

MUJERES Y LA OPCIÓN EMPRENDEDORA: LA EXPERIENCIA DE PUERTO RICO

Resumen

Esta investigación exploratoria tiene como objetivo identificar y estudiar las mujeres emprendedoras de Puerto Rico. Se encuestaron 1,008 emprendedoras, lo que permitió desarrollar un perfil de las empresarias y de sus empresas. Se analizan variables estadísticamente significativas con respecto a la satisfacción de las emprendedoras con sus negocios a través de pruebas ANOVA. Se presenta una extensa revisión de literatura sobre mujer y empresarismo. Se analizan los resultados a la luz de estudios publicados en Latinoamérica, Asia, Estados Unidos y Europa. La satisfacción personal de las mujeres tiene una correlación positiva moderada con la satisfacción de las mujeres como empresarias. Es decir, las mujeres que tienen una mayor satisfacción personal, tendrán una mayor satisfacción como empresarias, y viceversa. La satisfacción en la vida personal, motivación de autorrealización, motivación de flexibilidad en el horario, último grado académico alcanzado, cantidad de hijos, ingreso familiar anual, cantidad de empleados en la empresa, importancia de formación académica y el estado civil pueden explicar la satisfacción de las mujeres como empresarias. Investigaciones futuras podrían ayudar a revelar qué competencias deben desarrollar las mujeres para una gestión de empresarial más efectiva.

PALABRAS CLAVE: mujeres, empresarias, género

Introducción

El Censo de Puerto Rico ha revelado que las mujeres constituyen un poco más de la mitad de la población (51%) de la Isla (Junta de Planificación Puerto Rico, 2010). Representan el 43% de la fuerza laboral (Departamento del Trabajo Puerto Rico, 2005). Sin embargo, de acuerdo a la Procuraduría de Asuntos de la Mujer de Puerto Rico (2006), el discrimen por género es palpable, especialmente en lo que se refiere a la aportación de las mujeres al mundo del trabajo asalariado. Además, no han logrado ocupar posiciones de poder en la sociedad, en la misma proporción que los hombres (Hernández, 2004; Acevedo, 2006). Esta situación de inequidad es muy palpable en las corporaciones y en el mundo de los negocios.

Con el devenir de los años y los múltiples obstáculos encontrados al interior de las empresas, las mujeres puertorriqueñas han buscado opciones que le permitan realizarse personal y profesionalmente. Una de esas opciones ha sido el empresarismo (Soter, 1993, Mattis, 2004, Pagán, 2007). Se ha señalado que en la Isla hay alrededor de 38,000 emprendedoras, sin embargo son escasas las investigaciones que estudien el empresarismo femenino puertorriqueño, identifiquen un perfil del empresariado femenino y sus empresas. Esta investigación es pionera en el estudio del tema y tiene como objetivo estudiar el fenómeno del empresarismo femenino en Puerto Rico, realizar un censo de mujeres dueñas de negocios en la Isla, desarrollar un perfil socio demográfico de éstas, así como el perfil de sus empresas. Además, se estudia la relación de algunas variables identificadas y el nivel de satisfacción de las emprendedoras con sus negocios. Se analizaron los resultados a la luz de los estudios publicados en Latinoamérica, Estados Unidos y Europa.

En el escrito se presentará la revisión de literatura, los objetivos, la metodología, los resultados y finalmente la discusión de los resultados y conclusiones de la investigación.

Revisión de Literatura

Mujer y emprendimientos

En los últimos decenios la cantidad de empresas propiedad de mujeres ha experimentado un crecimiento (Guzmán y Rodríguez, 2008). La actividad empresarial de las mujeres está haciendo la diferencia distintiva en sus economías y comunidades (Muhammad y Basheer, 2010). Sin embargo, el empresarismo y el mundo de los negocios en general ha estado dominado por los hombres. Greene, Hart, Gatewood, Brushy y Carter (2001) identifican el artículo de Eleanor Shwartz (1976) *Entrepreneurship: A New Female Frontier*”, como el primer escrito académico sobre las mujeres empresarias. Para esa fecha existían 700,000 empresas de mujeres en Estados Unidos generando \$41.5 millones en ganancias (Greene, Hart, Gatewood, Brush y Carter, 2001). De acuerdo a Longenecker, Moore, Petty y Palalich (2009), entre 1997 y 2006 el aumento en empresas de mujeres era casi el doble que el de todas las empresas de Estados Unidos.

El ritmo de creación de empresas por mujeres ha superado las creadas por los hombres en todos los grupos étnicos en Estados Unidos. De acuerdo a Pearce (2005), el grupo más grande de mujeres empresarias inmigrantes en Estados Unidos (41.6%) provienen de América Latina y el Caribe. En Europa, 4 de cada 10 emprendedores son mujeres (Incyde, 2007). El Banco Interamericano de Desarrollo (BID), ha señalado que en los países más pobres de América Latina la participación de la mujer en la propiedad de empresas es más importante que su participación en la fuerza laboral (Carosio, 2004). De acuerdo a Muhammad y Basheer (2010), hay alrededor de 23,000 empresarias en Saudi Arabia. En China el 20% del total de los empresarios son mujeres y el 41% se encuentra en el sector privado (Pérez y Chinchilla, 2007).

A pesar de la importante presencia de las mujeres en las empresas en el mundo, Henry (2002) en Muhammad y Basheer (2010) considera que el empresarismo femenino es un área sub estudiada. De acuerdo a Stevenson (1990), es necesario feminizar la investigación y propone que se desarrollen nuevos acercamientos metodológicos que permitan incorporar las experiencias de las mujeres.

Investigaciones en emprendimiento femenino

De acuerdo a Das (2000) en Sharma y Dhameja, (2002) en India la mayoría de las empresarias se encuentran entre las edades de 25 a 40 años. Son casadas y tienen un trasfondo educacional sobre el promedio. Proviene de familias con experiencia en los negocios y sus padres también cuentan con una educación superior al promedio de la región. La mayoría de las empresarias poseen negocios individuales debido principalmente a que la inversión inicial es menor y cuentan con incentivos contributivos, utilizan ahorros personales como método de financiamiento. Resultados similares se encontraron entre mujeres de Pakistán, Grecia, Europa Oriental y Central (Goheer, 2002; Lituchy y Reavley, 2004; Sarri y Trihopoulou, 2005; Edelhauser, 2007).

De acuerdo a Bender (2000), muchas mujeres están dejando las posiciones corporativas debido a que se encuentran frustradas por sus previas condiciones de trabajo. Los tipos de empresas muestran la segregación por género ya que se dedican a servicios, son pequeñas y en comunidades locales. El reporte del 2010 del Global Entrepreneur Monitor (GEM) ha señalado que las mujeres han impulsado en la década pasada alrededor de una tercera parte del total de la actividad emprendedora mundial y contribuyen a la economía de 59 países estudiados, siendo la brecha de género menor en América Latina y el Caribe. Mattis (2004) estudió las mujeres propietarias de negocios que dejaron la carrera corporativa para iniciar sus propias empresas,

principalmente en el área de servicios. El autor encontró que las mujeres estudiadas eran motivadas por la autonomía, la flexibilidad y la oportunidad de crear y la auto suficiencia. La mayoría de estas mujeres poseían niveles académicos inferiores a las mujeres gerenciales, lo cual podría explicar de acuerdo a Mattis (2004), que una de las razones para dejar las corporaciones lo es el que en el ámbito corporativo se prefiera las mujeres más educadas.

Verheul Van Stel y Thurik (2004) plantearon en un estudio tres variables: los factores determinantes de la capacidad empresarial en general, la participación de la fuerza de trabajo femenina y la del empresarismo femenino. Se concluyó que la iniciativa empresarial femenina y masculina está influenciada por los mismos factores, pero se encontró un impacto positivo en la satisfacción en la vida en las mujeres no así en los varones. Langowitz y Minniti (2007) realizaron un estudio con una muestra de personas de 17 países. Esta investigación planteó en sus hallazgos que las variables de percepción son cruciales en el comportamiento empresarial. Las mujeres se percibían a sí mismas de forma menos favorable que los hombres.

Por otro lado, Kirkwood (2009) entrevistó a 50 emprendedores (25 hombres y 25 mujeres) y encontró falta de confianza de las mujeres en sus propias capacidades como emprendedoras, no se sienten cómodas con la expresión emprendedora y aún ya establecido el negocio no se relacionan con el empresarismo. Aún cuando señalaron que con el paso del tiempo aumenta su confianza, consideran que esa ausencia se convierte en una barrera, provocando que sus aspiraciones se vean tronchadas.

Al realizar la revisión de literatura se logró estudiar una gran cantidad de artículos que estudian temas similares a la presente investigación. En la Tabla 1 se muestran investigaciones en distintos lugares del mundo, las metodologías utilizadas y los aspectos del empresarismo y la mujer objeto de estudio, las cuales plantean temas similares al presente estudio.

Tabla 1. Estudios sobre las mujeres y el empresarismo

Autor	País/ Región	Metodología	Áreas de Estudio
1.Zapalska, A. (1997)	1.Polonia	1. Encuesta (teléfono)	1. Perfiles, motivos, tipos de empresas, factores psicológicos y objetivos empresariales.
2. Asad, M. y Mohammad, B. (2010)	2. Saudi Arabia	2.Encuesta (electrónica)	2. Motivaciones, obstáculos, restricciones sociales y actitudes.
3. Ufuk, H. y Özgen, O.(2001)	3. Turquía	3. Encuesta	3. Perfiles, motivos, riesgos, apoyos, capital, experiencia
4. Smith,A. y Leone, J. (2010)	4. Brasil	4. Cuestionarios y entrevistas profundas	4. Tipo de empresa, motivos, perfiles, apoyo, fuentes de financiamiento.
5. Handy,F. Kassan,M.y Ranade, S. (2002)	5. India	5.Cuestionarios y entrevistas Profundas	5. Perfiles, motivos, obstáculos, satisfacción y puntos fuertes en empresas no lucrativas.
6. Halkias,D.,Nwajiuba,C. y Caracatsanis, S. (2009)	6. Nigeria	6. Encuesta	6. Perfiles, experiencia, motivos, apoyo.
7. Shahedul, M.(2012)	7. Reino Unido	7. Entrevistas (cualitativo)	7. Motivos, estilos de vida, fuentes de financiamiento, características psicológicas, educación y experiencia
8. Ramírez, A., Casado, M. y López, J. (2009)	8. Andalucía	8. Encuesta	8. Perfiles, motivaciones, tipo de empresas, experiencia apoyo y aversión al riesgo.
9. Orhan, M. y Scott, D. (2001)	9. Francia	9. Estudio de casos (cualitativo)	9. Motivos empresariales
10. Guerrero,L., et al (2001)	10. México	10. Encuesta	10. Perfiles, experiencia, tipo de negocio.
11 Langowitz, N. y Minniti, M.(2007)	11. Muestra de personas de 17 países	11.Encuesta	11. Percepciones de sí mismas, del ambiente, variables demográficas y económicas.
12. Díaz, O. (2008)	12. Colombia	12. Entrevistas en Profundidad	12. Perfiles, industria de las empresas, motivos, inteligencia, liderazgo y estilos.
13. Pizarro, O., Amorós. y Guerra, M. (2009)	13. Chile	13. Encuestas	13. Perfiles, tipos de emprendimientos, fuentes de financiamiento, años de experiencia y redes sociales
14. Arasti, Z., Majad, S., Zarei,B.y Olliaee, S. (2012)	14. Irán	14. Entrevistas (cualitativo)	14. Motivos, características personales, metas y aspiraciones e identidad femenina.
15.Weeks, J. y Seiler, D. (2001)	15. Caribe y América Latina (Argentina, México y Brasil)	15. Análisis de estadísticas de gobiernos, datos secundarios.	15. Perfiles, problemas, acceso a capital.
16. Zahra, N. (2013)	16. Pakistán	16. Encuesta	16. Perfiles, motivos
17. Rozell, E.,et al (2011)	17. China	17. Grupos focales	17. Dimensiones culturales, características y el éxito.

Fuente: Elaboración propia.

Objetivos de la investigación

Las mujeres empresarias en todo el mundo y en especial en Puerto Rico constituyen una fuerza poderosa de crecimiento económico. Las investigaciones en Puerto Rico son muy pocas y el presente estudio tiene como objetivo determinar las características socio-demográficas de las emprendedoras, identificar las características de las empresas que poseen y analizar los factores que influyen en la satisfacción de las empresarias con sus empresas.

Metodología

Mediante la recolección de información y análisis, se diseñó un cuestionario el cual fue sometido a un proceso de pilotaje y se logró un nivel de confiabilidad de .87. Se visitaron los 78 pueblos de la isla de Puerto Rico, lo que permitió realizar un censo de mujeres emprendedoras. El proceso censal fue el siguiente: se identificaba la emprendedora, se plateaban los objetivos del estudio y se le solicitaba su cooperación. Se entregaba el cuestionario en un sobre pre dirigido. Se contactaron 2,154 mujeres por espacio de dos años y se recibieron un total de 1,125 cuestionarios completados para una tasa de respuesta de 52.2%, de los cuales se utilizaron 1,008. Los datos de los cuestionarios se sometieron a análisis estadísticos a través del programa IBM Statistical Package for Social Sciences versión 22. Además, se realizó un análisis de ANOVA para conocer las variables que influyen en la satisfacción de las emprendedoras. La Tabla 2 presenta las características demográficas de las emprendedoras estudiadas.

Tabla 2. Perfil de las emprendedoras estudiadas (N=1,008)

Característica	Perfil de las mujeres emprendedoras de Puerto Rico
Edad	47 a 57 años
Educación	42.8% bachillerato, 15.1 % estudios post graduados
Estado civil	64% casadas
Hijos	51% 1 o 2 hijos
Experiencia previa de trabajo	51.36%

Fuente: Elaboración propia.

Resultados

La emprendedora

Las emprendedoras comienzan sus vidas profesionales siendo empleadas y adquieren experiencia al interior de las compañías, ya que una amplia mayoría (51.4%) de las emprendedoras estudiadas trabajaban como empleadas y gerenciales antes de decidir establecer sus negocios. En segundo lugar, las edades de las emprendedoras (47 a 57 años) pueden indicar que se sienten más seguras en esos momentos de sus vidas para aventurarse a tratar de autorrealizarse, de contar con independencia económica y flexibilidad con respecto al tiempo (Hisrich y Brush 1986). Los cuatro motivos principales que señalaron las investigadas para establecer sus negocios aparecen en la Tabla 3. El 68% cuenta con el apoyo de sus cónyuges.

Tabla 3. Motivos de las emprendedoras estudiadas para establecer sus negocios (N=1,008)

Característica	Frecuencia	Por cientos	“Pull / Push factors”*
Deseos de autorrealización	613	60.8	Pull factor
Independencia económica	448	44.4	Pull factor
Flexibilidad en uso del tiempo	371	36.8	Push factor
Insatisfacción con el trabajo	135	13.4	Push factor

Fuente: Elaboración propia.* Se utiliza la clasificación que aparece en la literatura (Orhan y Scott, 2001), como factores de necesidad (‘push’) y selección (‘pull’).

La empresa

Las empresas de las emprendedoras estudiadas son negocios pequeños, con pocos empleados, organizados como propietario individual y en industrias tradicionalmente femeninas, lo cual plantea el fenómeno de la segregación horizontal (Ascencio, 2000, Bender, 2000). Las mujeres comenzaron sus negocios con capital privado y préstamos personales, similar a la gran mayoría de los estudios revisados (Ljunngren y Kolvereid, 1996; Guzmán, y Rodríguez, 2008). La Tabla 4 presenta el perfil de las empresas.

Tabla 4. Perfil de las empresas (N=1,008)

Característica	Expresión en el perfil de las empresas de las mujeres emprendedoras de Puerto Rico
Tipo de organización	Propietario individual (70.9%)
Número de empleados	Menos de cuatro empleados (40%)
Industria	Ventas, comercio, servicios (70%)
Años establecidas	Empresas nacientes (37), nuevas empresas (199), empresas establecidas (556) no contestaron (216)*.
Financiamiento	Préstamo personal (48%), capital personal (45%)

Fuente: Elaboración propia. * Clasificadas de acuerdo al GEM.

Factores que inciden en la satisfacción de la empresaria

Se realizó un análisis de correlación utilizando el coeficiente de Pearson entre todas las variables que se incluyeron en la investigación. La Tabla 5 presenta las correlaciones encontradas en el análisis, las cuales fueron estadísticamente significativas al 99%, sin tomar en consideración aquellas con una correlación muy débil (menor a 0.2).

Tabla 5. Correlación entre variables

Variable 1	Variable 2	Coeficiente Correlación	Evaluación
Edad	Hijos	+0.4***	Positiva moderada
Estado Civil	Ayuda de Pareja	-0.3***	Negativa débil
Hijos	Grado Académico	-0.2***	Negativa débil
Ingreso Familiar	Grado Académico	+0.5***	Positiva fuerte
Importancia Preparación	Grado Académico	+0.2***	Positiva débil
Grado Académico	Cantidad Empleados	+0.3***	Positiva débil
Ingreso Familiar	Cantidad Empleados	+0.5***	Positiva fuerte
Satisfacción Personal	Satisfacción Empresaria	+0.5***	Positiva fuerte

* Significativo a 0.10

** Significativo a 0.05

***Significativo a 0.01

En la muestra estudiada, se encontró correlación positiva fuerte entre el ingreso familiar y el grado académico alcanzado, el ingreso familiar y la cantidad de empleados que tiene la empresa, y entre la satisfacción personal y la satisfacción como empresaria. Se encontró una correlación negativa débil entre la cantidad de hijos y el grado académico alcanzado; y una correlación positiva moderada entre la edad y la cantidad de hijos. Aún así, pueden ayudar a explicar un vínculo entre las variables. Para esto, se realizó un análisis de regresión.

La investigación utiliza diversas variables independientes y una variable dependiente. El análisis de regresión múltiple evalúa si la satisfacción en la vida personal, motivación de autorrealización, motivación de flexibilidad en el horario, último grado académico alcanzado, cantidad de hijos, ingreso familiar anual, cantidad de empleados en la empresa, importancia de formación académica y el estado civil son factores que inciden en la satisfacción de las mujeres como empresarias. La satisfacción de las mujeres como empresarias es la variable dependiente. Esta representa la satisfacción actual que tienen las empresarias con su negocio y con los logros que han obtenido. Los resultados del análisis de presentan en la Tabla 6.

Tabla 6. Influencia de Factores en la Satisfacción de las Mujeres como Empresarias

Variable	Área de Especialidad							
	AE	CS	AH	CI	SE	BE	ED	TODOS
Satisfacción	.476 ***	1.126***	.329**	.329***	.926***	.379***	.578***	.408***
Vida Personal								
Motivo	.083	-.123	.367	.018	.588	.041	.044	.099**
Autorrealización								
Flexibilidad	.067	-.172	.357	.093	-.539	.094	.014	.043
Horario								
Último Grado	-.061	.074	-.378*	-.063	.324	.167	.059	-.062**
Alcanzado								
Cantidad de	-.026	-.134	-.187	.005	-.260	-.045	.013	-.035*
Hijos								
Ingreso Familiar	.049**	-.028	.182	.037	-.028	.039	-.003	.039***
Anual								
Cantidad	-.006	.220**	.098	.063*	.129	-.216**	-.020	.030
Empleados								
Importancia	.003	-.013	.057	.123***	-.114	.185**	-.078	.056***
Preparación								
Estado	.151***	.036	.114	.040	.044	-.012	-.104	.033**
Civil								
N	203	27	38	256	29	99	32	882
R	.537	.900	.625	.515	.752	.577	.741	.489
R ²	.288	.810	.390	.266	.566	.333	.549	.239

* Significativo a 0.10

** Significativo a 0.05

***Significativo a 0.01

En el modelo de regresión inicial se obtuvo una varianza de factores comunes (R^2) de 0.239, lo que indica que las variables estudiadas en el modelo pueden explicar el 23.9% de la satisfacción de las mujeres como empresarias. Este coeficiente de 0.239 es bajo, pero coincide

con estudios previos en los cuales se ha encontrado un R^2 bajo para explicar la satisfacción laboral (Caree & Verheul, 2012). Para expandir el modelo de regresión de las variables mencionadas, se realizó el análisis tomando en consideración la muestra separada por su preparación académica. Los resultados fueron diferentes según el área y se presentan en la Tabla 6, incluyendo: administración de empresas (AE), ciencias sociales (CS), artes y humanidades (AH), ciencias (CI), secretarial (SE), educación (ED), y toda la muestra. Se excluyeron los resultados obtenidos para ingeniería, otras preparaciones debido a que no se encontraron hallazgos significativos.

Todos los grupos presentan una correlación moderada, fuerte o muy fuerte entre las variables que se incluyeron en el modelo. En la muestra total se obtuvo una correlación (R) de 0.489. En el análisis de las mujeres con una preparación académica en ciencias se obtuvo la menor correlación, pero es una positiva moderada (R = 0.515). La mayor correlación se encontró entre las mujeres cuya preparación académica es de Ciencias Sociales (R = 0.900).

Discusión de los Resultados

Los resultados de las características demográficas son similares a las investigaciones de Sarri y Trihopoulou (2005) en Grecia, Zahra (2012) en Pakistán, Pérez y Chinchilla (2007) en China, Guerrero, et al, (2012) en Torreón, México, Ufuk y Özgen (2001) en Turquía y Halkias, et al (2009) en Nigeria, entre otros. En relación a la ayuda de sus cónyuges, entre las mujeres casadas, los resultados son congruentes con los de Goheer (2002), quien señaló que las mujeres pakistaníes reconocen la ayuda de sus esposos al igual que el Global Entrepreneurship Monitor en su investigación internacional en once países (GEM, 2007).

La satisfacción de los empresarios puede verse como una medida de rendimiento (Cooper y Artz, 1995), o de éxito empresarial individual (Carree y Verheul, 2012). En el caso de las

emprendedoras se ha señalado que enfatizan más en las metas no económicas (Cromie, 1987). Existen variables que afectan los niveles de satisfacción (Carree y Verheul, 2012). Según los resultados obtenidos en el análisis de regresión múltiple podemos interpretar que las variables utilizadas en el modelo pueden explicar en cierta forma la satisfacción de las mujeres como empresarias. Sin embargo, estos resultados varían según la preparación académica que tienen las empresarias. Un hallazgo interesante fue el caso de las mujeres cuya preparación académica es Ciencias Sociales. En este grupo, la satisfacción en la vida personal, motivación de autorrealización, motivación de flexibilidad en el horario, último grado académico alcanzado, cantidad de hijos, ingreso familiar anual, cantidad de empleados en la empresa, importancia de formación académica y el estado civil pueden explicar el 81% de la satisfacción de las mujeres como empresarias. En este grupo, el modelo resulta muy adecuado.

La satisfacción personal de las mujeres tiene una correlación positiva moderada ($R = +.5$) con la satisfacción de las mujeres como empresarias. Es decir, las mujeres que tienen una mayor satisfacción personal, tendrán una mayor satisfacción como empresarias, y viceversa. Según el análisis de regresión, la satisfacción personal es un factor que incide positivamente en la satisfacción de las mujeres como empresarias, independientemente de la preparación académica, siendo la única variable común que se encontró en todos los grupos.

Conclusiones

Los resultados de este estudio exploratorio pueden considerarse como referente para estudios posteriores, donde se podrían considerar variables de la personalidad como, la autoestima, la necesidad de logro, el “locus of control” y la tolerancia al riesgo, temas estudiados en otras investigaciones. Además, aspectos como la niñez y la influencia de los padres, las razones para establecer empresas tradicionales y los tipos de barreras que enfrentan.

Por otra parte, en la investigación se encontraron aspectos similares entre las empresarias boricuas y las mujeres de otras partes del mundo como América Latina, Europa y Estados Unidos. La presencia de las mujeres en la sociedad puertorriqueña debe tomarse en cuenta, no sólo por ser la mayoría de la población sino por las grandes aportaciones que hacen diariamente en la sociedad. Les toca a los académicos desarrollar currículos en las escuelas y universidades que permitan a las mujeres formarse para realizarse como personas y profesionales. Las mujeres que han logrado éxito en sus proyectos empresariales deben ser referentes para otras y pueden servir de inspiración a las jóvenes estudiantes.

Referencias

- Acevedo, L. (2006). *El desarrollo histórico de la economía de Puerto Rico desde la realidad de la mujer puertorriqueña*. Departamento de Ciencias Políticas, UPR, Rio Piedras.
- Ascencio, M. (2000). ¿Mujeres empresarias o empresarias femeninas?: la generalización de la gestión empresarial. Departamento de Antropología Social, Universidad de Sevilla.
- Bender, S. (2000). Seven characteristics of the American entrepreneur: a hermeneutic approach to developing a universal characteristic model. Dissertation. UMI microfilm 9988055.
- Carosio, A. (2004). Las mujeres y la opción emprendedora: consideraciones sobre la gestión. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, 9, (23).
- Carree, Martin A. & Verheul, Ingrid. (2012). What Makes Entrepreneurs Happy? Determinants of Satisfaction Among Founders. *Journal of Happiness Studies* 13, 371-387.
- Cooper, A. C., & Artz, K. W. (1995). Determinants of satisfaction for entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 10, 439-457
- Cromie, S. (1987). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs. *Journal of Organizational Behavior*, 8 (3), 251-261.

- Das, K.(2000). Problems faced by women entrepreneurs in Sasikumar, K. *Women Entrepreneurship*. New: Delhi: Vika Publishing House.
- Departamento del Trabajo y Recursos Humanos de Puerto Rico (2015). Recuperado de www.dtrh.gobierno.pr
- Edelhauser, K. (2000). Profile of women entrepreneurs. Recuperado de Entrepreneur.com
- Goheer, N. (2003). Women entrepreneurs in Pakistan, New Dheli.ILO. South Asia Advisory Team(SAAT).
- Global Entrepreneurship Monitor GEM (2010). London Business School. Recuperado de www.edu/facultyandresearch/activities/gementrepreneurshipmonitorglobal
- Greene, P., Hart, M., Gatewood, E., Brush, C.& Carter, N.(2001). *Women Entrepreneurs: Moving Front and Center: An Overview of Research and Theory*.Recuperado de www.unm.edu/~asalazar/...research/e_women.pdf
- Guerrero, et al, (2012).Mujeres emprendedoras: similitudes y diferencias entre las ciudades de Torreón y Saltillo, Coahuila, *Revista Internacional Administración & Finanzas* ,7(5)
- Guzmán, J y Rodríguez, J. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión Global, *Revista de Economía Mundial*, (18), 381-392.
- Halkias, D, Nwajiuba, C. & Caracatsanis, S. (2009). Business profiles of women entrepreneurs in Nigeria: the challenges facing a growing economic force in West Africa. *African Journal of Business and Economic Research*. 4,(1), 45- 56.
- Hernández, J. (2004, marzo 9).Exigen igualdad mujeres trabajadoras. *El Vocero de Puerto Rico, San Juan Puerto Rico*.15
- Hisrich, R. y Brush, C.(1986). Characteristics of the minority entrepreneur. *Journal of Small Business Manager*, 24.

- Incyde (2007). *Mujeres emprendedoras en la economía española*, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Recuperado de www.abayanalistas.net/es/proyectos-y-publicaciones/mujeres-empresarias-economia-espanola.html
- Junta de Planificación. Oficina del Censo. Recuperado de www.censo.gobierno.pr
- Kirkwood, J. (2009). Is a lack of self-confidence hindering women entrepreneurs? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1,(2). 118-133.
- Langowitz, N. y Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5)341-364.
- Lituchy, T. y Reavley, M. (2004). Women entrepreneurs: a comparison of international small business owners in Poland and Czech Republic. *Journal of International Entrepreneurship*, 2.61-87.
- Ljunggren, E. y Kolvereid, L. (1996). New Business Formation: Does Gender Make a Difference?. *Women in Management Review*, 11(4), 3-12.
- Longenecker, J, Moore, L., Petty, W. y Palialich, I. (2009). *Administración de pequeñas empresas, lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras*. Méjico: Cengage
- Mattis, M. 2004. Women entrepreneurs: out from under the glass ceiling. *Women in Management Review*, 19(3), 154-162.
- Muhammad Asad, S. y Basheer Mohammad, Al-G. (2010), Doing business with impudence: A focus on women entrepreneurship in Saudi Arabia. *African Journal of Business Managemnt* .4(1), 001-011.
- Orhan, M. y Scott, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship: An explanatory model. *Women in Management Review*, 16 (5/6). 1-16.
- Pagán, Z (2007). Empresarias destacadas 2007. *Centrounido en Acción*. abril, 10-15.

- Pérez, J. y Chinchilla, N. (2007). Las mujeres empresarias en la China del siglo XXI: ¿un estilo diferente de liderazgo o simplemente mujeres? *IESE Business School*.
- Pearce, S. (2005). Today's immigrant woman entrepreneurs. *The Diversity Factor*, 25(3),
 Procuraduría de Asuntos de la Mujer de Puerto Rico, <http://www.mujer.pr.gov/>
- Sadi, M. y Al-Ghazi, M. (2010). Doing business with imprudence: a focus on women entrepreneurship in Saudi Arabia. *African Journal of Business Management*, 4(1).
- Sarri, K y Trihopoulou, A. (2005).Female entrepreneurs 'personal characteristics and motivation: A review of the Greek situation. *Women in Management Review*,20(1/2), 24-36.
- Sharma, D. & Dhameja, S. (2002). *Women and Rural Entrepreneurship*. Chandigarh: Abhisek
- Schwartz, E. (1976). Entrepreneurship: A new female frontier. *Journal of Contemporary Business*, 5 (1), 47-76.
- Soster, G. (1992). Be your boss: millions of women get down to business. *Management Review*. 24- 30.
- Stevenson, L. (1990). Some methodological problems associated with researching women entrepreneurs. *Journal of Business Ethics*, 9.
- Ufuk, H. y Özgen, Ö. (2001). The profile of women entrepreneurs: a simple from Turkey. *International Journal of Consumer Studies*, 25(4), 299-308.
- Verheul, I., Van Stel, A. y Thurik, R. (2004): Explaining Female and Male Entrepreneurship Across 20 Countries, *Discussion Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy*, 2004-08, Max Planck Institute of Economics.
- Zahra, N. (2013). Implications of demographic antecedents in determining the motivational drives among women entrepreneurs: a case study of women entrepreneurs venturing in Lahore, Pakistan. *Asian Journal of Business Management* 5(1).81-90.