:10.1177/2515127418788893.
- Lindvert, M. (21 de 09 de 2018). Resource Acquisition and the Complexity of Social Capital Perspectives from Women Entrepreneurs in Tanzania and Pakistan. Tesis doctoral. Sundsvall, Östersund, Sweden: Mid Sweden University. <https://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:1221924/FULLTEXT01.pdf>.
- Liu, J., Zhu, Y., Serapio, M., & Cavusgil, S. T. (8 de 5 de 2019). The new generation of millennial entrepreneurs: A review and call for research. *International Business Review*, doi:10.1016/j.ibusrev.2019.05.001
- Lussier, R. N., Bandara, C., & Marom, S. (2016). Entrepreneurship success factors: an empirical investigation in Sri Lanka. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 12(2), 102-112. doi:<https://doi.org/10.1108/WJEMSD-10-2015-0047>.
- Mc Clelland, D. (1989). Estudio de la motivación humana. Madrid: Narcea.
- McClelland, D. C. (1984). *Motives, Personality, and Society: Selected Papers* (Centennial psychology series ed.). Praeger Publisher Inc.
- McClelland, D. C., & Watson, R. I. (1973). Power motivation and risk-taking behavior. *Journal of Personality*, 41(1), 121-139. doi:10.1111/j.1467-6494.1973.tb00664.x.
- MGAP (2011). Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca. (D. G. Rural, Productor) Registro de Productores Familiares: <http://www.mgap.gub.uy/portal/hgxpp001.aspx?7,10,250,O,S,0,MNU;E;2;10;37;11;MNU>.
- Ministerio de Educación del Chubut (2004). Proyecto de fortalecimiento del curso de capacitación. La formación de las competencias emprendedoras en la educación polimodal. Ministerio de Educación del Chubut: https://www.chubut.edu.ar/subpgee/proy_fce.pdf.
- Minniti, M., & Naudé, W. (2010). What Do We Know About The Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship Across Countries? *The European Journal of Development Research*, 22(3), 277-293. doi:10.1057/ejdr.2010.17.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Cornwall, J. R. (2013). *Entrepreneurship Programs and the Modern University*. Cheltenham, United Kingdom: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Mungai, E., & Velamuri, S. (2011). Parental entrepreneurial role model influence on male offspring: Is it always positive and when does it occur? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(2), 337-357. doi:10.1111/j.1540-6520.2009.00363.x.
- Mustapha, M., & Selvaraju, M. (2015). Personal Attributes, family influences, entrepreneurship education and entrepreneurship inclination among university students. *Kajian Malaysia*, 33(1), 155-172. Recuperado el 28 de 05 de 2019.
- Nayak, M., & Nayak, P. M. (2025). Empowering women in rural India: characteristics and intentions for sustainable entrepreneurship. *Cogent Business & Management*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2461234>.
- Newbery, R., Lean, J., Moizer, J., & Haddoud, M. (2018). Entrepreneurial identity formation during the initial entrepreneurial experience: The influence of simulation feedback and existing identity. *Journal of Business Research*, 85, 51-59. doi:10.1016/j.ibusres.2017.12.013.



- Ng, P. Y., Dayan, M., & Di Benedetto, A. (2019). Performance in family firm: Influences of socioemotional wealth and managerial capabilities. *Journal of Business Research*, 102, 178-190. doi:10.1016/j.jbusres.2019.05.026.
- Nowinski, W., & Haddoud, M. Y. (2019). The role of inspiring role models in enhancing entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 96, 183-193. doi:10.1016/j.jbusres.2018.11.005.
- OCDE (2019a). SIGI 2019 Global Report: Transforming Challenges into Opportunities. doi:10.1787/bc56d212-en.
- OCDE (2019b). Measuring Distance to the SDG Targets 2019. An Assessment of Where OECD Countries Stand. <http://www.oecd.org/development/measuring-distance-to-the-sdg-targets-2019-a8caf3fa-en.htm>.
- OCDE (2019c). Las economías avanzadas aún tienen mucho trabajo por hacer para alcanzar los Objetivos del Desarrollo Sostenible. <https://www.oecd.org/centrodemexico/medios/laseconomiasavanzadasauntienemuchotrabajoporhacerparaalcanzarlosobjetivosdeldesarrollosostenible.htm>.
- Orser, B., & Elliot, C. (2012). Women-focused small business programming: client motives and perspectives. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(3), 236-265.
- Ortiz de Abreu, M. A. (2016). Factores explicativos del fracaso y del éxito en las microempresas de la República Dominicana: Un estudio empírico. Tesis Doctoral, 213. Cartagena, España: Universidad Politécnica de Cartagena.
- PNUD (2019). Objetivos Desarrollo Sostenible. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo: <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>.
- Rey-Martí, A., Porcar, A. T., & Mas-Tur, A. (2015). Linking female entrepreneurs' motivation to business survival. *Journal of Business Research*, 68, 810-814. doi:g/10.1016/j.jbusres.2014.11.033.
- Rodríguez, A., & Herrera, T. (2008). Encuesta Nacional a MPYMEs Industriales y de Servicio. Universidad de la República Oriental del Uruguay, Instituto de Economía. Montevideo: Fin de Siglo. <http://www.miem.gub.uy/documents/49890/0/Encuesta%20Nacional%20de%20mpymes%20industriales%20y%20de%20servicios?version=1.1&t=1348861800000>.
- Roomi, M. A., & Harrison, P. (2010). Behind the veil: women-only entrepreneurship training in Pakistan. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(2), 105-172. doi:10.1108/17566261011051017.
- Roomi, M., Rehman, S., & Henry, C. (2018). Exploring the normative context for women's entrepreneurship in Pakistan: a critical analysis. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(2), 158-180. doi:10.1108/IJGE-03-2018-0019.
- Sharma, L. (2018). Entrepreneurial intentions and perceived barriers to entrepreneurship among youth in Uttarkhand state of India. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 12(3), 243-269. doi:10.1108/IJGE-02-2018-0009.
- Shinnar, R. S., Hsu, D. K., & Powell, B. C. (2014). Self-efficacy, entrepreneurial intentions, and gender: Assessing the impact of entrepreneurship education longitudinally. *The International Journal of Management Education*, 12, 561-570. doi:10.1016/j.ijme.2014.09.005.
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386-399. doi:10.1016/j.emj.2015.12.007.



- Shneor, R., Camgöz, S. M., & Karapinar, P. B. (2013). The interaction between culture and sex in the formation of entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(9-10), 781-803. doi:10.1080/0895626.2013.862973.
- Tripathi, R., & Singh, V. P. (2017). Women Entrepreneurship In Developing Countries. *International Journal of Management*, 8(4), 1-7. http://www.iaeme.com/MasterAdmin/UploadFolder/IJM_08_04_001/IJM_08_04_001.pdf.
- UruguaySumaValor (2017). ODS Uruguay. Avance País / Infografía ODS 5: <http://www.ods.gub.uy/index.php/avance-pais/avancepais?id=84>.
- Vaghely, I. P., & Julien, P. A. (2010). Are Opportunities Recognized or Constructed? An Information Perspective on Entrepreneurial Opportunity Identification. *Journal of Business Venturing*, 25, 73-86. doi:10.1016/j.jbusvent.2008.06.004.
- van Ewijk, A. R., & Belghiti-Mahut, S. (2019). Context, gender and entrepreneurial education changes the equation. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 11(1), 75-98. doi:10.1108/IJGE-05-2018-0054.
- Víquez-Paniagua, A. G., Leiva, J. C., & Mora-Esquivel, R. (2024). The Effect of Vigor and Affective Commitment on the Performance of Women Student Entrepreneurs: the Moderating Role of the Social and University Environment. *Cuadernos de Gestión*, 24(2), 55-67. <https://doi.org/10.5295/cdg.242159av>.
- Weforum (2018). The Global Gender Gap Report 2018. World Economic Forum: <https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2018>.
- Wheadon, M., & Duval-Couetil, N. (2019). Token entrepreneurs: a review of gender, capital, and context in technology entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(3-4), 308-336. doi:10.1080/08985626.2018.1551795.

