

Análisis de las variables y factores que influyen en la intención emprendedora de las mujeres africanas

A stylized map of the African continent is rendered in a solid orange color. It is positioned behind the main title text, which is written in a large, bold, black sans-serif font. The text is arranged in ten lines, with the first line being the longest and the last line being the shortest, creating a sense of vertical flow.

Autores: Ruiz-Rosa, I., Gutiérrez-Taño, D.,
Arbelo-Pérez, S.

Edita: Instituto Universitario de la Empresa,
Universidad de La Laguna

Fecha: 2023

ISBN 978-84-09-55980-0

DOI <https://doi.org/10.25145/b.2023.10>

Cómo citar esta publicación:

Ruiz-Rosa, I., Gutiérrez-Taño, D., Arbelo-Pérez,
S. (2023). *"Análisis de las variables y factores
que influyen en la intención emprendedora de
las mujeres africanas"*. Instituto Universitario de
la Empresa. Universidad de La Laguna

Trabajo desarrollado en el marco del Convenio de colaboración entre Fundación Mujeres por África y la Universidad de La Laguna para el "Análisis de la intención y de la actividad emprendedora de las mujeres africanas" (AEMA).

Con la colaboración de la Cátedra Fundación DISA de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de La Laguna.

RESUMEN EJECUTIVO

El desarrollo de proyectos de emprendimiento ha adquirido una importancia máxima, especialmente en países emergentes debido a su impacto directo en la generación de empleo y su papel fundamental como motor de crecimiento económico, así como en la estimulación de la competencia y la competitividad empresarial. Es por esta razón que resulta fundamental conocer a fondo las variables que afectan a la intención de emprender, considerada como el mejor predictor de la puesta en marcha de una empresa.

Por otro lado, está demostrado que el emprendimiento femenino en regiones más desfavorecidas es mayor que el de los hombres. Sin embargo, las mujeres se enfrentan a diferentes obstáculos que afectan al pleno desarrollo de su potencial emprendedor, como pueden ser las normas patriarcales, las ideologías de género, las interpretaciones religiosas y las tradiciones culturales y legislativas presentes en la región y que limitan su capacidad para iniciar y gestionar sus emprendimientos.

Por lo tanto, el objetivo general de este trabajo es conocer y analizar las diferentes variables y factores que influyen, de una manera u otra, en la intención emprendedora de las mujeres africanas. Los objetivos específicos incluyen analizar las variables que afectan a la intención de poner en marcha un proyecto empresarial, estudiar los factores del ecosistema que afectan al desarrollo de proyectos emprendedores, identificar los eventos que influyen, de manera positiva o negativa, en la creación de una empresa y, por último, analizar la implicación de una mentalidad favorable a un nuevo comienzo.

Para comprender mejor el fenómeno emprendedor de las mujeres africanas se utilizó en este trabajo uno de

los modelos de análisis del comportamiento más ampliamente utilizado, la Teoría del Comportamiento Planificado, que sostiene que la intención de ejecutar un determinado comportamiento depende de la actitud hacia la conducta, de las normas subjetivas sobre el comportamiento y del control conductual percibido. Además, en el estudio se ha considerado de forma complementaria el enfoque institucional que considera las condiciones del entorno como un factor fundamental en la decisión de iniciar un negocio, incluyendo las instituciones formales (reglas explícitas y escritas) e informales (valores y normas culturales). El informe también analiza los factores precipitadores que pueden incentivar, o por el contrario desincentivar, la decisión de emprender. Igualmente, la actitud hacia la mentalidad de nuevo comienzo también se considera como una variable influyente en la decisión de emprender, ya que se refiere a la creencia de que las personas pueden empezar de nuevo y cambiar su rumbo en la vida.

Para la consecución de los objetivos planteados se utilizó una metodología cuantitativa a través de una encuesta autoadministrada online realizada entre abril y mayo de 2023 a mujeres africanas que participaron en el programa promovido por la Fundación Mujeres por África "Learn África". Se recibieron 314 respuestas de mujeres africanas, la mayoría de ellas en edades comprendidas entre los 25 y 34 años y de un total de 37 países, lo que viene a suponer un 68% del total. La región geográfica con mayor representación es la que corresponde a la de África occidental, siendo la de África meridional de la que se recibió menor número de respuestas.

Los resultados del estudio muestran que, si bien una parte significativa de las mujeres tiene el deseo de crear su propia empresa en África, un alto porcentaje prefiere emigrar y trabajar por cuenta ajena, o bien con un proyecto propio, fuera de su país. Por otro lado, el perfil de aquellas que desean emprender muestra influencia de la edad, educación, nivel económico y situación laboral. Además, se observa una alta predisposición emprendedora debido fundamentalmente a la existencia de una actitud positiva hacia el emprendimiento, la confianza en

sus capacidades y la percepción de un entorno social próximo favorable. El acceso a la financiación es una de las circunstancias que más afectan al desarrollo de proyectos.

Finalmente, el estudio sugiere varias implicaciones prácticas para apoyar y promover el emprendimiento liderado por mujeres en África. En primer lugar, se propone proporcionar formación especializada y crear espacios colaborativos para proyectos promovidos por mujeres, diferenciando programas de formación según la experiencia. También se destaca la necesidad de mejorar el contexto institucional, facilitando oportunidades y recursos financieros. Además, se sugiere el diseño y puesta en marcha de proyectos formativos que fomenten actitudes positivas hacia el emprendimiento y ofrezcan capacitación en habilidades empresariales. Esto permitiría potenciar la cultura emprendedora y fortalecer el apoyo entre personas emprendedoras ya consolidadas y noveles, dotando a las promotoras de iniciativas emprendedoras de las herramientas necesarias para el éxito empresarial. En este sentido, se resalta la importancia de promover el emprendimiento femenino en África para lograr un desarrollo económico y social sostenible, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) adoptados por las Naciones Unidas en 2015.

ÍNDICE DE CONTENIDOS



1. Introducción	13
2. Contextualización teórica	15
2.1. Contexto emprendedor y emprendimiento femenino en África	15
2.2. Variables que afectan a la intención de poner en marcha un proyecto empresarial	17
2.3. Factores del ecosistema que afectan al desarrollo de proyectos emprendedores	18
2.4. Eventos que influyen, de manera positiva o negativa, en la creación de una empresa	19
2.5. Mentalidad favorable a un nuevo comienzo	20
3. Metodología	21
3.1. Instrumento de medida	21
3.2. Muestra	21
3.3. Análisis de datos	24
4. Resultados	25
4.1. Análisis de las variables que afectan a la intención de poner en marcha un proyecto empresarial	25
4.2. Estudio de los factores del ecosistema que afectan al desarrollo de proyectos emprendedores	33
4.3. Identificación de los eventos que influyen, de manera positiva o negativa, en la creación de una empresa	35
4.4. Implicación de una mentalidad favorable a un nuevo comienzo	38
5. Conclusiones	41

6. Implicaciones prácticas _____	45
Referencias bibliográficas _____	47
Apéndice: Cuestionario _____	53

ÍNDICE DE TABLAS



Tabla 1: Estructura de la muestra _____	22
Tabla 2: Objetivos de carrera a medio largo plazo _____	25
Tabla 3: Experiencia emprendedora _____	28
Tabla 4: Situación con respecto a emprendimiento _____	28
Tabla 5: Antecedentes predictores de la intención emprendedora _____	31
Tabla 6: Percepción del entorno emprendedor _____	34
Tabla 7: Eventos precipitadores _____	35

ÍNDICE DE GRÁFICOS



Gráfico 1: Intención emprendedora como objetivo de carrera a largo plazo _____	27
Gráfico 2: Intención emprendedora _____	30
Gráfico 3: Relación de la intención emprendedora con los predictores _____	38
Gráfico 4: Actitud hacia mentalidad de nuevo comenzar _____	39

1. INTRODUCCIÓN

El fenómeno social del emprendimiento ha adquirido y adquiere trascendencia máxima debido a su papel fundamental como motor de crecimiento económico (Stoica *et al.*, 2020). Estas iniciativas empresariales contribuyen de manera sustancial a la creación de nuevos puestos de trabajo (Kantis *et al.*, 2002), lo que en definitiva se traduce en mejores condiciones de vida de las personas (Ramos y Bayter, 2012).

Es importante destacar que el fomento del emprendimiento es especialmente relevante en países en desarrollo (Hundt y Sternberg, 2016; Urbano *et al.*, 2023) siendo un elemento clave a la hora de disminuir la brecha entre países industrializados y en vías de desarrollo. El apoyo y la promoción de iniciativas empresariales en estos países puede generar un efecto multiplicador en la economía, creando oportunidades para el crecimiento sostenible y la mejora de la calidad de vida de las personas.

Por otro lado, en estos países emergentes se da la circunstancia de que el emprendimiento liderado por mujeres es especialmente significativo (Chávez, 2021). Las emprendedoras a menudo aportan perspectivas únicas y soluciones creativas a los desafíos locales (Rajadell, 2019), lo que se traduce en la creación de productos y servicios novedosos. Estas innovaciones no solo generan un impacto local, sino que también pueden tener repercusión global al dar respuesta a problemas sociales y económicos fácilmente extrapolables a otras regiones con circunstancias similares (Ball, 2005).

Las reflexiones anteriores justifican la necesidad de centrar esfuerzos en conocer con detalle el proceso emprendedor en países en desarrollo, centrando el foco de interés en la puesta en marcha de proyectos

empresariales promovidos por mujeres, con el fin de diseñar políticas y programas de actuación que impulsen este tipo de emprendimiento en las regiones más desfavorecidas. Por lo tanto, este trabajo se plantea con el objetivo general de analizar las variables y factores que explican el proceso emprendedor en el caso de mujeres africanas. En este sentido, se ha organizado el estudio en cuatro bloques de análisis relacionados entre sí:

- Análisis de las variables que afectan a la intención de poner en marcha un proyecto empresarial.
- Estudio de los factores del ecosistema que afectan al desarrollo de proyectos emprendedores.
- Identificación de los eventos que influyen, de manera positiva o negativa, en la creación de una empresa.
- Implicación de una mentalidad favorable a un nuevo comienzo.

En el primer apartado de este documento se recoge un resumen de la situación del emprendimiento femenino en África, así como algunos de los aspectos conceptuales más relevantes de los cuatro bloques en los que se organiza el estudio. En el segundo apartado se describe la metodología empleada para, a continuación, analizar los resultados más relevantes. Se finaliza este informe con un resumen de los resultados más significativos, incluyendo principales implicaciones prácticas.

2. CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA

2.1. Contexto emprendedor y emprendimiento femenino en África

África es un continente complejo, compuesto por países muy diferentes y heterogéneos que van desde los del norte de África, que forman parte del grupo de países MENA (Middle East and North Africa), hasta los de África central y África subsahariana, que incluyen algunas de las economías más pobres del planeta. Durante décadas, se ha considerado a África como el "continente perdido", donde las instituciones son frágiles y débiles, el crecimiento económico se ha estancado y la pobreza y las enfermedades están muy extendidas (Lafuente *et al.*, 2018). Sin embargo, en los últimos años el pulso económico de África se ha acelerado, infundiéndole al continente una nueva vitalidad comercial. Prueba de ello es el crecimiento del 4,2% del PIB real en el 2021 con respecto al año anterior, más del doble que en las décadas de 1980 y 1990 (OCDE, 2021).

Esta necesidad de avance ha hecho tomar conciencia, especialmente en las personas jóvenes, de la importancia de no depender únicamente de las grandes empresas ni del gobierno para crear puestos de trabajo (Herrington y Coduras, 2019). En este sentido, se ha evidenciado la existencia de una relación positiva entre actividad emprendedora y crecimiento económico (Aghion, 2017) considerando el desarrollo de proyectos de emprendimiento como un mecanismo fundamental para aliviar la pobreza, especialmente en estas economías emergentes y en desarrollo (Sutton *et al.*, 2019).

De hecho, África tiene la tasa de emprendimiento más alta del mundo (Banco Mundial, 2019). En este

sentido, el espíritu empresarial es cada vez más reconocido en todo el continente africano (George *et al.*, 2016) demostrando que la actividad empresarial en África es uno de los factores que ha tenido un mayor impacto en el crecimiento económico de muchos países africanos (Ndulu *et al.*, 2007). En este sentido, podemos afirmar que el emprendimiento se convierte en una palanca clave para garantizar el crecimiento y el desarrollo económico de las regiones más desfavorecidas. Por otro lado, el fomento de la actividad empresarial, además de promover el avance social y económico, se convierte en un instrumento fundamental para erradicar la necesidad de emigrar de muchos habitantes de estos países africanos en busca de mejores oportunidades (Kantis *et al.*, 2002).

A pesar de las ventajas manifiestas de la actividad empresarial, y siguiendo a Chigunta (2017), muchas regiones africanas todavía se enfrentan a desafíos muy complejos. Concretamente, un desarrollo institucional deficiente y la falta de emprendimiento impulsado por el aprovechamiento de oportunidades son las carencias más importantes para las naciones africanas (Gomes *et al.*, 2018) lo que sugiere que es hora de desarrollar o modificar radicalmente las políticas gubernamentales actuales (Outlook, 2017).

Vinculado con la actividad emprendedora en el continente africano, varios estudios han demostrado que las mujeres empresarias en África hacen contribuciones significativas a la creación de empleo y, por lo tanto, a la reducción de la pobreza (Crittenden *et al.*, 2019; Friedson-Ridenour y Pierotti, 2019; Guma, 2015, Nukpezah y Blankson, 2017). Sin embargo, y a pesar de sus importantes aportaciones, en muchas de estas regiones las mujeres se enfrentan a importantes barreras a la hora de desarrollar su actividad empresarial. Ciertas interpretaciones religiosas y tradiciones legislativas limitan la capacidad de las mujeres para iniciar y desarrollar sus propios negocios (Saurav *et al.*, 2013). Por ejemplo, en la mayoría de los países del norte de África las mujeres no tienen los mismos derechos en el trabajo que los hombres (PNUD, 2009) y su tasa de participación en el

mercado laboral es mucho menor (Sidani *et al.*, 2015). Además, el desarrollo profesional en los países africanos está muy sesgado por el género, donde las mujeres están predominantemente empleadas en educación y atención social y sanitaria, mientras que los hombres ocupan puestos de liderazgo (Sidani *et al.*, 2015).

Por lo tanto, y dada la existencia de una mayor intención emprendedora de las mujeres africanas en relación a los hombres (Crittenden *et al.*, 2019), este trabajo se plantea con el objetivo de analizar con detalle diversos aspectos que impactan, de una manera u otra, en la actividad emprendedora de las mujeres africanas con el fin de aportar información para el diseño de políticas y programas específicos que potencien el desarrollo de proyectos emprendedores liderados por mujeres en África.

2.2. Variables que afectan a la intención de poner en marcha un proyecto empresarial

La intención de crear una empresa en el futuro es lo que, a grandes rasgos, se define como intención emprendedora (Valencia-Arias *et al.*, 2022) y, según Ndofirepi (2020), la intención emprendedora es un fuerte signo de potencial emprendedor. En este sentido, la literatura especializada considera que la intención de poner en marcha un proyecto de emprendimiento es el principal predictor del comportamiento empresarial (Krueger y Carsrud, 1993), de ahí la importancia de conocer la intención de emprender en la medida en que es un indicador de la ejecución de la acción emprendedora. Esta consideración tiene su origen en uno de los modelos más utilizados para explicar el funcionamiento del comportamiento humano, como es la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991).

La Teoría del Comportamiento Planificado ha sido ampliamente abordada en el estudio de la intención emprendedora por su capacidad para ayudar a comprender el proceso emprendedor (Fragoso *et al.*, 2019). Esta teoría se basa en un enfoque cognitivo social en el que se postula que la intención puede predecir el comportamiento humano, indicando el grado de esfuerzo que una

persona planea llevar a cabo para asumir ese comportamiento (Ajzen, 1991). A su vez, la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen sostiene que la intención de ejecutar un determinado comportamiento depende, a su vez, de tres variables: la actitud personal, que se refiere a la existencia de una evaluación favorable o desfavorable de la conducta emprendedora, el control conductual percibido, vinculado con la percepción sobre las propias capacidades para ejecutar la conducta y la norma subjetiva, que hace referencia a la presión social percibida sobre la ejecución de la acción emprendedora (Liñan *et al.*, 2013). La Teoría del Comportamiento Planificado ha sido considerada como el modelo de investigación más poderoso en el estudio de las intenciones individuales del comportamiento emprendedor, por lo que se ha convertido en una base teórica sólida para que la comunidad científica explique la relación de actitudes, normas y control con el comportamiento mediado por intenciones (Sharahiley, 2020).

2.3. Factores del ecosistema que afectan al desarrollo de proyectos emprendedores

En el presente trabajo también se analizan las percepciones que tienen las mujeres africanas sobre las condiciones del entorno vinculadas con la actividad emprendedora. Este análisis se realiza desde el enfoque institucional que sostiene que las circunstancias del entorno juegan un papel fundamental en la decisión de crear una empresa (Urbano *et al.*, 2019). En este sentido, autores como Steyaert y Hjorth (2008) consideran que no se puede analizar la capacidad emprendedora de una determinada región sin incorporar las variables que modelan el contexto social y cultural en el que deben operar las personas vinculadas a dicho entorno. Por lo tanto, el enfoque institucional proporciona una perspectiva adicional a la idea de que la intención emprendedora depende, principalmente, de factores personales, creencias normativas y de control.

La teoría institucional trata de identificar y describir las variables que interactúan en un entorno emprendedor y cómo estas

variables pueden ayudar a determinar el crecimiento económico de una región. Es decir, la teoría institucional trata de explicar el mayor o menor comportamiento emprendedor de una determinada región en función de la estructura institucional específica que existe en dicho territorio (Aparicio *et al.*, 2016). Vinculadas con estas estructuras institucionales se pueden distinguir variables formales e informales. Las formales se refieren a las reglas explícitas y escritas de una sociedad (North, 1991) y, por tanto, proporcionan las condiciones previas fundamentales para que se lleve a cabo la acción emprendedora y para que se usen los recursos eficientemente (Antoncic *et. al.*, 2016). Reglas como las leyes comerciales, la política fiscal, el apoyo financiero, los procedimientos para iniciar y liquidar un negocio, los derechos de propiedad y el sistema judicial, entre otras. En este sentido, es fundamental para el emprendimiento, la eficiencia y la calidad de las instituciones formales. Por otro lado, las informales recogen las variables individuales que favorecen la actividad emprendedora, como son los conocimientos y habilidades necesarias para crear un nuevo negocio (Álvarez *et al.*, 2014). Los valores, expresiones y normas culturales también son un componente del entorno institucional informal, porque condicionan el comportamiento humano (Ali *et al.*, 2020). El contexto informal afecta a los mecanismos colectivos y sociales a través de las expectativas y preferencias conjuntas (Urbano *et al.*, 2023). Estos mecanismos influyen en cómo los individuos perciben la viabilidad económica y social y la conveniencia de emprender una actividad económica (Autio *et al.*, 2013).

2.4. Eventos que influyen, de manera positiva o negativa, en la creación de una empresa

Shapero y Sokol (1982) definen los eventos precipitadores como aquellos acontecimientos significativos de la vida de las personas que pueden provocar cambios en las intenciones empresariales. En este sentido, se entiende que los eventos precipitadores son lo que motivan, o por el contrario desincentivan, el desarrollo de un proyecto empresarial. Estos acontecimientos pueden derivarse tanto de la aparición o adquisición de elementos facilitadores

como de la desaparición o superación de barreras previamente existentes (Krueger y Carsrud, 1993; Schindehutte *et al.*, 2000). Según Shapero y Sokol (1982) existen factores internos precipitadores (push factors) relacionados con las características personales que motivan o no a emprender, y factores externos precipitadores (pull factors), como la identificación de una oportunidad. En este estudio, nos centraremos en analizar la percepción sobre estos factores externos, que pueden ser positivos (como recibir una suma de dinero inesperada) o negativos (como perder un empleo). La literatura especializada agrupa estos factores en cinco categorías que impulsan o dificultan el inicio de un proyecto empresarial como son; la aceptación del producto o servicio en el mercado, el acceso a la financiación, el apoyo al proyecto, la existencia de socios y personal adecuado y la situación económica personal.

2.5. Mentalidad favorable a un nuevo comienzo

En este trabajo, se ha incorporado la variable de actitud hacia la mentalidad de un "nuevo comienzo" aplicada al emprendimiento. Autores como Price *et al.*, (2017) definen "mentalidad de nuevo comienzo" como la creencia de que las personas pueden comenzar de nuevo y trazar un nuevo rumbo en la vida independientemente de las circunstancias pasadas o presentes (Price *et al.*, 2018). Esta variable se refiere a cómo las personas con una alta actitud hacia el nuevo comienzo pueden mostrar un comportamiento más propenso a impulsar cambios que transformen sus vidas, por ejemplo, mediante el inicio de actividades empresariales (Landau 2017; Landau, Meier y Keefer 2010; Rucker y Galinsky 2016).

La investigación documenta que la mentalidad de nuevo comienzo tiene características adaptativas, incluida la capacidad personal para el cambio, el optimismo, el enfoque temporal futuro, el locus de control interno, la autoeficacia, la perseverancia y la resiliencia (Price *et al.*, 2017). Los hallazgos sugieren que la fuerza de la mentalidad del nuevo comienzo puede verse afectada por creencias religiosas y por características demográficas.

3. METODOLOGÍA

3.1. Instrumento de medida

Para la consecución de los objetivos planteados en este trabajo se diseñó un cuestionario estructurado en cuatro secciones. Una primera sección en la que se incluían preguntas de contexto personal en relación con la situación y expectativas laborales (situación laboral, intenciones de carrera, experiencia previa en emprendimiento), una segunda sección en la que se recogían los ítems utilizados para medir la intención emprendedora, sus antecedentes (actitud, norma subjetiva, control percibido del comportamiento), los potenciales eventos precipitadores y la actitud de nuevo comenzar, una tercera sección con cuestiones vinculadas con la percepción de los factores institucionales, tanto formales como informales y finalmente una última sección en la que se añadieron preguntas sobre variables sociodemográficas (edad, sector actividad, estudios, nivel económico, país de residencia y responsabilidades familiares).

Todas las variables incluidas en el estudio se midieron mediante escalas propuestas y adoptadas de estudios anteriores en la literatura. Se utilizó una escala Likert de 7 puntos para medir los ítems donde 1 indica Totalmente en desacuerdo y 7 Totalmente de acuerdo. Se incluye como apéndice al final del documento el cuestionario utilizado en la investigación.

3.2. Muestra

Para el desarrollo de este trabajo se contó con la colaboración de la Fundación Mujeres por África, una entidad privada sin ánimo de lucro, creada en 2012

con el objetivo contribuir al desarrollo del continente africano a través del apoyo y acompañamiento a sus mujeres. Desde la Fundación Mujeres por África se envió por correo una invitación a participar en este proyecto a las mujeres que habían participado en el programa formativo Learn África, un programa de movilidad académica para mujeres africanas. En el correo se incluía el link al cuestionario de recogida de datos traducido a cuatro idiomas (español, francés, inglés y portugués).

El trabajo de recogida de datos se realizó en los meses de abril y mayo de 2023. Se obtuvieron 314 respuestas de mujeres africanas de 37 de los 54 países que configuran el continente africano, lo que viene a suponer un 68% del total. La región geográfica con mayor representación es la de África occidental, siendo la de África meridional de la que se recibe menor número de respuestas, solo 4 cuestionarios. Del total de mujeres africanas que participaron en el estudio un 53,5% eran mujeres que tenían entre 18 y 29 años mientras que el resto, un 46,5%, tenían más de 30 años, siendo un 85,4% tituladas universitarias. De las respuestas recibidas un 52,9% definieron su nivel económico dentro de la media y solo un 10,8 % consideraban que se encontraban en un nivel económico superior a la media. El 50,3 % de las mujeres estaban empleadas por cuenta ajena y sólo un 12,7 % eran empresarias. Por último, el 76,7 % de las mujeres reconocían tener responsabilidades familiares medias e importantes (tabla 1).

Tabla 1

Estructura de la muestra

PROCEDENCIA	
África septentrional	27,71%
África occidental	38,54%
África central	10,51%
África oriental	21,97%

África meridional	1,27%
EDAD	
18-29	53,5%
>=30	46,5%
ESTUDIOS	
Primarios-Bachillerato	14,6%
Universitarios	85,4%
NIVEL ECONÓMICO	
Por debajo de la media	36,3%
En la media	52,9%
Por encima de la media	10,8%
SITUACIÓN ACTUAL	
En paro	12,7%
Estudiante	24,2%
Empleada	50,3%
Autoempleada, Empresaria	12,7%
RESPONSABILIDADES FAMILIARES	
Importantes	43,6%
Medias	33,1%
Bajas	23,2%
Total	314

(*) Para un nivel de confianza del 95,5% y $p=q$, el error muestral es de $\pm 5,7\%$ para el conjunto de la muestra

3.3. Análisis de datos

El análisis de los datos se ha realizado en primer lugar a través del examen descriptivo de las variables intervinientes y de sus ítems mediante medias y/o frecuencias. Cada variable latente se ha construido como la media de los ítems que lo componen. En segundo lugar y para realizar el análisis de las relaciones entre la variable dependiente y las variables independientes y antecedentes, se ha realizado un análisis a través de tabulaciones de medias. Las tablas se presentan con las variables independientes categorizadas en las columnas y las variables dependientes de escala en las filas. Se han construido nuevas variables categóricas de las variables independientes utilizadas en el análisis, con objeto de facilitar el análisis de resultados a través de tabulaciones. Las nuevas variables construidas son categóricas con dos niveles: alto y bajo. El nivel "bajo" corresponde a valores menores de 5 de la media del constructo calculada como promedio de los ítems del constructo y el nivel "alto" corresponde a los valores iguales o mayores que 5. Las variables categorizadas utilizadas son: actitud, control percibido del comportamiento, norma subjetiva, mentalidad de nuevo comienzo y nivel de responsabilidades familiares asociadas al género. También se ha realizado un análisis de las variables en función de las características sociodemográficas a través de tabulaciones (edad, nivel estudios, nivel económico, responsabilidades familiares y situación actual).

4. RESULTADOS

4.1. Análisis de las variables que afectan a la intención de poner en marcha un proyecto empresarial

A través del análisis de los objetivos de carrera a medio y largo plazo se pueden identificar las metas profesionales de las mujeres que participaron en el trabajo (tabla 2). Del análisis de estos datos, cabe destacar que más de la mitad, un 51,9%, tenían intención de poner en marcha una empresa en su propio país, lo que confirma el potencial del emprendimiento femenino en África. Además, se observa una importante inquietud por la formación continua, puesto que, aunque la mayoría tienen estudios universitarios, un 38,2% manifiesta su intención de seguir formándose, lo que parece garantizar un tipo de emprendimiento de mayor cualificación. Llama la atención que más del 37% de las mujeres que participaron en el estudio manifestaron intención de emigrar para obtener un puesto de trabajo fuera de su país de origen o bien desarrollar un proyecto propio, lo que posiblemente puede generar un efecto negativo de fuga de talento.

Tabla 2

Objetivos de carrera a medio largo plazo

Quiero tener un empleo en una pequeña-mediana empresa en mi país	3,5%
Quiero tener un empleo en una mediana-gran empresa en mi país	16,9%
Emigrar para obtener un puesto de trabajo fuera de mi país	28,7%

Emigrar para poner en marcha un negocio en el extranjero	8,6%
Quiero dedicarme a la docencia	22,0%
Quiero tener un empleo en el sector público	13,4%
Quiero crear mi propia empresa en mi país	51,9%
Quiero seguir formándome	38,2%

* Esta pregunta era de respuesta múltiple por lo que la suma total de respuesta es superior al 100%

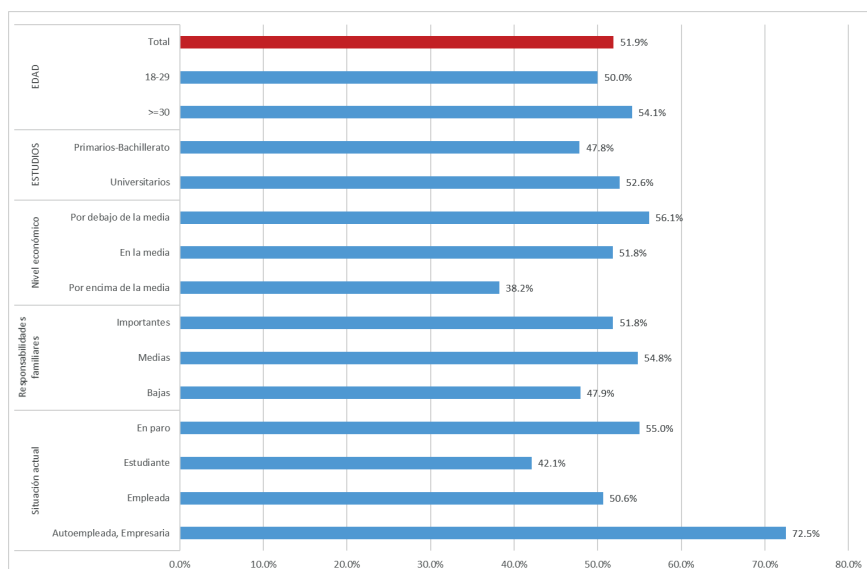
En el Gráfico 1, se representa de manera detallada el perfil de las mujeres africanas que tienen intención de crear su propia empresa en su país, incluyendo información sobre la edad, el nivel de ingresos, los estudios realizados, la situación actual y sus responsabilidades. Se observa que la intención emprendedora es ligeramente mayor en mujeres mayores de 30 años (54,1%) que en mujeres más jóvenes, entre 18-29 años de edad. Por otro lado, de las mujeres que manifestaron intención de desarrollar un proyecto emprendedor un 52,6% tiene estudios universitarios y un 47,8% dispone de estudios primarios-bachillerato. Asimismo, cabe destacar que las mujeres africanas con un nivel económico por debajo de la media manifiestan una mayor intención de crear una empresa (56,1%), siendo inferior este porcentaje en aquellas mujeres con un nivel socioeconómico medio o superior a la media, con un 51,8% y 38,2% respectivamente. Estos resultados evidencian la existencia, probablemente, de un tipo de emprendimiento por necesidad en mayor medida que el que surge por oportunidad.

En lo que respecta a la situación actual de dichas mujeres, se pone de manifiesto que las mujeres que ya tienen experiencia emprendedora tienen mayor intención de emprender nuevos proyectos (72,5%) que las que no tienen dicha experiencia. Es por esta razón que la adquisición de experiencia se convierte en un elemento clave en el fomento de la actitud emprendedora puesto que se traduce en una mayor confianza y sensación de control.

Por último, se puede observar que las mujeres que manifiestan tener bajas responsabilidades familiares tienen menor intención emprendedora como objetivo de carrera (47,9%) que las que tienen importantes o medias responsabilidades familiares, 51,8% y 54,8 respectivamente.

Gráfico 1

Intención emprendedora como objetivo de carrera a largo plazo



En relación a la experiencia emprendedora de las mujeres africanas se puede observar que poco menos de la mitad de las mujeres que participaron en el estudio no tenían experiencia emprendedora (48,4%). Del total de mujeres que sí tenían experiencia emprendedora, la mayor parte, un 39,8%, manifestó que esa experiencia se había desarrollado dentro de la economía informal (tabla 3).

Tabla 3

Experiencia emprendedora

Sí, en economía formal	12,4%
Sí, en economía informal, no registrada	39,8%
No	48,4%

A la hora de analizar la situación actual de las mujeres africanas con respecto al emprendimiento (tabla 4) es de destacar que parte de las mujeres que participaron en el estudio eran propietarias de una empresa (14,3%) o estaban participando en algún proyecto de intraemprendimiento en la empresa para la que estaban trabajando (20,7%). Por otro lado, más de la mitad, un 51,3%, estaba pensando en poner en marcha una empresa en los próximos tres años.

Tabla 4

Situación con respecto a emprendimiento

Pasado

He participado en la creación de una nueva empresa en los últimos tres años	15,0%
He participado en el desarrollo de proyectos para la empresa en la que he estado trabajando	15,6%
He vendido, cerrado o abandonado un negocio en los últimos doce meses del que era propietaria	7,0%

Presente

Actualmente soy propietaria de una empresa (ya sea sola o con otras personas)	14,3%
-------------------------------------------------------------------------------	-------

Estoy participando actualmente en el desarrollo de proyectos para la empresa en que estoy trabajando 20,7%

Futuro

Estoy pensando en poner en marcha una empresa en los próximos tres años (ya sea sola o con otras personas) 51,3%

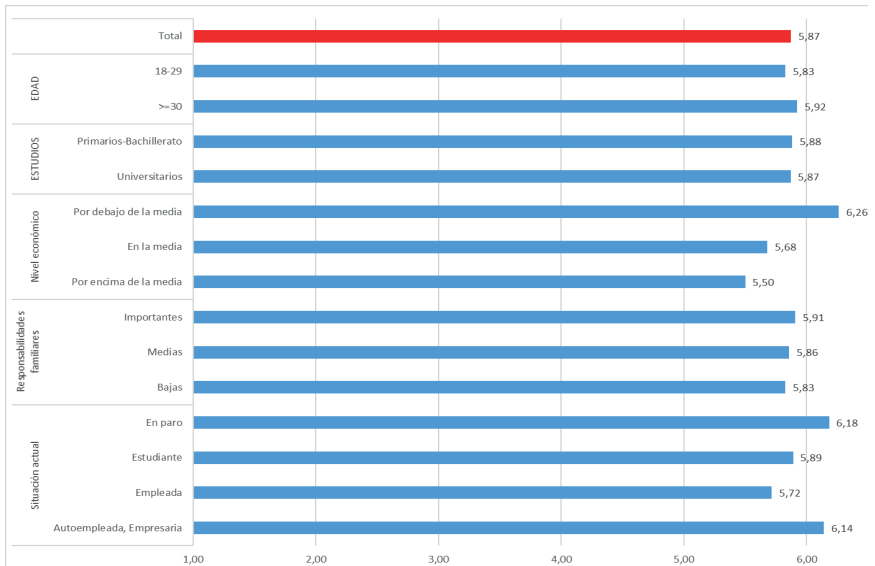
Ninguna de las situaciones anteriores 21,0%

En el gráfico 1 se incluyó información sobre la intención de emprender como objetivo de carrera en porcentaje mientras que en el gráfico 2 se presenta una media de los ítems que miden dicha intención y que, en definitiva, nos aporta una medida de la intensidad de dicha decisión, siendo la media global de 5,87 en una escala de 1 a 7, es decir, por encima del punto medio de la escala.

Los resultados son relativamente coincidentes con la tendencia observada del análisis de los objetivos de carrera comentados anteriormente. Así, en el gráfico 2 se puede observar que la media de los ítems de la escala que mide la intención emprendedora es mayor en las mujeres con más de 30 años (5,92) que en las mujeres de entre 18-29 años (5,83). En cuanto al nivel académico, los resultados son homogéneos, siendo ligeramente superior en primarios-bachillerato con un valor de 5,88 frente a estudios universitarios con 5,87. También, la intención emprendedora es superior en aquellas mujeres con un nivel de ingresos por debajo de la media con un valor de 6,26, seguido de aquellas con unos ingresos medios y por encima de la media con un valor de 5,68 y 5,50 respectivamente. En cuanto a la situación actual de las mujeres africanas, se observa que las que se encuentran en paro (6,18) y las que ya tienen experiencia emprendedora (6,14) tienen una mayor intención de poner en marcha un nuevo proyecto emprendedor en el futuro. Finalmente, se observa que no existe gran diferencia entre las mujeres con diferentes compromisos familiares en relación a su intención de emprender.

Gráfico 2

Intención emprendedora



Tal y como se ha especificado anteriormente, además de analizar la intención emprendedora propiamente dicha se incluyeron los ítems necesarios para realizar un estudio de las relaciones existentes entre las variables que predicen la intención de emprender: actitud personal, norma subjetiva y control conductual del comportamiento. En la tabla 5 se muestran los valores medios de los ítems de cada una de las variables señaladas.

Tabla 5

Antecedentes predictores de la intención emprendedora

	Total	Edad		Estudios		Nivel económico		
		18-29	>=30	Prima-Bachi	Universitarios	< media	= media	> media
Intención emprendedora	5,87	5,83	5,92	5,88	5,87	6,26	5,68	5,50
Actitud personal	5,72	5,70	5,75	5,81	5,71	5,96	5,58	5,62
Norma subjetiva	5,30	5,28	5,32	5,49	5,26	5,50	5,13	5,42
Control percibido	5,80	5,89	5,70	5,69	5,82	5,77	5,83	5,78

	Responsabilidades familiares			Situación actual			
	Importante	Media	Baja	En paro	Estudiante	Empleada	Auto-empleada
Intención emprendedora	5,91	5,86	5,83	6,18	5,89	5,72	6,14
Actitud personal	5,71	5,71	5,76	5,89	5,80	5,58	5,96
Norma subjetiva	5,33	5,20	5,38	5,43	5,41	5,18	5,44
Control percibido	5,66	5,80	6,07	5,82	5,86	5,77	5,81

En lo que se refiere a la **actitud personal** de las mujeres africanas hacia el emprendimiento se puede observar en la

tabla 5 que la media de los ítems que miden esta actitud tiene un valor de 5,72 en una escala de 1 a 7, por encima de la media de la escala. Dicha actitud es mayor en las mujeres con más de 30 años (5,75) que en mujeres de 18 a 29 años (5,70) y en mujeres con estudios de primaria y/o bachillerato (5,81) que en mujeres con estudios universitarios (5,71). Por otro lado, la actitud personal hacia el emprendimiento es superior entre las mujeres africanas con ingresos por debajo de la media (5,96) que en las que reconocen una situación económica por encima de la media (5,62), lo que, a priori, parece evidenciar de nuevo una mayor predisposición al emprendimiento por necesidad. Así mismo, se observa que la actitud personal hacia el emprendimiento es ligeramente superior en mujeres con menores responsabilidades familiares (5,76). Por último, las mujeres con experiencia emprendedora manifiestan una actitud más positiva hacia el emprendimiento que las que no disponen de experiencias en el desarrollo de proyectos propios.

La percepción sobre lo que el entorno más cercano opina en relación a la puesta en marcha de proyectos de emprendimiento, lo que se denomina **norma subjetiva**, es otro de los factores que influyen en la intención emprendedora. A raíz de los datos incluidos en la tabla 5 se observa que las mujeres que participaron en el proyecto tienen una percepción favorable de la opinión de su entorno más cercano sobre la puesta en marcha de un proyecto propio, un 5,30 sobre 7. Analizando la norma subjetiva según las diferentes variables incluidas en el estudio vemos cómo esta percepción positiva del entorno es ligeramente superior en mujeres de más de 30 años (5,32) que aquellas mujeres entre 18 y 29 años. También, las mujeres con estudios de educación primaria y/o secundaria perciben un entorno cercano más favorable al emprendimiento (5,49) que las que tienen estudios universitarios (5,26).

Finalmente, desde la perspectiva de la Teoría del Comportamiento Planificado otro de los factores que influyen en la intención de iniciar una actividad económica son las creencias sobre las capacidades y competencias que piensan que se tienen para

desarrollar una actividad emprendedora, el **control conductual percibido**. En la tabla 5 se puede observar que la media de los ítems que miden esta variable es de 5,80 en la misma escala de 1 a 7, es decir, claramente por encima del valor medio de la escala. El control percibido es ligeramente inferior en las mujeres mayores de 30 años (5,70) que en las de 18 a 29 años de edad (5,89). Asimismo, es mayor en las mujeres con estudios universitarios (5,82) que en las que tienen menos formación

4.2. Estudio de los factores del ecosistema que afectan al desarrollo de proyectos emprendedores

En este bloque se analizó la percepción de las mujeres que participaron en el estudio de los diferentes factores que configuraban el ecosistema emprendedor de su región, distinguiendo entre factores formales e informales. En la tabla 6 se recogen los valores de las medias de las percepciones de los distintos factores institucionales considerados. La percepción de un contexto general favorable del entorno para iniciar una actividad emprendedora en una escala de 1 a 7, tiene un valor medio de 4,47, ligeramente por encima del punto medio de la escala. Dentro de los factores formales del entorno que favorecen el emprendimiento los datos muestran que disponer de infraestructuras físicas adecuadas es un elemento fundamental para el desarrollo de proyectos de emprendimiento (4,74), además de instrumentos de transferencia I+D (4,25) e infraestructuras comerciales y de servicios (4,12). Por el contrario, se percibe la existencia de insuficientes fuentes de financiación y subvenciones públicas para las empresas nuevas (3,65) y la apertura de mercado (3,51) se convierte en una barrera relevante en el desarrollo de proyectos de emprendimiento. También algo por encima del punto medio se encuentran los programas gubernamentales (3,74) y las políticas gubernamentales (3,92).

En relación a los factores informales, los factores percibidos como más favorables hacia el emprendimiento son la cultura y las normas sociales (4,89), fomentando la asunción de riesgos empresariales, la creatividad y la innovación. También la educación

Tabla 6**Percepción del entorno emprendedor**

	Media
El contexto general para que los emprendedores pongan en marcha nuevas iniciativas empresariales es adecuado	4,47
FACTORES FORMALES	
Hay suficientes fuentes de financiación y subvenciones gubernamentales disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento	3,65
Las políticas gubernamentales favorecen y apoyan de forma prioritaria a las empresas nuevas y en crecimiento (regulación, impuestos, facilidad y rapidez en los trámites, ...)	3,92
Se puede obtener una amplia gama de ayudas gubernamentales para las empresas nuevas y en crecimiento a través del contacto con un único organismo con apoyo de los parques científicos y los viveros de empresas	3,74
Las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren eficazmente desde las universidades y los centros públicos de investigación a las empresas nuevas y en crecimiento	4,25
Hay suficientes y adecuados proveedores, consultores y servicios (legales, contables, financieros, ...) para apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento	4,12
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados sin mucha dificultad	3,51
Se puede obtener un rápido y buen acceso a las infraestructuras físicas (teléfono, internet, comunicaciones, suministro de agua, espacios de oficina, ...)	4,74
FACTORES INFORMALES	
Se hace hincapié en la iniciativa personal y se fomenta la asunción de riesgos empresariales, la creatividad y la innovación	4,89
La enseñanza en los distintos niveles educativos ofrece una preparación buena y adecuada para la creación y el crecimiento de nuevas empresas	4,39

4.3. Identificación de los eventos que influyen, de manera positiva o negativa, en la creación de una empresa

Los eventos que a priori pueden incentivar, o por el contrario desincentivar, las puestas en marcha de un proyecto de emprendimiento se han estructurado, siguiendo la literatura especializada, en cinco grupos: aceptación del producto o servicio en el mercado, acceso a la financiación, apoyo al proyecto, existencia de socios y personal adecuado, y la situación económica personal.

De los datos incluidos en la tabla 7 hay que destacar que para las mujeres africanas encontrar una solución técnico-económica viable para su idea (6,27) y contar con personal/técnico adecuado para el desarrollo del proyecto (6,25) son dos de los aspectos más relevantes a la hora de poner en marcha un proyecto empresarial. Por otro lado, tanto el acceso a financiación, a préstamos o a subvenciones, como la posibilidad de encontrar socio/s clave resulta fundamental para la puesta en marcha de un proyecto emprendedor (6,11). Asimismo, consideran que es fundamental el apoyo de otras personas emprendedoras y/o mentoras (6,08) y haber acumulado experiencia suficiente para poder crear y consolidar la iniciativa empresarial (6,05).

Tabla 7

Eventos precipitadores

	Media
Aceptación del producto y/o servicio por el mercado	
Descubrir/encontrar solución técnico-económica para la idea	6,27
Haber recibido un pedido importante para tener volumen suficiente para empezar la actividad	5,52

Haber acumulado experiencia suficiente para poder desarrollar el proyecto	6,05
---------------------------------------------------------------------------	------

Acceso a la financiación

Acceso a financiación, préstamos o subvención necesarios para la puesta en marcha del proyecto	6,11
------------------------------------------------------------------------------------------------	------

Recibir premio/incentivo	5,76
--------------------------	------

Disponer de recursos para la puesta en marcha del proyecto (herencia, apoyo familiar,)	5,58
---------------------------------------------------------------------------------------------	------

Apoyo al proyecto

Impulso/motivación recibida en programa de formación / aceleradora /incubadora	5,96
--------------------------------------------------------------------------------	------

Apoyo de otros emprendedores / mentores en evento networking / redes profesionales / espacios coworking, ...	6,08
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------

Inspiración/impulso encontrado en lecturas, blog, charla, conferencia, ...	5,82
----------------------------------------------------------------------------	------

Existencia de socios y personal adecuado al proyecto

Encontrar un mentor	5,97
---------------------	------

Encontrar socio/s clave para el desarrollo del proyecto	6,11
---------------------------------------------------------	------

Encontrar personal/técnicos adecuados para el desarrollo del proyecto	6,25
-----------------------------------------------------------------------	------

Situación económica

Haber perdido o estar en riesgo de perder el empleo / Sin perspectiva laboral	4,71
-------------------------------------------------------------------------------	------

Situación económica personal muy difícil	5,32
------------------------------------------	------

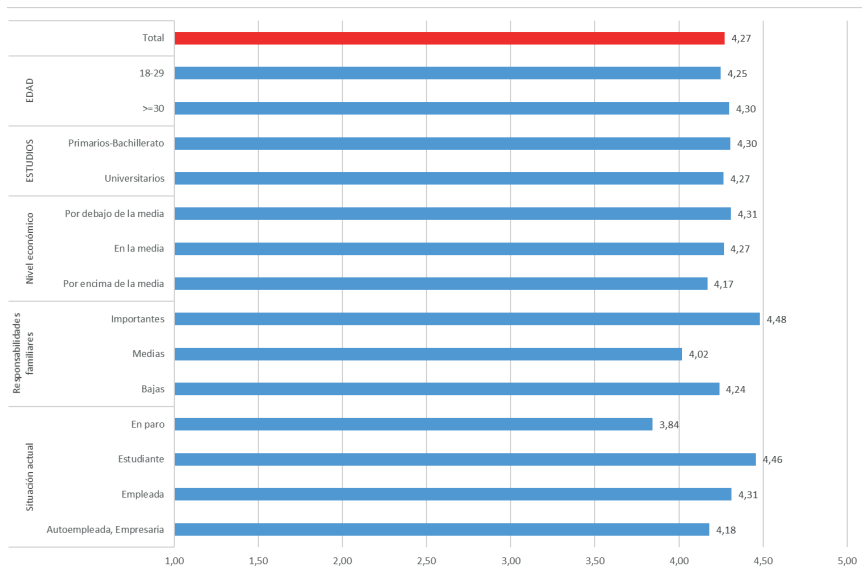
No estar a gusto con el trabajo actual	4,78
----------------------------------------	------

Haber dejado de ser responsable del mantenimiento de familiares	4,42
Tener un empleo seguro y estable	5,34

Por último, en este apartado, se han añadido aspectos vinculados con las posibles dificultades que perciben las mujeres africanas a la hora de iniciar una actividad empresarial por razón de género. En el gráfico 3, se observa que en una escala de 1 a 7, la percepción de las dificultades para emprender por motivos del género tiene un valor medio de 4,27, algo por encima del punto medio de la escala. Asimismo, las mujeres mayores de 30 años perciben ligeramente mayores dificultades (4,30) que las de 18 a 29 años (4,25). Si se tiene en cuenta la formación, se observa que existen escasas diferencias entre mujeres con estudios primarios-bachillerato (4,30) y estudios universitarios (4,27). El nivel de ingresos también juega un papel fundamental ya que se observa la existencia de mayores dificultades en aquellas mujeres con ingresos por debajo de la media (4,31) que aquellas con ingresos medios (4,27) o por encima de la media (4,17). Con relación a los niveles de responsabilidad familiar asumidos por las mujeres, cabe destacar que existen mayores obstáculos cuando hay responsabilidades familiares importantes (4,48) frente a responsabilidades bajas (4,24) o medias (4,02).

Gráfico 3

Emprendimiento y género



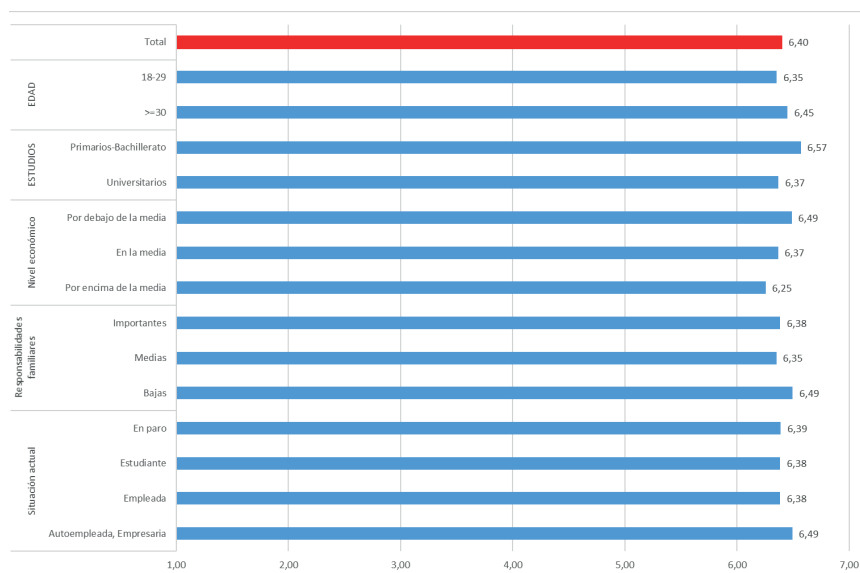
4.4. Implicación de una mentalidad favorable a un nuevo comienzo

En el gráfico 4 se observa como la media de los ítems que miden el constructo que analiza la mentalidad hacia un nuevo comienzo es muy alta entre las mujeres africanas con un valor de 6,40 en una escala de 1 a 7, lo que representa una creencia muy favorable hacia que, independientemente de las circunstancias, se puede elegir y trazar un nuevo rumbo en la vida. En particular, se percibe una mayor actitud hacia mentalidad de nuevo comienzo en mujeres mayores de 30 años (6,45) que en mujeres de entre 18 y 29 años (6,35), igualmente es superior en mujeres con estudios primarios-bachillerato (6,57) que universitarias (6,37) y también es mayor en aquellas que se encuentran por debajo del nivel medio de ingresos (6,49) que en aquellas con ingresos medios (6,37) o ingresos por encima de la media (6,25). Por otro lado, se percibe más favorable en aquellas mujeres que tienen

responsabilidades familiares bajas (6,49) frente aquellas con responsabilidad importantes (6,38) o responsabilidades medias (6,35). Por último, se percibe que las empresarias (6,49) poseen de una mayor actitud hacia la mentalidad de nuevo comienzo en relación a las mujeres en paro (6,39), a las estudiantes y/o a las empleadas (6,38).

Gráfico 4

Actitud hacia mentalidad de nuevo comenzar



5. CONCLUSIONES

En este estudio hemos analizado la percepción que tienen las mujeres africanas frente a los diferentes factores que pueden influir en la puesta en marcha de un proyecto de emprendimiento. En el análisis se han considerado distintos enfoques y perspectivas en el estudio del fenómeno emprendedor como son la teoría del comportamiento planificado, la teoría institucional, la actitud hacia la mentalidad de nuevo comenzar, los eventos que pueden precipitar que se inicie una actividad emprendedora, y, todo ello, en el contexto de la perspectiva de género. Los resultados obtenidos nos permiten apuntar una serie de conclusiones preliminares que se recogen seguidamente.

Del análisis de estos datos, cabe destacar que más de la mitad de las mujeres que participaron en el estudio tenían intención de poner en marcha una empresa en su propio país, lo que confirma el potencial del emprendimiento femenino en África. A pesar de ello se observa que un porcentaje bastante significativo baraja como opción de desarrollo profesional la emigración lo que, sin duda, puede generar un efecto negativo de fuga de talento. Por otro lado, se percibe una importante inquietud por la formación continua, puesto que, aunque la mayoría tienen estudios universitarios, un alto porcentaje de las personas que participaron en el proyecto manifiestan su interés en seguir formándose.

El análisis de las variables que influyen en la intención emprendedora de las mujeres africanas muestra la existencia de una actitud personal positiva hacia el emprendimiento en general, siendo mayor en aquellas con más de 30 años y con ingresos por debajo de la media. Además, las mujeres con experiencias previas en emprendimiento y con una situación económica

más desfavorable muestran mayor predisposición a poner en marcha un proyecto de emprendimiento, mientras que las mujeres con mayores responsabilidades familiares presentan una ligera mayor intención emprendedora lo que podría ser evidencia de un tipo de emprendimiento por necesidad. Por otra parte, se observa que las mujeres que participaron en el estudio perciben que existe una relativa aceptación social del emprendimiento. En general, piensan que familiares, amigos y personas cercanas verían con buenos ojos que inicien una actividad empresarial. También se puede concluir que las mujeres africanas tienen, en general, confianza en sus capacidades y competencias para desarrollar una actividad emprendedora. El control conductual percibido es mayor en aquellas mujeres menores de 30 años y con formación universitaria lo que evidencia la relevancia de la formación de cara a garantizar la autoconfianza.

En cuanto a los eventos precipitadores, del análisis de los resultados obtenidos se puede concluir que los sucesos que influirían en mayor medida en la decisión de emprender de las mujeres africanas están relacionados con la necesidad de confirmar la aceptación del producto y/o el servicio por parte del mercado, encontrar socios y personal adecuados, contar con servicios de apoyo al proyecto empresarial y el acceso a fuentes de financiación. Por otro lado, cuestiones asociadas con la situación económica como, haber perdido el empleo o haber dejado de ser responsable de familiares, parece que no son tan relevantes.

El análisis de las percepciones sobre el contexto institucional sugiere que hay margen de mejora en las condiciones del entorno para el desarrollo de la actividad empresarial. En este sentido, se tiene la opinión generalizada de que es importante hacer un esfuerzo en promover la financiación de proyectos de emprendimiento, diseñar y poner en marcha políticas y programas gubernamentales de apoyo a las personas emprendedoras y promover una mayor apertura de los mercados nacionales.

En este estudio se destaca favorablemente la actitud hacia la mentalidad de nuevo comienzo sobre todo en mujeres de más

de 30 años. En concreto se percibe que las mujeres africanas con estudios Primarios-Bachillerato e ingresos por debajo de la media muestran una mayor predisposición a comenzar proyectos empresariales. De igual manera, se constata que las responsabilidades familiares también influyen en este comportamiento, ya que las mujeres africanas con bajas responsabilidades familiares son más propensas a transformar sus vidas, desde una perspectiva emprendedora.

6. IMPLICACIONES PRÁCTICAS

Del estudio realizado, se pueden extraer una serie de implicaciones estratégicas para el apoyo y promoción de la puesta en marcha de proyectos de emprendimiento liderados por mujeres en África.

En primer lugar, se plantea implantar medidas que garanticen la formación de personal especializado para poder dar respuestas a las necesidades técnicas de los proyectos de emprendimiento, así como la creación de espacios de trabajo colaborativos para la puesta en marcha de proyectos promovidos por mujeres. Además, sería necesario diferenciar entre programas de formación dirigidos a empresarias de aquellos más centrados en emprendedoras sin experiencia. En este sentido, los programas de formación enfocados en el grupo de emprendedoras sin experiencia deberían hacer hincapié en las primeras fases del proceso de ideación de la propuesta así como dotar de herramientas básicas para el cálculo de la viabilidad económica del proyecto. Al mismo tiempo, se plantea el diseño y desarrollo de instrumentos que faciliten la posibilidad de testar en el mercado potenciales productos y/o servicios y que, a su vez, doten de experiencia a las emprendedoras, puesto que se ha comprobado que la posibilidad de contar con de experiencia previa es un factor que promueve el desarrollo de proyectos emprendedores.

En segundo lugar, los resultados revelan que las mujeres africanas tienen una alta intención emprendedora, sin embargo, perciben pocas oportunidades para ello. Por esta razón, se propone mejorar el contexto institucional, diseñando y poniendo en marcha políticas de actuación que promuevan y faciliten la creación de empresas lideradas por mujeres, como pueden ser programas vinculados a acciones de apertura del mercado o

el diseño de instrumentos específicos de financiación. En este sentido, es preciso que se aumenten las fuentes financieras y se eliminen las restricciones crediticias para proporcionar las herramientas suficientes que necesitan las emprendedoras.

En tercer lugar, se sugiere la implementación de medidas destinadas a mejorar la percepción social sobre la actividad emprendedora. Con este fin, resultaría beneficioso diseñar y desarrollar programas específicos de fomento de actitudes y comportamientos favorables hacia el emprendimiento, al mismo tiempo que promover una mentalidad abierta a nuevas iniciativas empresariales. Esos programas tendrían como objetivo fomentar el desarrollo de una cultura que reconozca y valore la importancia del espíritu emprendedor en la sociedad. Se propiciarán actividades focalizadas en incentivar la participación de personas interesadas en iniciar proyectos empresariales, brindando el apoyo y la orientación necesaria para llevar a cabo sus ideas de manera exitosa. Además, se buscaría fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos entre personas emprendedoras ya consolidadas y aquellas con perfiles más noveles. De esta manera, se potenciaría la transferencia de experiencias y habilidades, creando una red de apoyo que facilite el crecimiento y la consolidación de nuevos emprendimientos. En este sentido, resulta prioritario dar a conocer la experiencia emprendedora de mujeres africanas que puedan servir de referencia e inspiración a las más jóvenes.

Referencias bibliográficas

Aghion, P. (2017). Entrepreneurship and growth: lessons from an intellectual journey. *Small Business Economics*, 48, 9-24.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.

Ali, G. A., Hilman, H., Gorondutse, A. H. (2020). Effect of entrepreneurial orientation, market orientation and total quality management on performance: Evidence from Saudi SMEs. *Benchmarking: An International Journal*, 27(4), 1503-1531.

Álvarez, C., Amorós, J. E., Urbano, D. (2014). Regulations and entrepreneurship: Evidence from developed and developing countries. *Innovar*, 24(SPE), 81-89.

Antoncic, B., Antoncic, J. A., Aaltonen, H. M. (2016). Marketing self-efficacy and firm creation. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(1), 90-104.

Aparicio, S., Urbano, D., and Audretsch, D. (2016): "Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence". *Technological Forecasting and Social Change*, 102, 45-61.

Autio, E., Pathak, S., Wennberg, K. (2013). Consequences of cultural practices for entrepreneurial behaviors. *Journal of International Business Studies*, 44, 334-362.

Ball, S. (2005). The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism. *Hospitality, leisure, sport and tourism network*, 1(1), 1-14.

Banco Mundial (2019), Informe sobre el Desarrollo Mundial 2019: La naturaleza cambiante del trabajo, cuadernillo del "Panorama general", Banco Mundial, Washington, DC.

Chávez Rivera, M. E. (2021). Influencia del contexto en el proceso emprendedor y el desempeño innovador de las empresas creadas y dirigidas por mujeres en Ecuador.

Chigunta, F. (2017). Entrepreneurship as a possible solution to youth unemployment in Africa. *Laboring and learning*, 10(2), 433-451.

Crittenden, V. L., Crittenden, W. F., Aijan, H. (2019). Empowering women micro-entrepreneurs in emerging economies: The role of information communications technology. *Journal of Business Research*, 98, 191-203.

Fragoso, R., Rocha-Junior, W., Xavier, A. (2019). Determinant factors of entrepreneurial intention among university students in Brazil and Portugal. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 1-25.

Friedson-Ridenour, S., Pierotti, R. S. (2019). Competing priorities: Women's microenterprises and household relationships. *World Development*, 121, 53-62.

George, G., Corbishley, C., Khayesi, J. N., Haas, M. R., , Tihanyi, L. (2016). Bringing Africa in: Promising directions for management research. *Academy of management journal*, 59(2), 377-393.

Gomes, E., Vendrell-Herrero, F., Mellahi, K., Angwin, D., , Sousa, C. M. (2018). Testing the self-selection theory in high corruption environments: evidence from African SMEs. *International marketing review*, 35(5), 733-759.

Gumà, J., Treviño, R., Cámara, A. D. (2015). Posición en el hogar y género. Desigualdades en la calidad de vida relacionada con la salud entre la población adulta en España. *Revista internacional de sociología*, 73(1), e003-e003.

Herrington, M., Coduras, A. (2019). The national entrepreneurship framework conditions in sub-Saharan Africa: a comparative study

of GEM data/National Expert Surveys for South Africa, Angola, Mozambique and Madagascar. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9, 1-24.

Hundt, C., Sternberg, R. (2016). Explaining new firm creation in Europe from a spatial and time perspective: A multilevel analysis based upon data of individuals, regions and countries. *Papers in Regional Science*, 95(2), 223-257.

Kantis, H., Ishida, M., Komori, M. (2002). Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia.

Krueger, N. F., Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship , regional development*, 5(4), 315-330.

Lafuente, E., Szerb, L., Ács, Z. J. (2018). The entrepreneurship paradox: More entrepreneurs are not always good for the economy—The role of the entrepreneurial ecosystem on economic performance in Africa. *Available at SSRN 3307617*.

Landau, J. (2017). New Majoritarian Constitutionalism. *Iowa L. Rev.*, 103, 1033.

Landau, M. J., Meier, B. P., Keefer, L. A. (2010). A metaphor-enriched social cognition. *Psychological bulletin*, 136(6), 1045.

Liñán, F., Nabi, G., Krueger, N. F. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study. *Revista De Economía Mundial*, 33(May), 73-103.

Ndofirepi, T. M. (2020). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: psychological traits as mediators. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 1-20.

Ndulu, B., Crawford, M., Materu, P. (2007). Supporting Capacity Building for Economics Education and Research in Africa. *Capacity Building*, 243.

North, D. C. (1991). Institutions. *Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 97–112.

Nukpezah, J. A., Blankson, C. (2017). Microfinance intervention in poverty reduction: A study of women farmer-entrepreneurs in rural Ghana. *Journal of African Business*, 18(4), 457-475.

OECD (2021), Education at a Glance 2021: OECD Indicators, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/b35a14e5-en>.

Outlook, A. E. (2017). Entrepreneurship and industrialisation. *African Development Bank, Organisation for Economic Co-operation and Development, United Nations Development Programme*. doi, 10.

Price, L. L., Coulter, R. A., Strizhakova, Y., Schultz, A. E. (2018). The fresh start mindset: Transforming consumers' lives. *Journal of Consumer Research*, 45(1), 21–48. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucx115>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). 2009. Informe sobre Desarrollo Humano para América Central 2009-2010. Abrir espacios a la seguridad ciudadana y al desarrollo. PNUD: Bogotá, Colombia.

Rajadell, M. (2019). *Creatividad. Emprendimiento y mejora continua: Emprendimiento y mejora continua*. Reverte.

Ramos, F. S., Bayter, L. O. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, (75), 128-151.

Rucker, D. D., Galinsky, A. D. (2016). Growing beyond growth: Why multiple mindsets matter for consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 26(1), 161-164.

Saurav Pathak, S., Goltz, S., Buche, M. (2013). "Influences of gendered institutions on women's entry into entrepreneurship". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour y Research*, 19 (5): 478-502. DOI 10.1108/IJEER-09-2011-0115

Schindehutte, M., Morris, M. H., Kuratko, D. F. (2000). Triggering events, corporate entrepreneurship and the marketing function. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 8(2), 18-30.

Shapiro, A., Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.

Sharahiley, S. M. (2020). Examining entrepreneurial intention of Saudi Arabia's University students: Analyzing alternative integrated research model of TPB and EEM. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 21, 67-84.

Sidani, Y.M., Konrad, A., Karam, C.M. (2015). From female leadership advantage to female leadership deficit: A developing country perspective. *Career Development International*, 20(3), 273-292.

Steyaert, C., Hjorth, D. (Eds.). (2008). *Entrepreneurship as social change: A third new movement in entrepreneurship book* (Vol. 3). Edward Elgar Publishing.

Stoica, O., Roman, A., Rusu, V. D. (2020). The nexus between entrepreneurship and economic growth: A comparative analysis on groups of countries. *Sustainability*, 12(3), 1186.

Sutton, T., Devine, R. A., Lamont, B. T., Holmes, R. M. (2021). Resource Dependence, Uncertainty, and the Allocation of Corporate Political Activity across Multiple Jurisdictions. *Academy of Management Journal*, 64(1), 38–62.

Urbano, D., Aparicio, S., Audretsch, D. Veinticinco años de investigación sobre instituciones, emprendimiento y crecimiento económico: ¿qué se ha aprendido? *Autobús pequeño Econ* 53, 21–49 (2019).

Urbano, D., Orozco, J., Turro, A. (2023). The effect of institutions on intrapreneurship: An analysis of developed vs developing countries. *Journal of Small Business Management*, 1-41.

Valencia-Arias, A., Rodríguez-Correa, P. A., Cárdenas-Ruiz, J. A., , Gómez-Molina, S. (2022). Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes de psicología de la modalidad virtual. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(23), 5-24.

APÉNDICE

Cuestionario utilizado en la investigación

P1. ¿Cuál es tu situación laboral actual? [respuesta múltiple]

1. Autoempleada o propietaria de una empresa
2. Empleada de una empresa privada
3. Empleada del sector público
4. Empleada de una organización sin ánimo de lucro
5. En paro, desempleada y no busco empleo
6. En paro, desempleada y estoy buscando empleo
7. Estudiante
8. Labores familiares o del hogar a tiempo completo
9. Jubilada o retirada

P2. Señale cuáles son sus intenciones laborales de cara al futuro a largo plazo (3/5 años) [respuesta múltiple]

1. Quiero tener un empleo en una pequeña-mediana empresa en mi país
2. Quiero tener un empleo en una mediana-gran empresa en mi país
3. Emigrar para obtener un puesto de trabajo fuera de mi país

4. Emigrar para poner en marcha un negocio en el extranjero
5. Quiero dedicarme a la docencia
6. Quiero tener un empleo en el sector público
7. Quiero crear mi propia empresa en mi país
8. Quiero seguir formándome
9. No lo tengo claro

P3. ¿En el pasado has puesto en marcha algún proyecto empresarial? [respuesta múltiple]

1. Sí, en economía formal
2. Sí, en economía informal, no registrada
3. No

P4. Señale su situación en relación al desarrollo de proyectos de emprendimiento [respuesta múltiple]

1. He participado en la creación de una nueva empresa en los últimos tres años
2. He vendido, cerrado o abandonado un negocio en los últimos doce meses del que era propietaria
3. Actualmente soy propietaria de una empresa (ya sea sola o con otras personas)
4. Estoy pensando en poner en marcha una empresa en los próximos tres años (ya sea sola o con otras personas)

5. He participado en el desarrollo de proyectos para la empresa en la que he estado trabajando

6. Estoy participando actualmente en el desarrollo de proyectos para la empresa en la que estoy trabajando

P5. Por favor, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones, de tal manera que 1 se refiere a totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo. Emprendedora se refiere a alguien que crea una nueva empresa por cuenta propia

	1	2	3	4	5	6	7
Mi meta profesional es llegar a ser emprendedora							
Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propia empresa							
Estoy decidida a crear una empresa en el futuro							
Ser emprendedora implica más ventajas que desventajas para mí.							
Una carrera como emprendedora es atractiva para mí.							
Ser emprendedora implicaría una gran satisfacción para mí.							
Cuando hago planes, estoy casi segura de hacerlos funcionar							
Para mí, trabajar por mi cuenta sería muy fácil							
Si llego a trabajar por mi cuenta, las posibilidades de éxito serían muy elevadas							

P6. Por favor, indique cuán competente es en la realización de las siguientes tareas, de tal manera que 1 se refiere a nada competente y 7 totalmente competente

	1	2	3	4	5	6	7
Identificar nuevas oportunidades							
Crear nuevos productos y/o servicios.							
Aplicar mi creatividad personal.							
Tener liderazgo							
Crear una red de contactos profesionales.							
Administrar/Gestionar exitosamente un proyecto							

P7. Si decidiera poner en marcha un proyecto empresarial por cuenta propia, ¿cómo reaccionarían las personas de su entorno más cercano? 1 se refiere a *muy negativamente* y 7 *muy positivamente*.

	1	2	3	4	5	6	7
Tu familia cercana							
Tus amistades							
Tus compañeros de trabajo o estudios							

P8. A continuación, le presentamos un conjunto de factores/sucesos que pueden influir en la puesta en marcha de una actividad empresarial por cuenta propia. Señale, para cada uno de ellos, el nivel de importancia que tendría para usted a la hora de decidirse a crear una empresa, de tal manera que 1 se refiere a *nada importante* y 7 a *muy importante*.

	1	2	3	4	5	6	7
Haber perdido o estar en riesgo de perder el empleo / Sin perspectiva laboral							
Situación económica personal muy difícil							
No estar a gusto con el trabajo actual							
Acceso a financiación, préstamos o subvención necesarios para la puesta en marcha del proyecto							
Recibir premio/incentivo							
Disponer de recursos para la puesta en marcha del proyecto (herencia, apoyo familiar,)							
Impulso/motivación recibida en programa de formación / aceleradora /incubadora							
Apoyo de otros emprendedores / mentores en evento networking / redes profesionales / espacios coworking, ...							
Inspiración/impulso encontrado en lecturas, blog, charla, conferencia, ...							
Encontrar un mentor							
Encontrar socio/s clave para el desarrollo del proyecto							
Encontrar personal/técnicos adecuados para el desarrollo del proyecto							
Descubrir/encontrar solución técnico-económica para la idea que tenía							

Haber recibido un pedido importante para tener volumen suficiente para empezar la actividad							
Haber acumulado experiencia suficiente para poder desarrollar el proyecto							
Haber dejado de ser responsable del mantenimiento de familiares							
Tener un empleo seguro y estable							

P9. Indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones, en relación con sus perspectivas vitales. Se entiende que 1 se refiere a totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo.

	1	2	3	4	5	6	7
Independientemente de las circunstancias actuales, alguien puede trazar un nuevo rumbo en la vida							
Cualquiera puede empezar de nuevo si lo desea.							
Siempre es posible que alguien consiga un nuevo comienzo.							
Sea cual sea su pasado, las personas pueden esperar un nuevo futuro.							
Un individuo puede dejar atrás el pasado y empezar de nuevo.							
Cuando algo malo sucede, una persona puede elegir crear una vida mejor.							

P10. Indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones, en relación con las condiciones del entorno que influyen en la actividad emprendedora en su país o región. Se entiende que 1 se refiere a totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo.

En mi país...	1	2	3	4	5	6	7
El contexto general para que los emprendedores pongan en marcha nuevas iniciativas empresariales es adecuado							
Hay suficientes fuentes de financiación y subvenciones gubernamentales disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.							
Las políticas gubernamentales favorecen y apoyan de forma prioritaria a las empresas nuevas y en crecimiento (regulación, impuestos, facilidad y rapidez en los trámites, ...).							
Se puede obtener una amplia gama de ayudas gubernamentales para las empresas nuevas y en crecimiento a través del contacto con un único organismo con apoyo de los parques científicos y los viveros de empresas.							
La enseñanza en los distintos niveles educativos ofrece una preparación buena y adecuada para la creación y el crecimiento de nuevas empresas.							
Las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren eficazmente desde las universidades y los centros públicos de investigación a las empresas nuevas y en crecimiento.							

Hay suficientes y adecuados proveedores, consultores y servicios (legales, contables, financieros, ...) para apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento.							
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados sin mucha dificultad.							
Se puede obtener un rápido y buen acceso a las infraestructuras físicas (teléfono, internet, comunicaciones, suministro de agua, espacios de oficina, ...).							
Se hace hincapié en la iniciativa personal y se fomenta la asunción de riesgos empresariales, la creatividad y la innovación.							

P11. Indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones, en relación con la mayor o menor facilidad que tienen las mujeres para crear empresas en su país, sabiendo que 1 se refiere a totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo.

En mi país...	1	2	3	4	5	6	7
No está bien visto que las mujeres tengan su propia empresa							
La actividad empresarial está dominada por los hombres							
Para una mujer es más difícil acceder a financiación							
Para una mujer es más difícil compaginar sus obligaciones familiares con iniciar una actividad emprendedora							

VARIABLES DE CLASIFICACIÓN:

Sexo

- Femenino
- Masculino
- Otro

Edad

¿En qué sector trabaja?

- Agricultura-ganadería
- Industria
- Construcción
- Administración, empresa pública
- Servicios no turísticos
- Servicios turísticos
- Otros

Estudios realizados o que está realizando

- Sin estudios
- Primarios-secundaria
- Bachillerato/FP
- Universitarios

¿Cómo considera su nivel económico familiar?

- Muy por debajo de la media
- Por debajo de la media
- En la media
- Por encima de la media
- Muy por encima de la media

País de residencia

Casada o vive en pareja

Número de hijos/as

