



Instituciones e intención emprendedora

Institutions and entrepreneurial intention

Edwin-Ignacio Tarapuez-Chamorro 

Universidad del Quindío, Armenia Colombia.

Beatriz-Elena Guzmán-Díaz 

Universidad del Quindío, Armenia Colombia.

Mario-Eduardo Hidalgo-Villota 

Universidad de Nariño, Pasto, Colombia.

Resumen

Objetivo: esta investigación tuvo como propósito analizar el marco institucional que influye en la intención emprendedora (IE) en el departamento del Quindío, Colombia teniendo en cuenta los criterios de las instituciones formales e informales planteados por el economista Douglass North. **Método:** para lo anterior, se empleó un estudio de carácter mixto y descriptivo, de metodología no experimental, transversal. Se obtuvo información de catorce instituciones públicas y privadas, cuatro expertos y 201 estudiantes de maestría. **Resultados:** se encontró que en el marco institucional formal de apoyo al emprendimiento no se vislumbra el encadenamiento de esfuerzos estratégicos hacia el establecimiento de una política regional para la creación de empresas. Con relación a las instituciones informales, se detectó una escasa iniciativa en situaciones complejas y baja tolerancia al fracaso. **Discusiones:** por tanto, la política institucional de apoyo al emprendimiento debe tener filtros que permitan optimizar la utilización de recursos a través de la priorización de iniciativas que generen mayor valor social y económico, a la vez que debe promover el desarrollo de valores empresariales en la población. **Conclusiones:** las instituciones formales que apoyan el emprendimiento operan de manera dispersa sin un esquema de trabajo colaborativo que promueva el logro de objetivos comunes para generar impactos de mayor envergadura. En cuanto a las instituciones informales, las deficiencias en algunos valores empresariales pueden influir negativamente en la IE.

Palabras clave: Creación de empresas, Emprendimiento, Espíritu empresarial, Instituciones formales, Instituciones informales, Marco institucional.

Clasificación JEL: B52, M13.

Abstract

Objective: this research aimed to analyse the institutional framework that influences entrepreneurial intention (EI) in the department of Quindío, Colombia, taking into account the criteria of formal and informal institutions set out by the economist Douglass North. **Method:** a mixed and descriptive study was used, using a non-experimental, transversal methodology. Information was obtained from fourteen public and private institutions, four experts and 201 masters students. **Results:** it was found that the formal institutional framework to support entrepreneurship does not envisage the linking of strategic efforts towards the establishment of a regional policy for the creation of enterprises. With regard to informal institutions, it was found that there is little initiative in complex situations and low tolerance for failure. **Discussions:** Therefore, the institutional policy to support entrepreneurship must have filters that allow for the optimization of the use of resources through the prioritization of initiatives that generate greater social and economic value, while at the same time promoting the development of entrepreneurial values in the population. **Conclusions:** The formal institutions that support entrepreneurship operate in a dispersed manner without a collaborative work scheme that promotes the achievement of common objectives to generate greater impacts. With regard to informal institutions, deficiencies in some business values can negatively influence EI.

Keywords: Business creation, Entrepreneurship, Entrepreneurial spirit, Formal institutions, Informal institutions, Institutional framework.

JEL Classification: B52, M13.

Autor de Correspondencia

eitarpuez@uniquindio.edu.co

Recibido: 26-03-2020

Aceptado: 14-09-2020

Publicado: 04-11-2020



Copyright © 2020
Desarrollo Gerencial

Como citar este artículo (APA):

Tarapuez-Chamorro, E., Guzmán-Díaz, B., & Hidalgo-Villota, M. (2020). Instituciones e intención emprendedora. *Desarrollo Gerencial*, 12(2), 1-25. <https://doi.org/10.17081/dege.12.2.4033>

Introducción

La interacción entre el espíritu empresarial y las instituciones es determinante para el desarrollo económico de un país; sin embargo, la opinión de hasta qué punto éstas determinan la actividad empresarial es sólo una parte del análisis ya que la causalidad es bidireccional; es decir, el emprendimiento también es uno de los principales impulsores del cambio institucional (Tao, 2016; Elert y Henrekson, 2017). De esta manera, los empresarios tienen una influencia que puede cambiar las instituciones (Kuchař, 2016), ya sea cuando las respetan, intentan alterarlas o las evaden (Elert & Henrekson, 2017); en tanto que el entorno institucional tiene un impacto positivo y significativo en la intención emprendedora (IE) de los individuos (Mouselli y Khalifa, 2017).

En este sentido, el espíritu empresarial se ha posicionado como un importante dinamizador de la economía para promover, entre otros aspectos, la innovación, la competencia y el empleo (Nenzhelele, 2014), por ello, la creación de empresas ha sido considerada como factor clave para el desarrollo de las regiones (García et al., 2018). En los últimos años, la investigación sobre la intención de creación de empresas y los estudios regionales parecen estar más interrelacionados, a la vez que los trabajos sobre el emprendimiento regional se han hecho más populares (Carvalho, 2018; Bastian et al., 2018), pues al parecer existen aspectos particulares asociados con el territorio que influyen en el establecimiento de nuevas firmas. De esta manera, los empresarios son agentes de cambio institucional cuando la categorización cultural es ambigua con respecto a las decisiones apropiadas y permisibles ante situaciones novedosas (Kuchař, 2016), en tanto que la cultura y el significado son importantes en la definición de institución (Tao, 2016).

De acuerdo con lo anterior, en el marco del desarrollo empresarial regional, las instituciones pueden tomarse como experiencias vividas e interpretadas, y el cambio institucional se asume como una respuesta creativa y experimental a las lógicas emergentes o en competencia (Lowe y Feldman, 2017). Esto implica, necesariamente, que la influencia de las entidades reguladoras del espíritu empresarial local se ve atenuada por instituciones normativas y cognitivas dependientes del lugar, a la vez que se presenta un ajuste decisivo entre las diferentes instituciones participantes. Los mecanismos institucionales están sujetos a un lugar y a un enfoque que puede servir para desarrollar el conocimiento contextualizado del comportamiento empresarial (Lang et al., 2014), tal como lo es la intención de iniciar un nuevo negocio.

En el caso del departamento del Quindío (Colombia), la problemática relacionada con la falta de oportunidades laborales para la población, ha contribuido a que la región muestre uno de los mayores índices de desocupación a nivel del país. Según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), entre 2000 y 2019, la tasa promedio de desempleo de la nación fue 11,3%, en tanto

que la del Quindío se ubicó en 16,5%, es decir, un 46% superior. Según la misma entidad, el Quindío apenas aporta el 0,8% del PIB nacional, aspecto que denota su bajo nivel de actividad empresarial.

Por otro lado, de acuerdo con datos de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, en 2019 el 84,5% de las empresas del departamento estaban constituidas como persona natural y sólo el 15,5% correspondía a personas jurídicas, en tanto que la estructura empresarial evidenciaba el predominio de las microempresas (96,1%), es decir, unidades productivas con limitadas posibilidades de generación de empleo y creación de valor agregado.

En este contexto, las universidades y algunas instituciones públicas y privadas de la región, han adelantado actividades tendientes a promover la creación de más y mejores empresas, no obstante, los resultados no han sido los esperados, posiblemente por la falta de un adecuado marco institucional formal e informal que promueva la generación de nuevas unidades productivas y atraiga inversionistas de otras regiones y países.

De esta manera, el presente artículo tuvo como objetivo principal analizar el marco institucional que influye en la Intención Emprendedora (IE) en el departamento del Quindío con base en los criterios acerca de las instituciones formales e informales planteados por North (1993a, b). Para esto, se formularon algunas preguntas de investigación que guiaron el trabajo las cuales fueron: ¿Cuál es el marco institucional formal de apoyo a la creación de empresas?, ¿Qué medidas de apoyo brindan las instituciones a las personas que tienen intención de crear una empresa? y ¿Cuáles son los principales factores institucionales informales que promueven la intención de constituir nuevos negocios de las personas encuestadas?

Para lo anterior, se utilizó el método deductivo y la metodología no experimental de índole transversal, que, de acuerdo con la estructura del proyecto y con el tipo de información que se recolectó la investigación fue de carácter mixto. La obtención de información se tomó de tres grupos de fuentes: a) directivos de instituciones relacionadas con el emprendimiento en la región, b) estudiantes de maestría de diferentes áreas de conocimiento en el departamento del Quindío y, c) expertos en emprendimiento. La recolección de información a los tres grupos se realizó de manera presencial durante el segundo trimestre de 2018.

Es preciso mencionar que este documento se encuentra dividido en siete componentes, a saber: introducción, fundamentación teórica, método, resultados, discusiones, conclusiones y referencias bibliográficas.

Fundamentación Teórica

De acuerdo con Nenzhelele (2014), el espíritu empresarial es un proceso y la IE es su primer paso. Ninguno de los comportamientos empresariales ocurre por accidente, pues ellos son planeados

intencionalmente; por tanto, la IE constituye el mejor predictor del comportamiento empresarial. Para Bird (1988), la intención corresponde a un proceso requerido antes de llevar a cabo una determinada acción, es decir, la IE puede ser asumida como un paso que se realiza *a priori* a la acción de creación de un negocio. Thompson (2009), por su parte, asume la IE como una convicción auto reconocida por los individuos que tienen el propósito de crear un nuevo negocio y que conscientemente planean hacerlo en algún momento de su vida futura.

En el estudio del proceso empresarial, las investigaciones han revelado la importancia de los arreglos institucionales en el desarrollo del sistema, así pues, según Tao (2016), la economía trata precisamente de las instituciones. De hecho, este marco teórico cuenta con diversos matices y es utilizado en un número creciente de investigaciones desde la década del 90 del siglo pasado. Entre los distintos autores de la escuela institucionalista se destaca Douglas North, cuya propuesta proporciona un referente teórico adecuado para explicar los aspectos relacionados con la intención emprendedora.

Constituye el aporte más destacado de North (1993a) el estudio de las instituciones, el cambio institucional y las implicaciones de ellas en el desarrollo económico. Para North (1993a, b), las instituciones son las limitaciones creadas por el hombre que motivan la interacción entre las personas y crean incentivos de diversa índole para el intercambio humano (político, social o económico). Al mencionar que son las reglas de juego, lo hace literalmente, pues compara lo que ocurre en la sociedad con lo que sucede durante un encuentro deportivo, en el que hay normas formales escritas y "códigos de conducta generalmente no escritos que subyacen y complementan a las reglas formales, tales como no lastimar deliberadamente a un jugador clave del equipo contrario" (North, 1993a, p. 14); en síntesis, asume que "el propósito de las reglas [es decir, de las instituciones] es definir la forma en que el juego se desarrollará" (p.15).

Según North (1993a) "Las instituciones reducen la incertidumbre por el hecho de que proporcionan una estructura a la vida diaria" (p.14). Al respecto, menciona una serie de situaciones cotidianas como enterrar a los muertos o establecer un negocio, en las que éstas sirven para guiar las acciones entre individuos. De esta manera, el lenguaje, el dinero, la ley, los sistemas de pesos y medidas, las normas de tráfico vehicular, los modales en la mesa, las empresas y otras organizaciones, son todas instituciones.

De acuerdo con North (1993a), existen dos tipos de instituciones, las formales y las informales; para él ambas son creaciones humanas y por ello el análisis inicial debe partir del individuo. Las instituciones formales, entonces, se refieren a aquéllas que pueden ser creadas, tales como las Constituciones Políticas de los Estados, en tanto, que las informales corresponden a lo que él mismo llama el derecho consuetudinario, es decir, los usos y las costumbres que evolucionan a lo largo del tiempo. Para North (1993a), las instituciones informales son más difíciles de cambiar que las formales, pues tienen un mayor peso en la determinación del comportamiento humano. North (2000) incluso menciona que "la imposición

de un conjunto de reglas formales a una cultura existente cuyas restricciones informales no son coherentes con el nuevo conjunto de reglas formales es la receta para el fracaso político y económico” (p. 147).

En el mismo orden de ideas, Chernysh (2018) afirma que el desarrollo institucional tiene más posibilidades de éxito si no sólo existen normas informales y un conjunto de prácticas, sino también un proceso de negociación entre las partes interesadas en busca de motivaciones adecuadas para alcanzar objetivos comunes. En algunas situaciones, incluso, las instituciones informales (las costumbres, por ejemplo) pueden llegar a ser más importantes que las formales (las leyes, por ejemplo). Así, North (1993a) plantea que las organizaciones u organismos “son grupos de individuos enlazados por alguna identidad común hacia ciertos objetivos” (p. 15) y anota que la forma de evolución y su supervivencia dependen del marco institucional, en tanto que las organizaciones son agentes de cambio. Las organizaciones, según North, son estables pero se encuentran en cambio permanente y pueden ser de diversos tipos, tales como las organizaciones políticas, económicas, sociales y educativas.

En sí, las normas tienen como función facilitar unos intercambios políticos y económicos, a la vez que buscan desalentar otros. Estas normas se clasifican en: políticas (definen la estructura y el funcionamiento del gobierno); económicas (delimitan los derechos sobre el uso y el ingreso de la propiedad), y contratos (precisan las condiciones específicas de un acuerdo particular de intercambio). Así, en los planteamientos de North se observa claramente la influencia de las instituciones en el desarrollo de la sociedad, al tiempo que evidencia la relación de éstas con las creencias y la economía.

Método

Diseño

Esta investigación fue de tipo descriptiva, método deductivo no experimental de índole transversal; de acuerdo con la estructura del proyecto y con el tipo de información que se recolectó la investigación es de carácter mixta.

Este trabajo contempla la obtención de información de tres grupos de fuentes: a) directivos de instituciones relacionadas con el emprendimiento en la región, b) estudiantes de maestría de diferentes áreas de conocimiento en el departamento del Quindío y, c) expertos en emprendimiento. La recolección de información a los tres grupos se realizó de manera presencial durante el segundo trimestre de 2018.

Para el procesamiento de la información se utilizó estadística descriptiva y el test del Chi cuadrado (χ^2) de Pearson, que es posiblemente el más conocido y el más utilizado en el análisis de variables cualitativas. También es considerado como una prueba no paramétrica, es decir, no necesita que la distribución de la población esté caracterizada por determinados parámetros. Este test mide la

discordancia entre dos distribuciones (observada y teórica), mostrando en qué medida las diferencias entre ellas, si las hubiere, son fruto del azar en el contraste de hipótesis. Este test se usa para establecer la independencia de dos variables entre sí, mediante tablas de contingencia.

Participantes

Para el análisis de los aspectos institucionales formales se seleccionaron por conveniencia catorce (14) entidades que cuentan con servicios de apoyo al emprendimiento en el departamento del Quindío, así: ocho privadas (Cámara de Comercio de Armenia y Quindío, Institución Universitaria EAM, Bancolombia, Asociación Hotelera y Turística de Colombia–COTELCO, Federación Nacional de Comerciantes-FENALCO, Actuar Famiempresas, Corporación Universitaria Remington, Banco Mundo Mujer) y seis públicas (Prosperidad Social, Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA Quindío, Universidad del Quindío, Gobernación del Quindío y las Alcaldías Municipales de Armenia y Calarcá).

Los expertos en emprendimiento se seleccionaron por conveniencia (dos hombres y dos mujeres) y pertenecen a las siguientes instituciones: Cámara de Comercio de Armenia y Quindío; Gobernación del Quindío; una emprendedora social y con ánimo de lucro (perfil mixto) y una empresaria del sector de alimentos.

Para el análisis de los factores informales, se tomó una muestra aleatoria estratificada de 201 estudiantes de diez (10) maestrías presenciales en diferentes áreas del conocimiento de las universidades del departamento del Quindío.

Instrumentos

La recolección de la información se realizó mediante tres instrumentos: entrevista semiestructurada para los directivos de las instituciones formales, entrevista no estructurada para los cuatro expertos en emprendimiento y encuesta adaptada del trabajo de Díaz (2003) para los estudiantes de maestría. El Alfa de Cronbach del instrumento aplicado a los estudiantes de maestría arrojó un valor de 0,8, valor que se considera adecuado.

Resultados

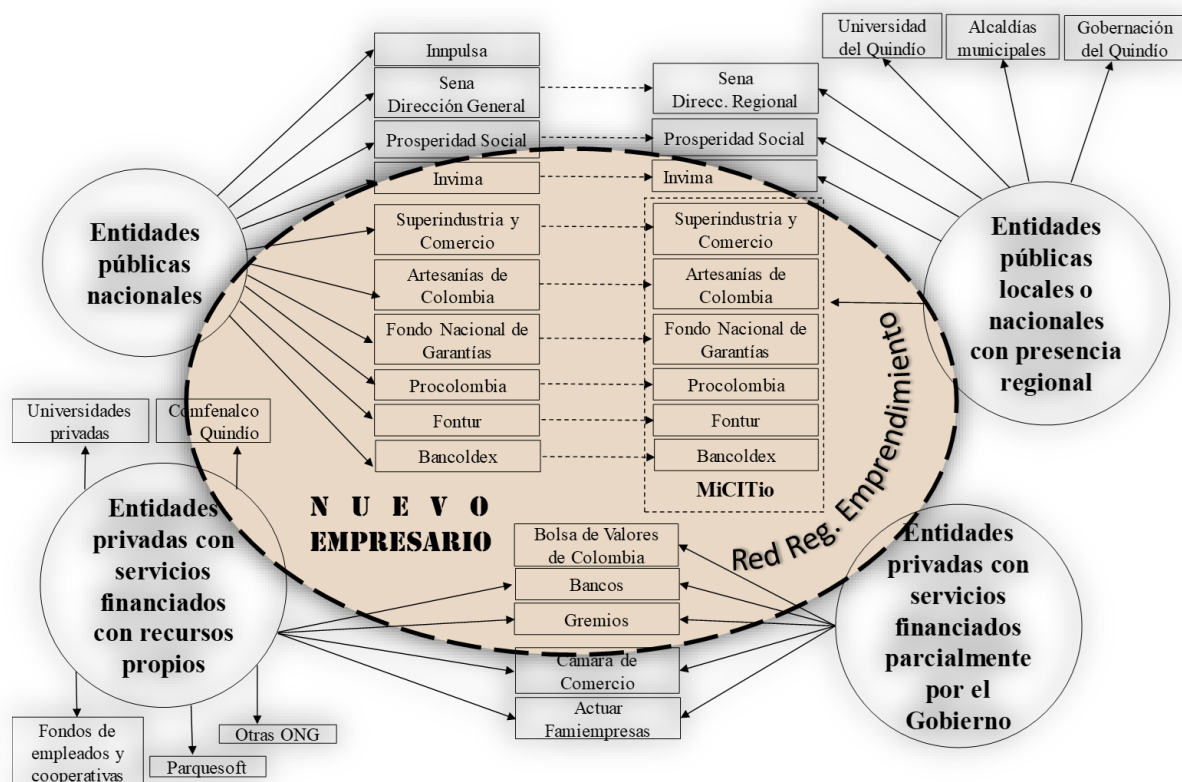
Los resultados están organizados en dos partes generales: la primera corresponde a los factores institucionales formales, y la segunda, a los informales.

Factores institucionales formales

En el caso de Colombia, la administración central del gobierno funciona como un techo que provee instituciones de apoyo al emprendimiento, bajo el cual se desarrollan políticas y programas a nivel nacional, varias de ellas tienen sede en el departamento del Quindío, situación que les permite interactuar

con entidades locales y regionales de soporte a la creación de empresas. Dichas instituciones conforman el marco formal de apoyo a la creación de empresas, dentro del cual también se destacan las entidades integrantes de la Red Regional de Emprendimiento, reglamentada por la Ley de emprendimiento (Ley 1014, 2006). Dentro del marco formal se identificaron cuatro tipos de entidades, a saber: públicas nacionales, públicas locales o nacionales de presencia regional, privadas con servicios financiados mediante recursos propios y privadas con servicios financiados parcialmente por el gobierno (figura 1).

Figura 1. Marco institucional formal de apoyo al emprendimiento en el Quindío



Fuente: elaboración propia (2019)

En cuanto a los objetivos institucionales, las entidades entrevistadas buscan promover el desarrollo socioeconómico regional y contribuir al mejoramiento de la calidad de vida en la población, mientras nueve organizaciones apoyan el desarrollo de habilidades blandas y solamente tres (SENA, Universidad del Quindío y Cámara de Comercio) pretenden generar específicamente una cultura del emprendimiento en el departamento. Solo cuatro instituciones mencionan que dependen de otras entidades (Gobernación del Quindío, Alcaldía Municipal de Armenia, Corporación Universitaria Remington y Cotelco); sin embargo, 11 colaboran con otras. El SENA es la entidad que más relación tiene con las organizaciones entrevistadas.

Sobre las medidas de apoyo a la creación de empresas, nueve instituciones cuentan con medidas económicas de soporte (capital de riesgo, préstamos y subsidios). En cuanto a las estrategias no económicas, casi todas las entidades ofrecen información, orientación, asesoría, acompañamiento y seguimiento, en tanto que seis prestan servicios de incubación y desarrollo empresarial. En relación con la población objetivo, al parecer las entidades vinculadas no tienen un grupo objetivo bien definido, a pesar de que jóvenes, mujeres y población vulnerable son los tres grupos con mayor apoyo recibido. La mayoría de instituciones brinda soporte a diversos grupos interesados en crear empresas (desempleados, jubilados, estudiantes, egresados, inmigrantes, empresarios y ciudadanía en general).

En lo referente a la eficiencia de los servicios institucionales de apoyo al emprendimiento, seis de las 14 entidades encuestadas no tienen claro cuál es el monto de recursos destinado a esta actividad; 11 instituciones creen que son eficaces en la difusión de sus servicios entre la población interesada en el tema y que sus servicios y programas de apoyo institucional tienen una elevada demanda por parte de los emprendedores potenciales. Entre las razones que explican lo anterior, están: la escasa oferta de servicios de otras entidades, la amplia demanda de los posibles emprendedores, el enfoque adecuado de sus servicios y la exigencia de permanecer en unos programas para acceder a otros.

Seis instituciones creen que se podrían acordar cronogramas diferenciales para no cruzarse con los mismos programas de otras entidades, gestionar más fuentes de financiamiento, tener un enfoque más personalizado y generar más cercanía con los diferentes grupos de la población. Acerca de las principales fuentes de financiación, seis instituciones reciben soporte de organizaciones públicas o de programas de apoyo del gobierno nacional, así, las ocho restantes utilizan recursos propios o de otras empresas para financiar las actividades de apoyo al emprendimiento. Se resalta que la gobernación y las alcaldías se apoyan mutuamente en el desarrollo de proyectos, además, ninguna institución mencionó el apoyo internacional como fuente de financiación del emprendimiento.

Respecto al condicionamiento de la fuente de financiación, ocho instituciones consideran que ésta no determina la clase de apoyo al emprendimiento y seis entes consideran que sí. Algunos condicionamientos se relacionan con el tipo de población objetivo, la experiencia y comportamiento crediticio, además de la coherencia de los proyectos con los resultados esperados. En cuanto a la valoración de las medidas de apoyo al emprendimiento, las entrevistas arrojan información valiosa sobre el reconocimiento de otras instituciones que apoyan el emprendimiento en el Quindío. De manera especial se destaca el SENA, seguido por la Gobernación del Quindío, la Cámara de Comercio y Actuar Famiempresas.

De otro lado, las personas entrevistadas consideran que las instituciones bajo su representación tienen un compromiso notorio con el fomento del emprendimiento, sin embargo, sostienen que los programas de apoyo son insuficientes e incipientes, además aún no cuentan con los recursos suficientes para brindar mayor soporte a los emprendedores. En cuanto al conocimiento de los emprendedores sobre las medidas

de apoyo a la creación de empresas, siete de las entidades entrevistadas asumen que los emprendedores conocen la oferta institucional de dichas medidas; las restantes organizaciones creen que falta mayor divulgación de los programas. También mencionan que se trabaja con recursos exiguos, asimismo los emprendedores desconocen otras fuentes de financiación.

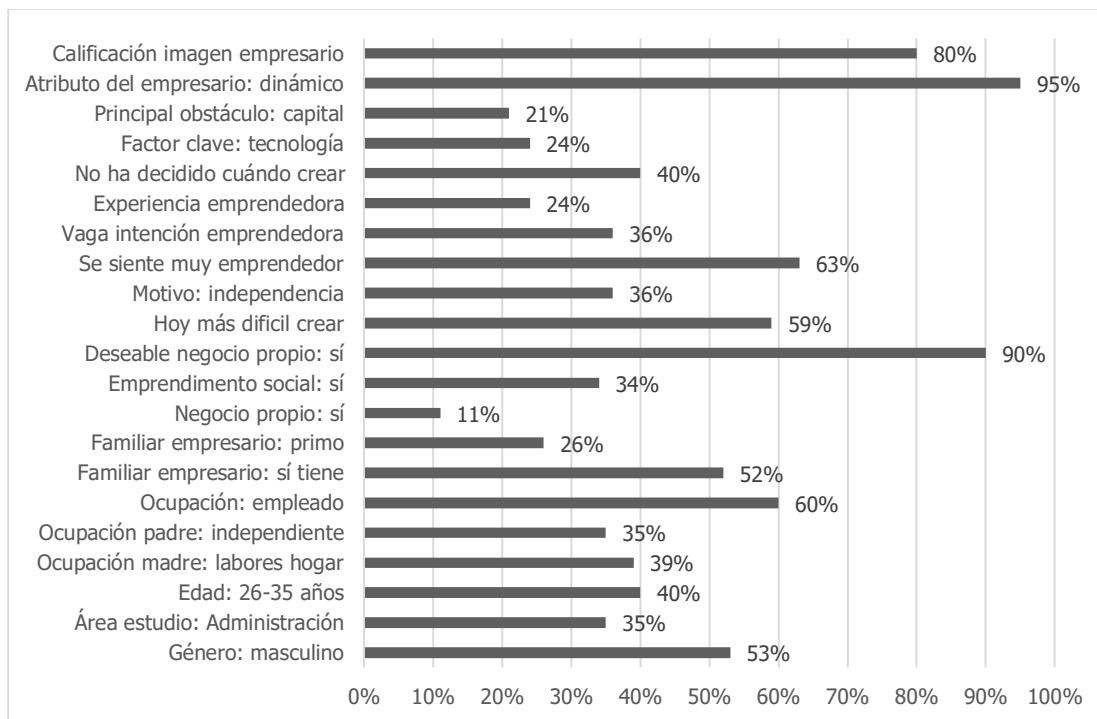
Factores informales

Los factores informales se analizaron a través de estadística descriptiva y luego mediante el uso de tabulación cruzada y el test de Chi-cuadrado de Pearson. Esta información se obtuvo de encuestas a estudiantes de maestría de diferentes áreas del conocimiento.

Estadística descriptiva

Acercas de la moda de los aspectos sociodemográficos, la maestría con mayor proporción de estudiantes en el Quindío es la de Administración (35%), el 40,3% de los encuestados tienen entre 26 y 35 años de edad; el 39% de la muestra anota que su madre realiza labores domésticas y el 35% que su padre se desempeña como trabajador independiente; el 60% de los encuestados se desempeñan como empleados (el 15% son independientes y el 7% son empresarios). El 68% se ocupa en actividades económicas del subsector de comercio y servicios, en tanto, que el 75% de los desempleados se encuentran dedicados a tiempo completo a estudiar la maestría (figura 2).

Figura 2. Resumen de aspectos informales



Fuente: elaboración propia (2019)

Es importante resaltar que el 52% de los maestrandos tienen un familiar empresario y que casi la mitad (48%) de estos corresponden a primos o a tíos y el 41% a hermanos o padres; sin embargo, se reportan muy pocas madres empresarias (4%). El 11% manifiesta haber tenido un negocio propio en un tiempo pasado y el 34% declara formar parte de un emprendimiento social, especialmente, en actividades deportivas.

En lo referente a la autopercepción emprendedora, el 90% de las personas encuestadas consideran que es deseable iniciar su propio negocio, a la vez que el 59% manifiestan que en la actualidad es más difícil crear empresa que en épocas anteriores. Acerca de los motivos más importantes para crear una empresa propia, la independencia personal y económica es el más trascendental (36%). Los aspectos menos importantes se relacionan con el prestigio del empresario, la tradición familiar y las dificultades de empleo, ingresos y jubilación. Al explorar la autopercepción sobre veinte (20) atributos de los empresarios; la cualidad que ocupa el primer puesto es la relacionada con asumir la responsabilidad de las decisiones propias, sean acertadas o erróneas (68%). El único atributo en el que la mayoría de los integrantes de la muestra presenta debilidad es en tomar la iniciativa en situaciones complejas o delicadas, en el que el 39% de los encuestados opina que pocas veces lo hace.

Con respecto a qué tan emprendedores y llenos de ideas e iniciativas se creen los encuestados, el 63% se sienten muy emprendedores y se asignan una calificación igual o superior a ocho, (cercana a la máxima que es 10); sin embargo, la mayoría tiene una vaga IE (36%) o nunca ha pensado en crear un negocio propio (12%), mientras que el 26% lo ha considerado seriamente, el 18% manifiesta que tuvo o tiene una firma de su propiedad y el 6% expresa que está creando un negocio (se deduce que el 24% de los encuestados tiene algún tipo de experiencia en creación de empresas). El 40% de los encuestados expresa que no ha decidido una fecha específica para concretar su IE, hecho que puede tener relación con la dificultad que manifiestan para tomar la iniciativa en situaciones complejas.

El 24% de los maestrandos consideran que la tecnología es el factor más importante para crear empresas. En lo que corresponde a los obstáculos para crear empresa, estos opinaron que la falta de capital (21%) es el factor que sobresale. En lo relacionado con los atributos del empresario, los tres más importantes para los encuestados son: personas dinámicas (95%), organizadas (92%) e innovadoras (88%); en contraposición, creen que los empresarios no están preparados profesionalmente (65%) y que no ganan mucho dinero (64%). Finalmente, al indagar sobre la imagen positiva de 14 diferentes profesiones en la sociedad quindiana, se encuentra que la profesión en medicina es la que cuenta con la más alta calificación (promedio de 4.3/5.0), seguida por las profesiones de ingeniero y empresario (en promedio 4.0/5.0, respectivamente).

Tabulación cruzada

Para comprobar si estos cruces arrojaban alguna significación, se utilizaron las técnicas estadísticas de tabulación cruzada y el test de Chi-cuadrado de Pearson. Para ello, se cruzan las variables género, edad, nivel de estudios y familiares empresarios, con la deseabilidad y la percepción de facilidad para crear empresa.

En cuanto a la deseabilidad de fundar un negocio, los resultados muestran que el perfil de quienes opinan que sí es deseable crear empresa corresponde a personas de género masculino, entre 36 y 45 años de edad, que no tienen familiar empresario y que estudian maestría en Administración (MBA) o en Derecho. De igual manera, el Chi-cuadrado confirma que sí existe una relación entre el género y la edad con la deseabilidad de crear empresa. De acuerdo con la información obtenida, tener un familiar empresario y el área de estudios no muestra significación estadística con el deseo de crear nuevos negocios (Tabla 1).

Tabla 1. *Tabulación cruzada entre deseabilidad de crear empresa y género, edad, familiar empresario y área de estudios*

	Sí es deseable %	No es deseable %	Chi-cuadrado (χ^2)
Género			3,73*
Masculino	93,5	6,5	
Femenino	85,1	14,9	
Edad			8,16*
menor de 25 años	88,6	11,4	
26 a 35 años	90,1	9,9	
36 a 45 años	95,2	4,8	
mayor de 45 años	73,9	26,1	
Familiar empresario			0,16
Sí tiene	88,7	11,3	
No tiene	90,4	9,6	
Área de estudios			12,78
Administración	91,4	8,6	
Ingeniería	100,0	0,0	
Medio Ambiente	91,3	8,7	
Biomatemáticas	90,9	9,1	
Educación	72,7	27,3	
Ciencias Biomédicas	84,6	15,4	
Prevención Riesgos Laborales	88,9	11,1	
Ciencias de los Materiales	88,9	11,1	
Química	77,8	22,2	
Derecho	100,0	0,0	

Nota. * Significación estadística < 0,05. Fuente: elaboración propia del autor (2019).

Por otro lado, la mayoría de los encuestados (59%) consideran que, hoy es más difícil crear empresa que en épocas anteriores. Con la información cruzada esto se puede confirmar en la mayoría de los análisis. Esta percepción de dificultad corresponde a un perfil compuesto por mujeres entre 26 y 35 años de edad, que sí tienen familiares empresarios y que estudian la Maestría en Prevención de Riesgos Laborales. El análisis del test del Chi-cuadrado confirma que de las variables analizadas con respecto a la facilidad/dificultad para crear empresa en la actualidad, únicamente el área de estudios muestra relación estadística. Con base en la información obtenida, el género, la edad y tener un familiar empresario no muestran significación estadística con la percepción de facilidad/dificultad de fundar nuevos negocios (Tabla 2).

Tabla 2. *Tabulación cruzada entre facilidad/dificultad de crear empresa y género, edad, familiar empresario y área de estudios*

	Más difícil %	Más fácil %	Chi-cuadrado (χ^2)
Género			1,75
Masculino	54,2	45,8	
Femenino	63,4	36,6	
Edad			4,10
menor de 25 años	62,9	37,1	
26 a 35 años	65,4	34,6	
36 a 45 años	50,0	50,0	
mayor de 45 años	52,2	47,8	
Familiar empresario			0,12
Sí tiene	59,8	40,2	
No tiene	57,7	42,3	
Área de estudios			17,66*
Administración	47,1	52,9	
Ingeniería	53,3	46,7	
Medio Ambiente	69,6	30,4	
Biomatemáticas	81,8	18,2	
Educación	77,3	22,7	
Ciencias Biomédicas	53,8	46,2	
Prevención Riesgos Laborales	88,9	11,1	
Ciencias de los Materiales	33,3	66,7	
Química	66,7	33,3	
Derecho	40,0	60,0	

Nota. * Significación estadística < 0,05. Fuente: elaboración propia del autor (2019).

Como se aclaró, la mayoría de los encuestados manifiestan una vaga IE (36%). Con la tabulación cruzada se propone un perfil según el cual las mujeres presentan una mayor proporción de dicha IE, con edades entre 26 y 35 años, que no cuentan con familiar empresario y que estudian MBA. El test del Chi-

cuadrado confirma que género, edad, tener un familiar empresario y área de estudios, muestran relación estadística con la IE (Tabla 3).

Tabla 3. *Tabulación cruzada entre intención emprendedora y género, edad, familiar empresario y área de estudios*

	Sí, vagamente %	Sí, seriamente %	No, nunca %	Tengo o tuve empresa %	Estoy creando empresa %	Vinculación empresa familiar %	Chi-cuadrado (χ^2)
Género							13,2*
Femenino	54,8	48,1	62,5	27	30,8	0	
Masculino	45,2	51,9	37,5	73	69,2	100	
Edad							34,3*
menor 25 años	19,2	19,2	29,2	2,7	23,1	0	
26 a 35 años	43,8	48,1	45,8	24,3	30,8	0	
36 a 45 años	30,1	28,8	8,3	45,9	38,5	50	
mayor 45 años	6,8	3,8	16,7	27	7,7	50	
Familiar empresario							39,7*
Sí tiene	41,1	38,5	20,8	89,2	69,2	0	
No tiene	58,9	61,5	79,2	10,8	30,8	100	
Área estudios							82,1*
Administración	26	36,5	20,8	54,1	46,2	50	
Biomatemáticas	9,6	0	16,7	0	0	0	
Ciencias Biomédicas	6,8	9,6	8,3	0	7,7	0	
Ciencias de los materiales	4,1	1,9	0	8,1	15,4	0	
Derecho	0	5,8	0	2,7	0	50	
Educación	19,2	3,8	12,5	8,1	0	0	
Ingeniería	9,6	28,8	4,2	13,5	15,4	0	
Medio Ambiente	13,7	9,6	20,8	5,4	7,7	0	
Prevención de Riesgos laborales	5,5	1,9	8,3	2,7	7,7	0	
Química	5,5	1,9	8,3	5,4	0	0	

Nota. * Significación estadística < 0,05. Fuente: elaboración propia del autor (2019).

Discusiones

El espíritu empresarial se reconoce como un poderoso motor para la generación de empleo y riqueza en las naciones, hasta el punto de que sus instituciones han desarrollado diferentes formas de estimular las habilidades empresariales de las personas (Scafarto et al., 2019). De esta manera, el marco institucional constituye un sistema que incluye estructuras reguladoras, normativas y cognitivas. Para efectos prácticos de este estudio, son de interés las dos primeras. Las reguladoras se refieren a las reglas

que apoyan las iniciativas en relación con la decisión empresarial y las normativas incluyen valores y pautas compartidos (Akter et al., 2019), al tiempo que la IE favorece la vinculación de los aspectos institucionales en el emprendimiento (Parga, Vega y Romo, 2019).

En el marco institucional formal de esta investigación se identificaron los siguientes tipos de entidades: las que se agrupan según su naturaleza (pública o privada), las de cobertura (nacional o regional) y las de origen de los fondos para promoción del emprendimiento. A pesar de esta tipificación, en el Quindío se evidencia un trabajo interinstitucional enfocado a determinadas actividades puntuales. En este sentido, Tarapuez et al. (2013), resaltan la voluntad política, la visión clara de los actores institucionales implicados, los atributos de credibilidad, experiencia y estabilidad de las instituciones y personas que lideren estas iniciativas. Desde otra vertiente, para Wegner et al. (2020), las políticas públicas deberían enfatizar en el desarrollo de instituciones que fomenten un entorno empresarial positivo, faciliten la financiación de empresas, creación de emprendimientos y refuercen los beneficios de la carrera empresarial.

En este sentido, los entrevistados asumen que los programas de apoyo son insuficientes e incipientes y que aún faltan recursos para brindar mayor soporte a las personas interesadas en crear empresas. Así, el presente trabajo coincide con los hallazgos del estudio Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para Colombia, según el cual el contexto institucional para la actividad emprendedora en el país aún está en proceso de consolidarse (Gómez et al., 2018), aspecto que requiere esfuerzos adicionales de las entidades que conforman el ecosistema nacional de apoyo al proceso de creación y fortalecimiento de negocios.

De otra parte, el liderazgo regional del SENA en la promoción del emprendimiento queda claramente establecido en esta investigación, al igual que en el trabajo de Tarapuez et al. (2013), quienes resaltan el papel de esta institución en promover la creación de empresas a nivel nacional. A pesar de lo anterior, el liderazgo de esta entidad estatal podría estar limitándose por la falta de enfoque específico de la mayoría de instituciones locales hacia la generación de una cultura emprendedora en el departamento, aspecto que se identifica como un antecedente importante de la IE en el estudio Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS) para Colombia (Álvarez et al., 2017).

Así, las entidades vinculadas en la cadena de valor del emprendimiento en el Quindío no evidencian un nicho objetivo de beneficiarios bien definido, a pesar de que jóvenes, mujeres y población vulnerable son los tres grupos que reciben más apoyo. En el campo de la investigación, el segmento de población más estudiado en la literatura global corresponde a estudiantes universitarios de diferentes niveles (Mouselli y Khalifa, 2017; Amanamah et al., 2018; Ahmed y Kayat, 2020).

Acerca de las fuentes de financiación de actividades del emprendimiento, seis instituciones reciben soporte de organizaciones públicas o de programas del gobierno nacional, en tanto que las restantes utilizan recursos propios o de otras empresas. La gobernación y las alcaldías se apoyan mutuamente, aunque ninguna institución mencionó el apoyo internacional como fuente de recursos para el emprendimiento, ni reportaron estrategias innovadoras de acceso a fuentes de financiación en masa, como el *crowdfunding* a través de plataformas digitales (Butticè et al., 2017). Al respecto, Wegner et al. (2020), sugieren que los mecanismos de financiación deben enfocarse hacia las empresas de nueva creación, a la vez que Franco et al. (2019) consideran que en la fase de consolidación empresarial, el inversionista de riesgo es el actor más influyente. En el Quindío, los programas de apoyo son escasos e incipientes y aún no disponen de recursos suficientes para brindar mayor apoyo a los emprendedores.

En cuanto a las instituciones informales, la interacción entre éstas provoca cambios en la probabilidad de ser empresario social o comercial (Hidalgo et al., 2020), al tiempo que la viabilidad y la conveniencia afectan positivamente a las intenciones de iniciar un emprendimiento sin ánimo de lucro (Urban y Kujinga, 2017). En esta investigación se resalta que un tercio de los estudiantes de maestría han desarrollado actividades sociales y un poco más de la mitad de ellos reportan tener un familiar empresario.

Por otra parte, la gran mayoría de las personas encuestadas (90%) consideran que es deseable iniciar su propio negocio, a la vez que el 59% manifiestan que en la actualidad es más difícil crear empresa que en épocas anteriores. Los aspectos que motivan la creación de empresas en el Quindío no evidencian el influjo de las instituciones informales ni las necesidades económicas. En contraposición, en el trabajo de Urbano et al. (2020) se observa que los factores institucionales influyen en la actividad empresarial impulsada por oportunidad.

Al explorar la autopercepción sobre los atributos del empresario, la cualidad más importante que resaltan en sí mismos los estudiantes de maestría es la de asumir la responsabilidad de las decisiones propias, sean acertadas o erróneas. En este sentido, los atributos analizados en diversos estudios del empresario suelen ser estereotipadamente masculinos (Chipeta et al., 2020), aspecto que puede contribuir a limitar el análisis de los valores empresariales más allá de la cultura patriarcal construida y heredada en varios países del mundo. En forma complementaria, de acuerdo con Hidalgo et al. (2020), un nivel de educación más alto (institución formal) y una percepción positiva de los valores personales (institución informal) pueden aumentar la probabilidad de un individuo para ser un emprendedor en el campo social.

Con respecto a qué tan emprendedores y llenos de ideas e iniciativas se creen los encuestados, casi dos tercios de los maestrandos se sienten muy emprendedores (se asignan una calificación igual o superior a ocho sobre una máxima de 10), en tanto que cerca de un cuarto de ellos posee algún tipo de experiencia en creación de empresas. Sobre el particular, las ideas de negocio, como materialización de la

IE, pueden estar mejor conectadas a las redes institucionales informales, más que a las formales (Padilla et al., 2020). Aunque la presente investigación no indaga sobre la clase de experiencia obtenida por los encuestados, Ahmed et al. (2020), concluyen que la práctica positiva en los programas de fomento empresarial tiene un efecto alentador en la IE. Por otra parte, el 40% de los maestrandos encuestados expresa que no ha decidido una fecha específica para concretar su IE, hecho que puede mostrar relación con la dificultad manifestada para tomar la iniciativa en situaciones complejas.

Sobre los obstáculos para crear empresa, los encuestados opinan que la falta de capital es el factor sobresaliente, sin embargo, estudios como el de Ughetto et al. (2020), resaltan factores relacionados con la nueva economía, tales como el deficiente acceso a tecnologías digitales, especialmente entre las mujeres. En lo relacionado con los atributos del emprendedor, los encuestados evidencian un aspecto positivo afín con su personalidad dinámica, organizada e innovadora, y dos sesgos relacionados con la falta de estudio y baja capacidad económica. Al indagar sobre la imagen positiva de diferentes profesiones en la sociedad quindiana, se encuentra que el empresario ocupa el segundo lugar, superada solo por la de médico. Este hallazgo tiene relación con los resultados del estudio GUESS, según el cual en Colombia se tiene una elevada aceptación social de los emprendedores (Álvarez et al., 2017).

El género constituye el tema individual de investigación más frecuente en el análisis de la IE (Liñán y Fayolle, 2015) y a pesar de que el porcentaje de mujeres empresarias es muy inferior al de los hombres, en los últimos años se ha notado un aumento importante de la actividad femenina (Ward et al., 2019). Adicionalmente, nuevas investigaciones exploran el género en emprendimientos sociales y comerciales, al tiempo que hallan marcadas diferencias entre hombres y mujeres (Chipeta et al., 2020).

En el presente trabajo se confirma que sí existe una relación entre el género y la edad con la deseabilidad de crear empresa, en tanto que el género, la edad y tener un familiar empresario no muestran significación estadística con la percepción de facilidad/dificultad de fundar nuevos negocios. Pese a estos resultados, falta profundizar acerca de cuáles son los aspectos específicos que influyen en estos dos factores.

Con respecto al género, Ughetto et al. (2020), asumen que los desafíos enfrentados por las mujeres para establecer y dirigir un negocio se relacionan con el acceso a la información, la financiación y la vinculación a redes, aunque sorprendentemente no se conoce mucho acerca del papel de las tecnologías digitales en el emprendimiento femenino, aspecto que valdría la pena abordar en próximos estudios.

Por otro lado, el trabajo de Elliott et al. (2020), encuentra que las mujeres están subrepresentadas en el empresariado, además es raro encontrarlas como emprendedoras en las áreas de ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas (*STEM, por su sigla en inglés*). Sobre el asunto, Etskowitz et al. (2020) asumen

que las mujeres emprendedoras han sido tradicionalmente restringidas a campos considerados apropiados para ellas, con excepción de la biotecnología.

Pese a lo anterior, la culpa ha sido de las prácticas tradicionales (más que de las instituciones y las políticas) que han impedido la promoción empresarial de las mujeres. Así, se vislumbra una imagen matizada del emprendimiento femenino al considerar el papel descuidado de las instituciones informales (masculinidad, distancia al poder, individualismo e indulgencia) que afectan la relación entre las instituciones formales (gasto público en cuidado infantil y licencia de maternidad) y la probabilidad de ellas para llegar a ser empresarias (Gimenez et al., 2020). En este trabajo se encontró solamente el 4% de los estudiantes encuestados con madre emprendedora. Tampoco tener un familiar empresario y el área de estudios no muestra significación estadística con el deseo de crear nuevos negocios.

Asimismo, Ahmed y Kayat (2020) encuentra que la autoeficacia empresarial y el apoyo familiar son determinantes sólo en la IE femenina. Pese a ello, otros estudios concluyen que la presencia de emprendedores en la familia influye en la formación de IE entre sus integrantes (Haddad, 2017).

Con la tabulación cruzada se encuentra un perfil emprendedor según el cual las mujeres presentan una mayor proporción de IE que los hombres, sin embargo, como se ha mencionado, la creación de empresas es mayor en los segundos. En este sentido, aunque las mujeres empresarias contribuyen al desarrollo social y económico, el papel de las instituciones sociales, culturales y jurídicas de una economía sigue siendo discutible a la hora de apoyar el emprendimiento femenino (Akter et al., 2019). Así, las instituciones podrían relacionarse con el crecimiento económico mediante la iniciativa empresarial, lo que abriría nuevas preguntas de investigación sobre los factores institucionales que favorecen la iniciativa empresarial, aspecto estimulante del crecimiento económico (Urbano et al., 2018).

Dada esa mayor IE femenina, debería pensarse en desarrollar programas que las impulsen a pasar de la intención al comportamiento, pues como lo mencionan Franco et al. (2019), en la etapa de creación y desarrollo inicial de los negocios, el contexto institucional afecta en mayor medida su desempeño, mientras que la influencia del ambiente social es menos fuerte. Pese a lo mencionado, para Fischer et al. (2019), la mayoría de las variables institucionales carecen de significación, lo que sugiere cierto grado de ineficacia en las iniciativas destinadas a promover el emprendimiento. Ciertamente, según Nordling (2020), los procesos de fomento del espíritu empresarial y la creación de empresas requieren el diseño de soluciones propias, aunque se pueden adaptar a la realidad local algunas estrategias exitosas en otros contextos institucionales, que reconozcan la compleja diversidad de las regiones (Bastian et al., 2018).

En todo caso, el marco institucional puede promover la creación de más empresas, sin embargo, este aumento puede darse a expensas de la calidad de los mismos (Fini et al., 2017). De esta manera, una cosa es que las personas tengan IE y otra muy distinta es poder convertirla en un hecho concreto que les

permita crear una nueva unidad productiva. En este sentido, la política institucional de apoyo al emprendimiento debe contar con filtros que posibiliten optimizar la utilización de recursos a través de la priorización de iniciativas que generen mayor valor social y económico.

Conclusiones

A modo general, se evidencia un marco institucional de apoyo al emprendimiento desarticulado y enfocado hacia algunas actividades específicas de la cadena de valor de la creación de empresas pero no se vislumbra el encadenamiento de esfuerzos estratégicos hacia el establecimiento de una política regional para la creación de empresas. No se detectaron acciones estratégicas interinstitucionales que busquen especialización en las acciones de cooperación regional que pretendan alcanzar un objetivo unificado en el cual cada entidad aporte determinados insumos para el logro de resultados mancomunados. Pese a que existe una interrelación de las instituciones para apoyar el emprendimiento en el departamento del Quindío, las entidades vinculadas con la creación de empresas no tienen claro el nivel de dependencia y colaboración con otros organismos. De todos modos, se nota un liderazgo del SENA como una entidad que aglutina gran parte de los esfuerzos de promoción del emprendimiento y la creación de nuevas empresas en la región.

En este sentido, el marco institucional formal combina distintos tipos de entidades que muestran duplicidad de funciones y de estrategias de soporte al emprendedor, lo cual implica exceso de oferta de servicios en algunos campos como la capacitación y déficit en otros relacionados con la comercialización y capital semilla. Esta situación implica que se podría buscar un mayor grado de especialización y coordinación de cada entidad en alguno de los componentes de la cadena de valor de la creación de empresas y el desarrollo de competencias institucionales en áreas donde aún el apoyo es escaso.

El financiamiento de las actividades de fomento al emprendimiento en el departamento se da especialmente con recursos locales y nacionales, aunque al parecer hay una falta de recursos fiscales por parte de la Alcaldía Municipal de Armenia y la Gobernación del Quindío; sin embargo, esta última entidad goza de reconocimiento entre las demás instituciones, posiblemente por ser la que preside la Red Regional de Emprendimiento. Es notoria la falta de cooperación internacional para financiar actividades de apoyo al emprendimiento y tampoco se vislumbra una estrategia institucional de la región hacia la promoción de la IE, identificación de oportunidades de negocio y creación de empresas intensivas en conocimiento.

Sobre los factores institucionales informales, a pesar de que cerca de un cuarto de los encuestados tienen experiencia como empresarios, se evidencia una percepción negativa sobre la facilidad para crear empresas y una baja IE; lo anterior, unido a la falta de claridad sobre el plazo aproximado para concretar

sus planes empresariales, pueden configurar un ambiente adverso sobre los aspectos individuales que influyen en la intención de fundar nuevas unidades productivas.

El análisis estadístico confirma que hay una relación significativa entre tener un familiar empresario y la IE. Aunque el padre es una figura primordial entre los encuestados, la presencia de un familiar emprendedor está marcada especialmente por primos, hermanos y tíos. En contraposición, la madre representa una figura poco notoria en los registros de personas de la familia vinculadas en actividades productivas, lo cual podría confirmar la influencia del género en la IE que se obtiene en algunos de los análisis cruzados realizados en esta investigación.

Se evidencia una opinión generalizada sobre la deseabilidad de crear una empresa propia, aunque se nota un sentir mayoritario acerca de las crecientes dificultades existentes en la actualidad para montar un negocio, en comparación con las que predominaban en el pasado. Los aspectos que motivan a los encuestados a crear empresa se relacionan con factores intrínsecos vinculados con su satisfacción personal y no tanto con las normas sociales o las dificultades de empleo e ingresos. En este sentido, la intención de creación de empresas de las personas encuestadas es asumida como un medio para el desarrollo de las potencialidades individuales.

La mayoría de encuestados manifiestan una baja o nula IE, no obstante, al mismo tiempo se observa que tienen una imagen altamente positiva de sus propios atributos empresariales y se autoperciben como personas muy emprendedoras y llenas de ideas de negocios. Sin embargo, la deficiencia notoria en cuanto a la habilidad para tomar la iniciativa en situaciones complejas o delicadas, y el bajo porcentaje de personas que toleran el fracaso o asumen riesgos moderados, podrían estar influyendo negativamente en la IE en el departamento del Quindío.

Adicionalmente, los individuos encuestados no perciben el emprendimiento por necesidad sino por oportunidad y asumen barreras del contexto institucional hacia la creación de empresas (especialmente falta de capital y exceso de impuestos). No obstante, a pesar de la imagen altamente positiva de la figura del empresario entre los encuestados, se asume que ellos carecen de preparación profesional e ingresos adecuados, aspectos que podrían causar una falta de identificación de la población con la labor emprendedora.

Entre las limitaciones de esta investigación es preciso mencionar que los resultados de las instituciones informales únicamente se pueden generalizar a la población de estudiantes de maestría en el departamento del Quindío, sin embargo; este grupo de personas puede representar varias de las características generales de los habitantes del Quindío que tienen planes para crear empresa.

Los investigadores esperan que este trabajo sea útil en las decisiones de política en instituciones públicas y privadas que promueven la intención emprendedora y la creación de empresas en el Quindío y

regiones con problemáticas similares en el entorno empresarial. De este trabajo surgen nuevas inquietudes que se pueden plasmar en futuras líneas de investigación relacionadas con la influencia de las instituciones en el ecosistema regional de emprendimiento y los factores institucionales que determinan la transición de la intención emprendedora de las personas a la creación de un negocio propiamente dicho.

Agradecimientos

Los autores de este artículo agradecen a la Universidad del Quindío por el tiempo otorgado a los docentes investigadores para realizar el presente estudio, además del apoyo financiero para la ejecución del mismo; a la vez resaltan el apoyo brindado por Edith Perdomo Castañeda, Andrea Giraldo Serrato, María Elvira Moreno Betancurth y Andrés Pulgarín Cárdenas, quienes se desempeñaron como estudiantes investigadores para el desarrollo de su trabajo de grado de Maestría en Administración de la Universidad del Quindío, y a Manuela Carmona González, quien fungió como auxiliar de investigación en el proyecto de investigación 895/2018 que dio origen a este manuscrito.

Referencias

- Ahmed, M., & Kayat, K. (2020). Examining the moderating effect of entrepreneurship education on the relationship between entrepreneurial self-efficacy, family support, friends support and entrepreneurial intention of final year female tourism undergraduate students in Egypt. *Journal of Global Economics, Management and Business Research*, 12(1), 1–21. <http://www.ikpress.org/index.php/JGEMBR/article/view/4918>
- Ahmed, T., Chandran, G., Klobas, J., Liñán, F. & Kokkalis, P. (2020). Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. *The International Journal of Management Education*, 18(1), article 100327. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100327>
- Akter, M., Rahman, M., & Radičić, D. (2019). Revisiting feminism, entrepreneurship, and internationalization foundations to examine institutional factors affecting women-owned SMEs' entry in foreign market. In *The 3rd Development Economics Conference 2019. On Social Institutions and the Economic Performance of Nations*, June 17th-19th, Lincoln International Business School, University of Lincoln, UK.
- Álvarez, C., Martins, I. & López, T. (2017). *El espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia. Resultados del Proyecto GUESSS Colombia 2016*. Universidad Eafit. http://www.guesssurvey.org/resources/nat_2016/GUESSS_Report_2016_Colombia.pdf

- Amanamah, R., Owusu, E., & Acheampong, A. (2018). Barriers to entrepreneurial intention among university students in Ghana. *European Journal of Research and Reflection in Educational Sciences*, 6(1), 29-43. <http://www.idpublications.org/ejrres-vol-6-no-1-2018/>
- Bastian, B., Munir, Y., & Yasmina, A. (2018). Women entrepreneurship in the Middle East and North Africa: A review of knowledge areas and research gaps. *Gender in Management: An International Journal*, 33(1), 14-29. <https://doi.org/10.1108/GM-07-2016-0141>
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453. <https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306970>
- Butticè, B., Colombo, M., & Wright, M. (2017). Serial Crowdfunding, Social Capital, and Project Success. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(2), 183-207. <https://doi.org/10.1111/etap.12271>
- Carvalho, L. (2018). Entrepreneurship and Regional Development: State of the Art. *Technology Transfer and Entrepreneurship*, 5(2), 58-66. <https://doi.org/10.2174/2213809906666190102111108>
- Chernysh, A. (2018). Institutionalization of the rules in Russian innovation policy in the 2000s. On the example of a business incubator in the Novosibirsk region. *Ekonomicheskaya Sotsiologiya*, 19(1), 25-61. https://ecsoc.hse.ru/en/2018-19-1/annot.html#doc_214612038
- Chipeta, E., Kruse, P. & Surujlal, J. (2020). Effects of gender on antecedents to social entrepreneurship among university students in South Africa. *International Journal of Business and Management Studies*, 12(1), 18-33. <https://jims-journal.org/JIMS-JOURNAL/Default.aspx>
- Díaz, J. (2003). *La creación de empresas en Extremadura. Un análisis institucional*. [Tesis doctoral] Universidad de Extremadura.
- Elert, N. & Henrekson, M. (2017). Entrepreneurship and Institutions: A Bidirectional Relationship. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 13(3), 191-263. <http://dx.doi.org/10.1561/03000000073>
- Elliott, C., Mavriplis, C., & Anis, H. (2020). An entrepreneurship education and peer-mentoring program for women in STEM: mentors' experiences and perceptions of entrepreneurial self-efficacy and intent. *International Entrepreneurship and Management Journal*, (16), 43-67. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00624-2>

- Etskowitz, H., Lawton, H. Henry, C., & Poulouvassilis, A. (2020). Introduction: pipeline break. In H. Lawton, C. Henry, H. Etskowitz & A. Poulouvassilis. *Gender, Science and Innovation* (pp. 1-14). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781786438973>
- Fini, R., Fu, K., Mathisen, M., Rasmussen, E., & Wright, M. (2017). Institutional determinants of university spin-off quantity and quality: a longitudinal, multilevel, cross-country study. *Small Business Economics*, 48(2), 361-391. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9779-9>
- Fischer, B., Rücker, P., & Salati, G. (2019). Universities' institutional settings and academic entrepreneurship: Notes from a developing country. *Technological Forecasting and Social Change*, (147), 243-252. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.07.009>
- Franco, N., Camelo, C., Fernandez, M. & Sousa, E. (2019). The Entrepreneurial Ecosystem: Actors and Performance in Different Stages of Evolution of Academic Spinoffs. *Entrepreneurship Research Journal*, 10(2), artículo 20180228. <https://doi.org/10.1515/erj-2018-0228>.
- García, A., García., M. y Díaz, J. (2018). The individual's perception of institutional environments and entrepreneurial motivation in developing economies: Evidence from Cape Verde. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 21(1), 1-18. <https://doi.org/10.4102/sajems.v21i1.2377>
- Gimenez, D., Calabrò, A. & Urbano, D. (2020). The neglected role of formal and informal institutions in women's entrepreneurship: a multi-level analysis. *Journal of International Entrepreneurship*, (18), 196–226. <https://doi.org/10.1007/s10843-020-00270-8>
- Gómez-Núñez, L., López-Gómez, S., Hernández, N., Galvis-Maldonado, M., Varela, R., Moreno, J., Arias, A., Pereira, F., Parra, L., Matiz, F., Cediels, G., Martínez, P. (2018). *GEM Colombia. Estudio de la actividad empresarial en 2017*. Editorial Universidad del Norte. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-colombia-2017-report>
- Haddad, G. (2017). Understanding women entrepreneurial motivations: Does age matter? In E. Sleilati (Ed). *Lebanon: Social, Political and Economic Issues* (pp. 65-84). Nova Science Publisher.
- Hidalgo, L. Rialp, J. & Urbano, D. (2020). Are There Really Differences Between Social and Commercial Entrepreneurship in Developing Countries? An Institutional Approach. In J. Palma, J. Saiz and Á. Herrero. *Handbook of Research on Smart Territories and Entrepreneurial Ecosystems for Social Innovation and Sustainable Growth* (pp. 306-325). IGI Global. <https://www.igi-global.com/chapter/are-there-really-differences-between-social-and-commercial-entrepreneurship-in-developing-countries/246541>

- Kuchař, P. (2016). Entrepreneurship and institutional change. The case of surrogate motherhood. *Journal of Evolutionary Economics*, 26(2), 349-379. <https://doi.org/10.1007/s00191-015-0433-5>
- Lang, R., Fink, M., & Kibler, E. (2014). Understanding place-based entrepreneurship in rural Central Europe: A comparative institutional analysis. *International Small Business Journal*, 32(2), 204-227. <https://doi.org/10.1177/0266242613488614>
- Ley 1014 de 2006. (2006, enero 26). Congreso de la República. Diario Oficial 51456. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html
- Liñán, F. & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Lowe, N. & Feldman, M. (2017). Institutional life within an entrepreneurial region. *Geography Compass*, 11(3), 1-10. <https://doi.org/10.1111/gec3.12306>
- Mouselli, S. & Khalifa, B. (2017). Entrepreneurship in crisis: the determinants of syrian students' entrepreneurial intentions. *Business, Management and Education*, 15(2), 159-173. <https://doi.org/10.3846/bme.2017.386>
- Nenzhelele, T. (2014) Triggering Entrepreneurial Intentions through Experiential Learning in an Open Distance Learning Institution. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(16), 199-208. <http://dx.doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n16p199>
- Nordling, N. (2020). Public policy's role and capability in fostering the emergence and evolution of entrepreneurial ecosystems: A case of ecosystem-based policy in Finland. *Local Economy*, 34(8), 807-824. <https://doi.org/10.1177/0269094219896260>
- North, D. (1993a). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. Fondo de Cultura Económica. <https://www.fce.com.ar/ar/libros/detalles.aspx?IDL=1763>
- North, D. (1993b). Institutions and Credible Commitment. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 149(1), 11-23. <https://www.jstor.org/stable/i40034115>
- North, D. (2000). La evolución histórica de las formas de gobierno. *Revista de Economía Institucional*, 2, 133-148. <https://www.redalyc.org/pdf/419/41900207.pdf>

- Padilla, A., Del Aguila, A., Lockett, N. & Fuster, E. (2020). Entrepreneurial Universities and Sustainable Development. The Network Bricolage Process of Academic Entrepreneurs. *Sustainability*, 12(4), 1-17. <https://doi.org/10.3390/su12041403>
- Parga, N., Vega, J. y Romo, C. (2019). Institutional management: The entrepreneurial intention of the farmers of Aguascalientes. *Cuadernos de Administración*, 35(65), 31-44. <https://doi.org/10.25100/cdea.v35i65.7774>.
- Scafarto, F., Poggesi, S. & Mari, M. (2019). Entrepreneurial Intentions, Risk-Taking Propensity and Environmental Support: The Italian Experience. In A. Caputo and M. Pellegrini (Eds). *The Anatomy of Entrepreneurial Decisions. Contributions to Management Science*, (pp. 214-234). Springer. 10.1007/978-3-030-19685-1_10
- Tao, J. (2016). A Literature Review on Institutional Change and Entrepreneurship. *Open Journal of Business and Management*, 4(4), 630-648. <http://dx.doi.org/10.4236/ojbm.2016.44064>
- Tarapuez, E., Osorio, H. y Botero, J. (2013). Política de emprendimiento en Colombia, 2002-2010. *Estudios Gerenciales*, 29(128), 274-283. 10.1016/j.estger.2013.09.001.
- Thompson, E. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x>
- Ughetto, E., Audretsch, D., Rossi, M. & Lehmann, E. (2020). Female entrepreneurship in the digital era. *Small Business Economics*, (55), 305-312. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00298-8>
- Urban, B. & Kujinga, L. (2017). The institutional environment and social entrepreneurship intentions. *International Journal of Entrepreneurial*, 23(4), 638-655. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-07-2016-0218>
- Urbano, D., Audretsch, D. & Aparicio, S. (2018). Twenty-five years of research on institutions, entrepreneurship, and economic growth: what has been learned?. *Small Business Economics*, 53(1), 21-49. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0038-0>
- Urbano, D., Audretsch, D., Aparicio, S., & Noguera, M. (2020). Does entrepreneurial activity matter for economic growth in developing countries? The role of the institutional environment. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 16, 1065-1099. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00621-5>

Ward, A., Hernández, B. & Sánchez, J. (2019). Entrepreneurial Potential and Gender Effects: The Role of Personality Traits in University Students' Entrepreneurial Intentions. *Frontiers in Psychology*, (10), 1-18. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02700>

Wegner, D., Teixeira, E., Thomas, E., & Maehler, A. (2020). University entrepreneurial push strategy and students' entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. 26(2), 307-325. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-10-2018-0648>