

Explorando el emprendimiento femenino: análisis de factores endógenos y exógenos mediante ecuaciones estructurales

Exploring female entrepreneurship: analysis of endogenous and exogenous factors using structural equations

Milagros Ramos Córdova

<https://orcid.org/0009-0009-3482-4095>

milagros.ramosc@usil.pe

Universidad San Ignacio de Loyola. Lima - Perú.

Godofredo Pastor Illa-Sihuincha

<https://orcid.org/0000-0002-2532-3194>

gilla@usil.edu.pe

Universidad San Ignacio de Loyola. Lima - Perú.

Shelby Hubert Ramos Serrano

<https://orcid.org/0000-0001-6377-0203>

sramoss@usil.edu.pe

Universidad San Ignacio de Loyola. Lima - Perú.



Recibido: 17-12-2025 Aceptado: 15-03-2025

2025. V5. N 4.

Resumen

El objetivo de este trabajo fue analizar los factores endógenos y exógenos que desafían a los emprendimientos liderados por mujeres en Perú. Se exploraron variables como la motivación intrínseca, la motivación extrínseca, factores externos y éxito emprendedor, analizadas mediante ecuaciones estructurales PLS-SEM. Para alcanzar los objetivos, se aplicó la metodología de investigación causal-predictiva, utilizando encuestas en línea a 490 emprendedoras, de las cuales se validaron 433 respuestas. Los resultados revelan que las principales motivaciones para emprender incluyen el cumplimiento de metas personales, la contribución al desarrollo social y la búsqueda de seguridad financiera. Sin embargo, la escasez de recursos limita la inversión en capital humano y frena el crecimiento empresarial. Se concluye que es esencial promover políticas de apoyo, como incentivos fiscales y acceso a financiamiento, para fomentar un entorno más favorable para las emprendedoras. Los hallazgos indican que la falta de recursos económicos y apoyo gubernamental son factores críticos que afectan el crecimiento de estas emprendedoras.

Palabras clave: emprendimiento femenino, motivación intrínseca, motivación extrínseca.

Abstract

The objective of this work was to analyze the endogenous and exogenous factors that challenge women-led entrepreneurship in Peru. Variables such as intrinsic motivation, extrinsic motivation, external factors and entrepreneurial success were explored and analyzed using PLS-SEM structural equations. To achieve the objectives, the causal-predictive research methodology was applied, using online surveys to 490 women entrepreneurs, 433 of whose answers were validated. Results reveal that the main motivations for entrepreneurship include the fulfillment of personal goals, contribution to social development, and the search for financial security. However, lack of resources limits investment in human capital and slows entrepreneurial growth. It is concluded that it is essential to promote support policies, such as tax incentives and access to financing, in order to foster a more favorable environment for women entrepreneurs. Findings indicate that the lack of economic resources and government support are critical factors affecting the growth of these women entrepreneurs.

Keywords: female entrepreneurship, intrinsic motivation, extrinsic motivation.

Introducción

En la actualidad, el papel del emprendedor ha adquirido una relevancia significativa en la sociedad, y el fomento del emprendimiento se ha vuelto esencial tanto en países emergentes como desarrollados, impulsando el desarrollo económico en general (Bračun, 2022). Asimismo, según datos del Banco Mundial (2023), las mujeres contribuyen con el 9% del PIB mundial, lo que evidencia el impacto significativo en la reducción de la pobreza a nivel global (Azamat et al., 2023). En el Perú, las Mipyme representan el 99,4% del tejido empresarial, contribuyendo al 30,9% del PBI nacional. En ese contexto, el 43,5% de este tipo de empresas formales son dirigidas por mujeres, implicando una serie de factores endógenos y exógenos que conducen a su éxito o fracaso (Rueda y León, 2022). Por dichas razones, el emprendimiento femenino es un tema de estudio necesario de abordar y profundizar identificando la multiplicidad de factores que concurren en su ejecución. A pesar de la gran cantidad de estudios desarrollados, aún falta explicar desde el estado del arte, y cómo influyen dichos factores en la persistencia de generar oportunidades al decidir emprender un negocio por mujeres, dominado tradicionalmente por los hombres.

La investigación se basa en la Teoría de la Resiliencia Empresarial, definida como la capacidad del emprendedor para dar respuesta y recuperarse efectivamente a desafíos y fracasos (Madani y Parast, 2023). En el ámbito de las mujeres emprendedoras, la teoría determina los límites sobre factores psicológicos y conductuales de la resiliencia, como proceso dinámico y complejo que influye sobre rasgos individuales, mecanismos de resistencia y factores ambientales que ayudan a afrontar adversidades e impulsan sus objetivos empresariales (Kitole y Genda, 2024).

Entre las principales motivaciones de las mujeres para emprender se encuentran el cumplimiento de metas personales, la contribución al desarrollo social y la obtención de seguridad financiera (Selamat, 2020). Según la ONU (2023), las desigualdades y brechas de género han disminuido; sin embargo, persisten diferencias significativas en el ámbito económico, especialmente en el sector financiero. Aunque el acceso al financiamiento puede impulsar el crecimiento, sigue siendo una de las mayores barreras para las actividades empresariales de las mujeres, particularmente en los países en desarrollo (Babar, 2023). En cuanto a las políticas gubernamentales, estas ayudan a fomentar el crecimiento y el rendimiento de las micro y pequeñas empresas (Isa et al., 2020), a través de incentivos fiscales (Musabayana et al., 2022). Otro aspecto vital es la educación empresarial, demostrando que adquirir habilidades empresariales, son esenciales (Osman, 2020), y que la falta de conocimiento técnico representa un obstáculo para iniciar un negocio (Priya, 2021).

Khanum et al. (2020) analizaron los efectos del empoderamiento femenino emprendedor, concluyendo que el financiamiento externo es fundamental para el desarrollo empresarial (Sucapuca, 2024); de esta manera, el emprendimiento femenino no solo tiene un enfoque económico, sino que representa un asunto crucial que abarca igualdad de género, bienestar social y calidad de vida familiar (Osman, 2020). Así, el emprendimiento femenino se convierte en factor clave de transformación económica y social, debido al impacto positivo que genera en sus hogares y comunidades (Zogning, 2022).

En las economías de países en desarrollo existen mayores déficits y brechas sociales, representando el emprendimiento como estrategia para superar desigualdades (Daskalopoulou et al., 2023), y fomentar el desarrollo comunitario (Akinboade et al., 2023). Estudios del Banco Mundial (2023) destacan cómo la pandemia ha impactado la economía, revelando que los bajos ingresos han obligado a recurrir al emprendimiento debido a

Ramos Córdova, M., Illa-Sihuinchá, G. P. y Ramos Serrano, S. H. (2025). Explorando el emprendimiento femenino: análisis de factores endógenos y exógenos mediante ecuaciones estructurales. *Revista InveCom*, 5(4). 1-9.
<https://zenodo.org/records/15048307>

la falta de empleo formal y la necesidad de generar ingresos para sus familias (Ascarza, 2021), impulsando la informalidad como uno de los principales problemas de ese tipo de negocios (Shah y Ahmad, 2019). La venta ambulante, una de las formas más visibles de la economía informal, siendo objeto de estudio en diversas regiones como África (Astudillo et al., 2023), Asia y América Latina (Peláez et al., 2023).

En el caso peruano, una gran parte de las mujeres emprendedoras se concentran en microempresas, y muchas de ellas dividen su tiempo entre el trabajo y las responsabilidades del hogar, originando una alta tasa de informalidad, ya que emprenden por necesidad y subsistencia (Rueda y León, 2022). De acuerdo con lo señalado, el artículo aborda una revisión íntegra del emprendimiento femenino en estratos sociales con pocas oportunidades en el contexto peruano, lo cual es necesario para lograr un entendimiento profundo del fenómeno abordado y dar respuesta al problema.

Para evaluar como los factores extrínsecos influyen en el emprendimiento femenino, Rukmana et al. (2024) explican la importancia de que el gobierno adopte una posición favorable para incentivar la creación de nuevas empresas, reflejada en la reducción de impuestos y trámites. Otro factor es el limitado acceso al capital en mercados crediticios bancarios, crucial para obtener financiamiento en el corto plazo (Muñoz et al., 2020). Ante ello, los préstamos cooperativos son una alternativa de apoyo a los emprendedores (Fieve y Chrysostome, 2024). Por otro lado, en la actualidad las barreras tecnológicas (Paucar et al., 2025) y redes de información de negocios representan una brecha de género de acuerdo con las generaciones y consolidar la idea de negocio (Rueda y León, 2022); a pesar de que las plataformas sociales hoy en día tienen capacidad ilimitada de alcanzar clientes potenciales y lograr un negocio exitoso (Martínez et al., 2020).

En relación con factores extrínsecos que influyen en la motivación de las emprendedoras, se señala que, en países en vías de desarrollo las barreras culturales y de género tienen un gran impacto en el éxito empresarial femenino. Por ello, iniciar un negocio registrado formalmente representa una puerta a nuevas oportunidades y una manera de superar limitaciones y obstáculos (Khan et al., 2021). Este proceso subraya la importancia de la formalización para maximizar su contribución y asegurar un crecimiento sostenido a lo largo del tiempo (Sajjad et al., 2020). Es importante considerar que los pequeños negocios presentan características estructurales distintas en comparación con las grandes empresas, lo que influye en la forma en que gestionan el talento (Graham, 2022). Además, la falta de recursos financieros a menudo obliga a estos pequeños negocios a destinar sus fondos a otras áreas en lugar de invertir en el desarrollo y capacitación del personal, ocasionando alta rotación del personal (Abor y Biekpe, 2007).

Desde los factores externos que influyen en la motivación intrapersonal, se afirma que en América Latina la tasa de empleo no ha recuperado los niveles previos a la pandemia, surgiendo el emprendimiento femenino como una respuesta a la escasez de empleo formal (Talukdar, 2024); vinculado frecuentemente a la educación empresarial, el conocimiento y las habilidades de previsión (Sirin et al., 2021). En este sentido, estudios revelan que la educación empresarial transforma la mentalidad de las emprendedoras al suministrarles herramientas de gestión e ideas de innovación (Anyanwu et al., 2023).

La motivación extrapersonal influye en el emprendimiento femenino a partir de la autoeficacia, fundamental para que las emprendedoras crean en su capacidad de alcanzar sus metas (Yoopetch, 2020). En este sentido, las mujeres emprendedoras mantienen un control más eficaz en la planificación y en la toma de riesgos (Asif, 2022). Esta capacidad les permite ser más decididas y confiar en su habilidad para administrar sus negocios, y la capacitación constante refuerza su intención emprendedora (Şen et al., 2018). Además, las mujeres emprendedoras, al estar más orientadas hacia la familia, tienden a crear equipos de trabajo a largo plazo, lo que les permite ser más competentes en la administración de sus emprendimientos (Igwe et al., 2020).

La motivación intrapersonal influye en el emprendimiento femenino desde la satisfacción personal de las emprendedoras, influenciada por sus redes sociales, incluyendo familia y amigos, así como por la autonomía para alcanzar sus metas e independencia (Jha y Venkatesh, 2023). La familia se considera un soporte emocional dentro de su círculo social debido a los lazos fuertes y la motivación que puede proporcionar (Shastri et al., 2021); además, puede actuar como una fuente de recursos financieros, especialmente al inicio del emprendimiento (Molina et al., 2020). Por otro lado, una de las motivaciones de las mujeres para emprender es lograr un equilibrio entre el trabajo y la vida familiar (Thébaud, 2015). Investigaciones demostraron que las emprendedoras tienen un mayor control sobre su tiempo y dedicación a la familia en comparación con las mujeres que trabajan para una empresa (Fine y Sojo, 2019).

La motivación intrapersonal influye en la motivación extrapersonal de las emprendedoras, impulsando la continuidad de los negocios familiares, lo cual ha sido reconocido en diversos estudios (Calabrò et al., 2021). Por otro lado, las mujeres emprendedoras poseen la habilidad de comunicarse eficazmente con los demás, lo que

contribuye a un ambiente laboral positivo (Leung et al., 2022). Además, las mujeres suelen tener habilidades relacionadas con su papel en la toma de decisiones dentro del hogar, lo que las hace aptas para los negocios (Kochar et al., 2022).

De acuerdo con lo expuesto, se plantearon las hipótesis a demostrar: a) Los factores externos tiene efecto en el emprendimiento femenino; b) Los factores externos tienen efectos en la motivación extrapersonal de las emprendedoras; c) Los factores externos tienen efectos en la motivación intrapersonal de las emprendedoras; d) La motivación extrapersonal tiene efectos en el emprendimiento femenino; e) La motivación intrapersonal tiene efectos en el emprendimiento femenino; f) La motivación intrapersonal tiene efectos en la motivación extrapersonal de las emprendedoras. Resultados que darán respuesta a los efectos que generan los factores endógenos y exógenos condicionantes de los emprendimientos desde la perspectiva de género

Metodología

El sujeto de análisis son las emprendedoras de las micro y pequeñas empresas que han experimentado iniciar su negocio en el Perú. Se invitó a las emprendedoras a participar completando una encuesta en línea. Las preguntas de la encuesta fueron desarrolladas después de una revisión de la literatura existente sobre los factores que condicionan el emprendimiento femenino que son la motivación intrínseca, motivación extrínseca, factores externos y éxito emprendedor, los cuales se plantearon de manera general para que pueda ser aplicada a diferentes sectores. Se solicitó a las emprendedoras que expresaran su nivel de acuerdo o desacuerdo utilizando una escala Likert de cinco puntos. En este sentido, se realizó una investigación de tipo causal - predictiva analizada con ecuaciones estructurales de segunda generación PLS-SEM cuyos resultados predicen el comportamiento del emprendimiento femenino en estratos de economía baja. Con respecto al tamaño de la muestra se utilizaron 490 cuestionarios, de los cuales, después de limpiar los datos se procesaron 433 cuestionarios válidos para garantizar solidez en los resultados.

Resultados y discusión

El modelo causal incluye cuatro variables latentes exógenas (VL) conformadas por motivación intrínseca (MOTIN), motivación extrínseca (MOTEX), factores externos (FACEX) y la variable endógena emprendimiento (EMPRE). La evaluación del modelo analiza la consistencia interna (Tabla 1), brindando los índices fiabilidad del indicador ($> ,50$); fiabilidad compuesta ($> ,50$); varianza media extraída ($> ,55$); fiabilidad compuesta ($> ,70$) y Alpha de Cronbach ($,70$). Los valores cumplen significativamente los límites aceptables para el modelo (Henseler et al., 2015). Ello indica que los indicadores están correlacionados con el constructo que pretenden medir.

Tabla 1

Validez y fiabilidad del modelo de medida

Variable	Código	Fiabilidad de	AVE	Fiabilidad	Alpha
Emprendimiento	EMPRE	0,904	0,723	0,929	0,904
Factores exógenos	FACEX	0,829	0,743	0,897	0,827
Motivación extrapersonal	MOTEX	0,873	0,723	0,912	0,871
Motivación intrapersonal	MOTIN	0,868	0,646	0,901	0,863

Nota: fuente: Smart PLS SEM 4.0.

La Tabla 2 presenta la medida en que una variable o constructo ($< ,90$) es distinto a otro dentro del modelo lo cual es importante para asegurar que cada constructo mide algo único y no una variación de otro (Martínez - García et al., 2009). De acuerdo con ello, los valores que encabezan las columnas y filas de la tabla deben ser mayores a los valores consecutivos.

Tabla 2

Validez discriminante (criterio Fornell - Larcker)

	EMPRE	FACEX	MOTEX	MOTIN
EMPRE	(0,850)			
FACEX	0,745	(0,862)		
MOTEX	0,764	0,673	(0,850)	
MOTIN	0,722	0,585	0,730	(0,803)

Ramos Córdova, M., Illa-Sihuinch, G. P. y Ramos Serrano, S. H. (2025). Explorando el emprendimiento femenino: análisis de factores endógenos y exógenos mediante ecuaciones estructurales. *Revista InveCom*, 5(4). 1-9.

<https://zenodo.org/records/15048307>

Nota: fuente: Smart PLS SEM 4.0.

La Tabla 3 muestra la evaluación de la validez discriminante y la relación de correlaciones entre rasgos heterogéneos y monorrasgos (HTMT). El propósito es verificar que un constructo reflexivo exhibe relaciones más fuertes con sus propios indicadores que con los de cualquier otro constructo ($< ,90$) en el modelo de ruta PLS (Henseler et al., 2015).

Tabla 3
Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)

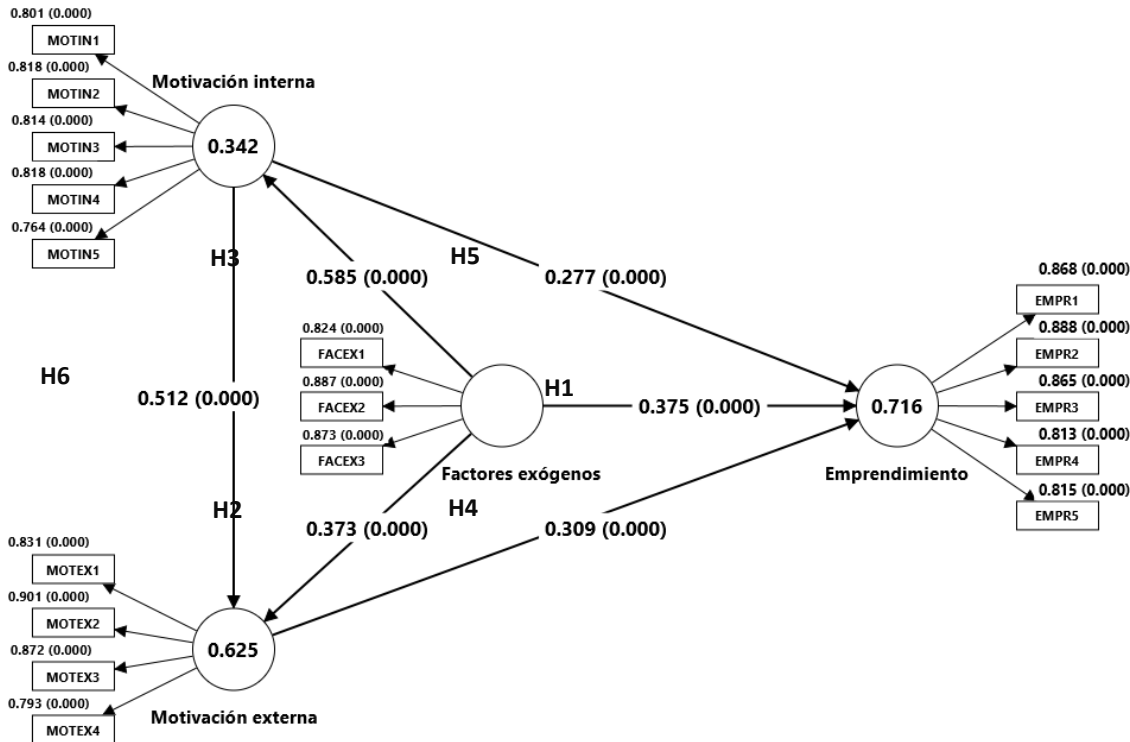
	EXEM	FAEX	MOEX	MOIN
EXEM				
FAEX	0,860			
MOEX	0,860	0,792		
MOIN	0,802	0,688	0,826	-

Nota: fuente: Smart PLS SEM 4.0.

En la Figura 1 muestra el procedimiento de valoración del modelo estructural, implicando evaluar la significación y relevancia de relaciones del modelo estructural. A partir del modelado se plantearon seis hipótesis que fueron analizadas con ecuaciones estructurales PLS SEM. En él se examinan los valores R^2 para conocer si la cantidad de la varianza de la variable endógena es explicada por constructos que la predican ($\geq ,2$). La variable motivación interna es explicada al 34,2% por factores exógenos. La motivación externa es explicada al 62,5% por factores exógenos. La variable endógena emprendimiento es explicada al 71,6% por variables exógenas motivación interna, motivación externa y factores exógenos (Hair et al., 2021). Según los resultados, el modelo tiene un buen ajuste y es capaz de predecir la variable dependiente con un buen grado de precisión.

Figura 1

Valoración del modelo estructural



Nota: fuente: Smart PLS SEM 4.0.

La Tabla 5 nos muestra los resultados de las relaciones hipotéticas contrastadas mediante coeficientes de camino (β) y análisis Bootstrapping, considerados significativos valores ($\beta \geq 0,2$), permitiendo conocer si las variables predictoras contribuyen a la varianza explicada de la variable endógena (Hair et al., 2021). Los resultados presentan valores que permiten aceptar las hipótesis planteadas significativamente. Corroborar el

Ramos Córdova, M., Illa-Sihuíncha, G. P. y Ramos Serrano, S. H. (2025). Explorando el emprendimiento femenino: análisis de factores endógenos y exógenos mediante ecuaciones estructurales. *Revista InveCom*, 5(4). 1-9.

<https://zenodo.org/records/15048307>

modelo predictivo afirmando que el emprendimiento femenino es afectado por factores endógenos y exógenos moderadamente.

	Hipótesis	Path (β)	t Student	p Valor	IC [2,5%]	IC [97,5%]	Resultado
H1	FACEX -> EMPR	0,375	7,377	0,000	0,277	0,476	Aceptada
H2	FACEX -> MOTEX	0,373	5,238	0,000	0,231	0,506	Aceptada
H3	FACEX -> MOTIN	0,585	13,513	0,000	0,499	0,671	Aceptada
H4	MOTEX -> EMPR	0,309	4,604	0,000	0,169	0,430	Aceptada
H5	MOTIN -> EMPR	0,277	4,430	0,000	0,162	0,403	Aceptada
H6	MOTIN -> MOTEX	0,512	7,764	0,000	0,387	0,642	Aceptada

Tabla 5

Análisis del modelo estructural (Prueba de hipótesis)

Nota: fuente: Smart PLS SEM 4.0.

La Tabla 6 presenta el ajuste del modelo mediante el modelo saturado y el estimado con valores similares, explicando la probabilidad que los constructos están correlacionados entre sí, por lo que el modelo soportado teóricamente sería igual a los constructos conectados. Además, muestra evidencia índices de aceptación del modelo basado en criterios de bondad de ajuste, con umbrales SRMR (0,08), NFI (0,771), Q^2 significativo para los constructos predictores.

Tabla 6

Índices de ajuste del modelo

	Modelo saturado	Modelo estimado	PLSpredict	Q^2 predict	RMSE	MAE
SRMR	0,080	0,080	Emprendimiento	0,550	0,677	0,464
d_ULS	0,984	0,984	Motivación externa	0,446	0,756	0,539
d_G	0,538	0,538	Motivación interna	0,330	0,832	0,587
NFI	0,771	0,771				

Nota: fuente: Smart PLS SEM 4.0.

Los resultados de la investigación ofrecen una visión detallada de la influencia de los factores endógenos y exógenos sobre los emprendimientos desarrollados por las mujeres en Perú. En la H1 comprueba efectos significativos de factores externos en emprendimientos femeninos, hallazgo alineado con Rukmana et al. (2024), quienes señalan que el Estado como factor endógeno, debe consolidar políticas que impulsen el espíritu emprendedor; por ejemplo, medidas tributarias orientadas a incentivos fiscales, así como dar facilidades para acceder a financiación de capital mediante créditos bancarios a mediano y largo plazo (Muñoz et al., 2020); capacitar en conocimientos de gestión de negocios y uso de tecnología, indispensable para competir en el mercados altamente competitivos (Martínez et al., 2020); factores cruciales en su desarrollo.

La H2 demostró los efectos de factores endógenos en la motivación externa de las mujeres emprendedoras, alineándose con Khan et al. (2021), quienes afirman que emprender en países en vías de desarrollo representa una apertura a nuevas oportunidades personales; sin embargo, a pesar de las contribuciones económicas que aportan (generación de empleo, reducción de pobreza, avance del país), son poco reconocidas en economías emergentes. Por otro lado, Graham (2022) indica que la falta de recursos financieros a menudo impide invertir en capacitación personal, un aspecto elemental en el éxito o fracaso de gestionar la idea de negocio.

La H3 comprobó el efecto de factores exógenos en la motivación interna de las mujeres emprendedoras, evidencia alineada con Talukdar (2024) notando que el desempleo es la principal motivación que impulsa el espíritu emprendedor en las mujeres. Sirin et al. (2021) señalan que la probabilidad de fracaso se mitiga si la emprendedora se motiva a formarse empresarialmente, permitiéndole gestionar áreas clave como las finanzas, marketing y administración, generando confianza en sí misma y desarrollando habilidades de liderazgo. En ese contexto, Anyanwu et al. (2023) afirman que la educación empresarial ofrece conocimientos sobre gestión de negocio, proporciona visión para identificar oportunidades de negocio, valora la perspectiva del cliente y la toma decisiones estratégicas.

La H4 evidenció los efectos de la motivación externa de las mujeres en el emprendimiento, conjetura alineada con Asif (2022) afirmando que las mujeres demuestran mayor autoeficacia cuando creen en su

Ramos Córdova, M., Illa-Sihuíncha, G. P. y Ramos Serrano, S. H. (2025). Explorando el emprendimiento femenino: análisis de factores endógenos y exógenos mediante ecuaciones estructurales. *Revista InveCom*, 5(4). 1-9.

<https://zenodo.org/records/15048307>

capacidad para iniciar y gestionar un negocio; generalmente relacionada con los conocimientos que generan confianza para administrar un negocio de manera efectiva. Además, Igwe et al. (2020) señalan el valor de incluir a la familia al inicio del emprendimiento, constituyéndose en soporte crucial, desde la contribución económica y el rol motivador del éxito del negocio.

La H5 confirmó los efectos de la motivación interna de las mujeres en el emprendimiento, postulado que se alinea con Jha y Venkatesh (2023) quienes coligen que su satisfacción personal está relacionada con el optimismo y seguridad que muestran al gestionar su negocio. Además, Fine y Sojo (2019) afirman que una de las motivaciones principales de las emprendedoras es el equilibrio entre la vida familiar y el trabajo.

La H6 corroboró los efectos de la motivación interna en la motivación externa de las mujeres emprendedoras, alineada con Calabrò et al. (2021) quienes señalan que los negocios familiares se gestionan mediante relaciones emocionales y una estructura empresarial definida. Además, Kochar et al. (2022) afirman que la administración del negocio también implica toma de decisiones, y las mujeres están bien capacitadas para asumir esta responsabilidad con criterios probables de éxito.

Conclusiones

En el presente estudio, se construyó un modelo para investigar los factores endógenos y exógenos que motivan a las mujeres a emprender. Se examinaron diversos constructos, destacando los factores exógenos relacionados con el apoyo gubernamental, vitales para promover incentivos fiscales, reduciendo informalidad y desempleo. Asimismo, la financiación limitada es crucial para el emprendimiento; por tanto, se recomienda incentivar préstamos crediticios con intervención del Estado a bajos intereses. La falta de recursos económicos les impide crecer desde la óptica de capital humano capacitado, limitado por acceso a herramientas, conocimientos y habilidades, ralentizando su proceso de crecimiento empresarial.

La motivación externa es otro factor vital, representada por la formación empresarial como valor significativo, ya que permite a las emprendedoras desarrollar una mentalidad innovadora y adquirir conocimientos técnicos y habilidades para administrar sus empresas de manera estratégica. Hoy en día, es esencial que las emprendedoras posean conocimientos de marketing para garantizar la expansión de sus empresas en canales digitales.

Otro factor determinante es la motivación interna, referida a la satisfacción personal de las emprendedoras y su capacidad para cumplir metas, gestionando eficazmente su negocio. Esta satisfacción contribuye a que las emprendedoras se sientan empoderadas y asuman un rol de liderazgo familiar. El apoyo familiar resulta fundamental para impulsar el éxito en el corto plazo, aunada a una gestión adecuada del tiempo, les otorga equilibrar sus responsabilidades laborales y familiares, además de proporcionar apoyo económico al hogar.

Referencias

- Abor, J., y Biekpe, N. (2007). Small Business Reliance on Bank Financing in Ghana. *Emerging Markets Finance and Trade*, 43(4), 93–102. <https://doi.org/10.2753/ree1540-496x430405>
- Akinboade, O.O.A., Taft, T., Weber, J.F., Manoko, O.B. and Molobi, V.S. (2023). How the social entrepreneurship business model designs in South Africa create value: a complex adaptive systems approach. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(1), 70-95. <http://dx.doi.org/10.1108/JEEE-02-2021-0057>
- Anyanwu, O. C., Oloto, S. E., y Nwokocho, V. C. (2023). Impact of strategic alliance on the innovation of women-owned enterprises in Nigeria. *Humanities & Social Sciences Communications*, 10(1), 958. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02463-7>
- Ascarza Pérez, Giovana. (2016). *Emprendimientos de negocios de los estudiantes del CETPRO “Juan Tomás Tuyro Túpac Inca” del Cusco (2016-2019)*. [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/20965>
- Asif, H. (2022). Management skills enhancement improves women entrepreneurship: A study of the informal sector in Lahore. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 12(1), 13-22. <https://doi.org/10.1007/s40497-022-00307-3>
- Astudillo Pombo, M., Revilla Carrasco, A., Llevot Calvet, N., Bernad Caverro, O., Coffi Hounnouvi, C., Castells, À., y Seck, P. (2023). África Joven: Arte y diáspora. Una experiencia en la Universidad de Lleida. *Ehquidad: La Revista Internacional de Políticas de Bienestar y Trabajo Social*, (19), 65-102. <https://doi.org/10.15257/ehquidad.2023.0003>

- Azamat, O., Fayzullokh, S., y Nilufar, A. (2023). The Impact of Entrepreneurship on Poverty Reduction. *International Journal of Professional Business Review*, 8(3), e01012. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i3.1012>
- Babar, H. (2023). Fintech- a solution for financial inclusion and women's economic empowerment? *Qeios*. <https://doi.org/10.32388/af1eu0>
- Banco Mundial (2023). *The pace of reforms towards equal treatment of women's rights has fallen to its lowest level in 20 years*. World Bank. <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2023/03/02/pace-of-reform-toward-equal-rights-for-women-falls-to-20-year-low>
- Bračun, S. (2022). The importance of participation of successful entrepreneurs in entrepreneurial education. *Inted Proceedings*. <https://doi.org/10.21125/inted.2022.2281>
- Calabrò, A. (2021). The Courage to Choose Wisely! Primogeniture, Birth Order, and Leadership Succession in Family Firms. *Theorie Und Praxis Der Unternehmerfamilie Und Des Familienunternehmens*, 37–43. <https://doi.org/10.13109/9783666454196.37>
- Daskalopoulou I, Karakitsiou A, Thomakis Z. (2023). Social Entrepreneurship and Social Capital: A Review of Impact Research. *Sustainability*, 15(6), 4787. <https://doi.org/10.3390/su15064787>
- Fieve, J. K. D., y Chrysostome, E. V. (2024). Credit cooperative lending loans as challenges and opportunities for women entrepreneurship in Africa: evidence from Ghana. *Journal of African Business*, 25(1), 94-114. <https://doi.org/10.1080/15228916.2022.2078937>
- Fine, C. y Sojo, V. (2019). The Value of Women: Beyond the Business Case for Diversity and Inclusion. *Lancet*, 393, 515–516. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(19\)30165-5](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(19)30165-5)
- Graham, B. (2022). A decade of talent management practices in small and medium sized enterprises, a systematic review of a developing field. *Studia Universitatis Babes-Bolyai*, 67(3), 53-70. <https://doi.org/10.2478/subboec-2022-0015>
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., Ray, S., ... y Ray, S. (2021). *Evaluation of the structural model. Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*, 115-138. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_6
- Henseler, J., Ringle, C. M., y Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43, 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Igwe, A., Ogbo, A., Agbaeze, E., Abugu, J., Ezenwakwelu, C., y Okwo, H. (2020). Self-Efficacy and Subjective Norms as Moderators in the Networking Competence–Social Entrepreneurial Intentions Link. *SAGE Open*, 10(3), 215824402093487. <https://doi.org/10.1177/2158244020934878>
- Isa, F. Md., y Noor, S. (2020). Contributing factors of women entrepreneurs' business growth and failure in Pakistan. *International Journal of Business and Globalisation*, 25(4), 503. <https://doi.org/10.1504/ijbg.2020.10031307>
- Jha, S., y Venkatesh, V. (2023). Entrepreneurial satisfaction for women micro-entrepreneurs: A network perspective. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 13(1), 5. <https://doi.org/10.1007/s40497-023-00351-7>
- Khan, R. U., Salamzadeh, Y., Shah, S. Z. A., y Hussain, M. (2021). Factors affecting women entrepreneurs' success: a study of small-and medium-sized enterprises in emerging market of Pakistan. *Journal of innovation and entrepreneurship*, 10, 1-21. <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00145-9>
- Khanum, F., Akter, N., Deep, T. A., Nayeem, M., y Akter, f. (2020). The role of women entrepreneurship in women empowerment: A case study in the city of Barishal, Bangladesh. *Asian Journal of Advances in Research*, 3(1), 346-357. <https://jasianresearch.com/index.php/AJOAIR/article/view/206>
- Kitole, F. A., y Genda, E. L. (2024). Empowering her drive: Unveiling the resilience and triumphs of women entrepreneurs in rural landscapes. *Women's Studies International Forum*, 104, 102912. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2024.102912>
- Kochar, A., Nagabhushana, C., Sarkar, R., Shah, R. y Singh, G. (2022). Financial access and women's role in household decisions: empirical evidence from India's national rural livelihoods project. *J. Dev. Econ.* 155, 102821. <https://doi.org/10.1016/J.JDEVECO.2022.102821>
- Leung, XY, Sun, J. y Asswailem, A. (2022). Attractive women vs. trustworthy men: exploring the effects of gender on social media influencer marketing in Saudi restaurants. *Int. J. Hosp. Manag.* 103, 103207. <https://doi.org/10.1016/J.IJHM.2022.103207>
- Madani, F., y Parast, M. M. (2023). An integrated approach to organizational resilience: a quality perspective. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 40(1), 192-225. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-07-2020-0229>

- Martínez Peris, L., Ripollés, M., y Blesa Pérez, A. (2020). Una propuesta didáctica para la creación de microempresas. La Escuela para Emprender. *Revista Internacional De Organizaciones*, (24), 273–297. <https://doi.org/10.17345/rio24.273-297>
- Molina, P. P. A., Montoya, R.I. A. y Botero, B. S. (2020). Impacto de la influencia de la familia en el negocio, sobre el proceso de gestión financiera y la generación del valor en el sector textil-confección en la Ciudad de Medellín y su Área Metropolitana, Colombia. *Contaduría y administración*, 65(4), 00003. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2092>
- Muñoz de Prat, J., Escrivá-Beltrán, M., y Gómez-Calvet, R. (2020). Joint Ventures and Sustainable Development. A Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 12(23), 10176. <https://doi.org/10.3390/su122310176>
- Musabayana, GT, Mutambara, E. y Ngwenya, T (2022). An empirical assessment of how government policies influenced SME performance in Zimbabwe. *J Innov Entrep* 11, 40. <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00192-2>
- Nor, A. I. (2021). Alleviating poverty through youth and women entrepreneurship Developments. *European Journal of Business and Management*, 13(11), 37-46. <https://doi.org/10.7176/EJBM/13-11-05>
- ONU (2023). *Agenda 2030 en América Latina y el Caribe*. <https://agenda2030lac.org/es/organizaciones/onu-mujeres>
- Osman, Z. (2020). Indirect relationship among leadership styles, self-efficacy and academic employees' performance in Malaysian online distance learning higher education institutions. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(8), 1093-1104. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v10-i8/7717>
- Paucar Gallardo, G. E., Chávez Quispe, A. P., y Chávez Vera, K. J. (2025). Innovación y desarrollo empresarial en los restaurantes de lima: un análisis con modelo de ecuaciones estructurales. *Revista InveCom*, 5(4), 1–9. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14681332>
- Peláez-Higuera, J., Calderon-Hernandez, G., y Serna Gomez, H. M. (2023). Impactos socioeconómicos de la venta ambulante: una revista desde investigaciones empíricas en el sur global. *Semestre Económico*, 26(60), 1–24. <https://doi.org/10.22395/seec.v26n60a4444>
- Priya, G. L., y Bose, S. S. (2021). A study on women entrepreneur's awareness about government schemes- special reference to Chennai district, Tamil nadu. *International journal of management*, 12(9). <https://doi.org/10.34218/ijm.12.9.2021.006>
- Rueda Galvis, J. F., y León Huamán, C. J. (2022). Emprendimiento femenino en Perú 2010-2023. *I+D Revista de Investigaciones*, 19(2), 112-128. <https://doi.org/10.33304/revinv.v19n2-2024010>
- Rukmana, A. Y., Barliana, M. S., Widiaty, I., Hamdani, A., Abdullah, A. G., Harto, B., . . . Harnani, N. (2024). Systematic literature review on opportunities and challenges of vocational education business incubators in Indonesia. *Revista De Gestão Social e Ambiental*, 18(5), 1-24. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n5-068>
- Sajjad, M., Kaleem, N., Chani, M. I., y Ahmed, M. (2020). Worldwide role of women entrepreneurs in economic development. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(2), 151–160. <https://doi.org/10.1108/apjie-06-2019-0041>
- Selamat, F., Ie, M., Syahrivar, J., Chairy, C., y Tunjungsari, H. (2020). Why I should run my own business: A study on female entrepreneurs' motivation and business success in Indonesia. *Advances in Economics, Business, and Management Research*, 145, 195-201. <https://dx.doi.org/10.2991/aebmr.k.200626.036>
- Şen, H., Yilmaz, V., y Ari, E. (2018). Factors Affecting the Entrepreneurial Intentions of Women Entrepreneur Candidates: A Structural Equation Model. *Journal of Business Research - Turk*, 10(1), 275–293. <https://doi.org/10.20491/isarder.2018.381>
- Shah, S. Z. A., y Ahmad, M. (2019). Entrepreneurial orientation and performance of small and medium-sized enterprises: Mediating effects of differentiation strategy. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 29(5), 551-572. <https://doi.org/10.1108/CR-06-2018-0038>
- Shastri, S., Pareek, A., y Sharma, R. S. (2021). Exploring women entrepreneurs' motivations and challenges from an institutional perspective: Evidences from a patriarchal state in India. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 16(4), 653–674. <https://doi.org/10.1108/jec-09-2020-0163>
- Şirin, E., y Tarkin Çelikkiran, A. (2021). Investigation of the Effects of Entrepreneurship-oriented STEM Activities on 7th Grade Students' Entrepreneurship Skills and Perceptions. *Cukurova University Faculty of Education Journal*, 50(2), 1263–1304. <https://doi.org/10.14812/cuefd.858527>
- Sucapuca Condori, A. E. (2024). Formalidad tributaria y cumplimiento de regulaciones tributarias en los comerciantes del mercado Nuevo Ilo. *Revista InveCom*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10957685>
- Talukdar, B. (2024). Factors and challenges influencing female migrant entrepreneurship: An empirical study in india. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 14(1), 23. <https://doi.org/10.1007/s40497-024-00392-6>
- Thébaud, S. (2015). Business as Plan B: institutional foundations of gender inequality in entrepreneurship across 24 industrialized countries. *Adm. Sci. Q*, 60, 671–711. <https://doi.org/10.1177/0001839215591627>

- Yoopetch, C. (2020). Women empowerment, attitude toward risk-taking and entrepreneurial intention in the hospitality industry. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 15(1), 59–76. <https://doi.org/10.1108/ijcthr-01-2020-0016>
- Zogning, F. (2022). Financial inclusion, inclusive entrepreneurship, and alternative financing options. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 35(1), 8–13. <https://doi.org/10.1080/08276331.2022.2120345>