

BARRERAS INDIVIDUALES, FINANCIERAS Y SOCIALES DEL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO FEMENINO

*Rubén Lado Sestayo

✉ ruben.lado.sestayo@udc.es

Departamento de Empresa (Área de Economía Financiera y Contabilidad)
Universidade da Coruña

**Milagros Vivel Búa

✉ mila.vivel@usc.es

Departamento de Economía Financiera y Contabilidad
Universidad de Santiago de Compostela

María Nela Seijas Giménez

✉ mseijas@ccea.com.uy

Universidad de La República

RESUMEN

Este trabajo analiza las barreras individuales, financieras y sociales del emprendimiento femenino en el sector turístico en una muestra de países cuyas economías se orientan a la eficiencia, de acuerdo con la clasificación del Foro Económico Mundial. A través de un análisis comparativo entre hombres y mujeres utilizando datos del Global Entrepreneurship Monitor para 41 países durante el período 2001-2013, se identifican las diferencias más relevantes entre hombres y mujeres. Los resultados obtenidos permiten concluir que las barreras al emprendimiento femenino son las causas de la menor presencia de mujeres emprendedoras. En consecuencia, la actuación de las instituciones para la eliminación de estas barreras puede contribuir a fomentar la actividad económica y, al mismo tiempo, a reducir la brecha entre hombres y mujeres en el ámbito empresarial.

PALABRAS CLAVES: Emprendimiento, barreras, género, turismo, eficiencia.

ABSTRACT

This paper analyzes the barriers of female entrepreneurship in the tourism sector in a sample of efficiency driven economies, according to the World Economic Forum. By means of a comparative analysis between men and women using data from the Global Entrepreneurship Monitor for 41 countries during the period 2001-2013, it identifies the differences. The results obtained point that barriers to female entrepreneurship are the causes of the lesser presence of female entrepreneurs. As a result, the institutions' policies to eliminate these barriers can foster economic growth and at the same time reduce the gap between men and women in entrepreneurship.

KEYWORDS: Entrepreneurship, barriers, gender, tourism, efficiency.

1. INTRODUCCIÓN

La actividad emprendedora genera importantes efectos sobre la innovación, la competitividad, y sobre el empleo, lo que explica su fomento desde el ámbito público (Galindo y Méndez, 2014). En los últimos años numerosas instituciones han incluido el fomento de la actividad emprendedora como uno de sus objetivos prioritarios (Aparicio, Urbano, y Audretsch, 2016; Gupta et al., 2014).

Uno de los sectores que presenta un impacto creciente como generador de actividad económica es el sector turístico (Tugcu, 2014). Así, la evolución del número de visitantes ha experimentado un crecimiento importante en los últimos años, representando el turismo un 10% del total de PIB mundial (UNWTO, 2016). Este sector puede ser utilizado como motor de crecimiento en las economías menos desarrolladas, tal y como demuestran diversos estudios (Chou, 2013).

El desarrollo de iniciativas empresariales en el sector turístico, al igual que en otros sectores, se ve motivada por una serie de factores determinantes, entre los que es posible identificar impulsores y barreras (Lado-Sestayo et al., 2017; Ramos-Rodríguez et al., 2012). A través de la actuación sobre estos factores es posible fomentar la actividad empresarial desde las instituciones.

El objetivo de este trabajo es identificar cuáles son las barreras que enfrentan las emprendedoras en el sector turístico en las economías orientadas a la eficiencia. De este modo, se pretende ofrecer evidencia que contribuya a reducir la brecha que se observa entre hombres y mujeres en el ámbito emprendedor, la cual es reducida en Sudamérica y el Caribe (GERA, 2016). Para alcanzar este objetivo se realiza un análisis comparativo de los factores determinantes entre hombres y mujeres.

Los resultados obtenidos son útiles para el diseño de medidas de fomento del sector, debido a que, en primer lugar, ofrecen una visión general de las características de los emprendedores en un sector importante como lo es el turístico. En segundo lugar, contribuyen a que se reduzca la brecha de género, contribuyendo a fomentar la actividad económica a la vez que se persigue un fin social.

Estudios previos señalan como factores determinantes de la actividad emprendedora un conjunto de variables que es posible agrupar en tres categorías: factores individuales, factores financieros y factores sociales. Estas tres categorías son consideradas en este estudio a través del análisis de 13 variables.

La muestra utilizada en este trabajo incluye un total de 5.511 emprendedores y 5.254 emprendedoras del sector turístico, en un total de 41 países durante los años

2001-2013. A este respecto, cabe señalar que la fuente de datos utilizada, el Global Entrepreneurship Monitor, es homogénea en todos los países donde realiza su actividad, lo que permite la comparabilidad de la información.

El trabajo se estructura del siguiente modo. Tras esta introducción se presenta una revisión de la literatura que identifica los determinantes del emprendimiento, así como la base de datos y el proceso de selección de individuos. Posteriormente, en la sección tercera se expone la metodología empírica y los resultados. A continuación, la sección cuarta discute los resultados en relación con los estudios previos, y la sección quinta sintetiza las conclusiones obtenidas.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio de los determinantes de la actividad emprendedora permite establecer una clasificación de las variables utilizadas en tres grandes grupos: factores individuales, factores financieros y factores sociales. A continuación, se exponen las principales variables relevantes para cada uno de estos grupos.

Entre los factores individuales, destaca en estudios previos el efecto de la edad sobre la actividad emprendedora. Así, Levesque y Minniti (2011) encuentran que las diferencias en la edad de la población afectan a las tasas agregadas

de emprendimiento. Otra de las variables relevantes es el nivel de estudios. Un alto nivel de estudios reduce el emprendimiento por necesidad, pero tiene el efecto contrario sobre el emprendimiento innovador (Asoni y Sanandaji, 2016; Chatterji, Glaeser, y Kerr, 2014).

Respecto al tamaño familiar, Cetindamar et al. (2012) encuentran que un tamaño familiar muy elevado favorece el emprendimiento femenino, lo que podría deberse al mayor capital financiero y recursos que ofrece. Sin embargo, Bonet et al. (2013) encuentran que las barreras de las mujeres son mayores para conciliar vida personal y familiar. En consecuencia, en línea con el trabajo de Álvarez et al. (2017), el rol que presente la mujer es determinante para el efecto del tamaño familiar, lo que puede variar entre economías.

Focalizándose en las variables de percepción, los resultados de estudios previos permiten identificar que las mujeres presentan, por lo general, un mayor temor al fracaso y una menor autopercepción, lo que puede afectar de manera negativa a su intención emprendedora (Wagner, 2007; Langowitz, y Minniti, 2007).

Entre los factores financieros, las variables utilizadas en estudios previos se relacionan generalmente con el nivel de ingresos del emprendedor. Así, Díaz et al. (2010) encuentran que los emprendedores presentan mayores niveles de renta que

las emprendedoras. En esta línea, las iniciativas creadas por mujeres podrían presentar menores recursos financieros y menor tamaño (Du Rietz y Henrekson, 2000).

El capital social de las mujeres es inferior que el de los hombres, de acuerdo con los resultados de estudios previos (Greene et al, 2001; Neira et al., 2013). Por tanto, las mujeres pueden presentar mayores dificultades a la hora de conseguir financiación, lo que afecta a su estructura financiera (Gatewood et al. 2009).

Entre los factores sociales, algunos estudios apuntan a que el único factor relevante es la igualdad social (Neira et al., 2017). En una línea similar, Tubadji, Nijkamp y Angelis (2016) encuentran que el efecto cultural es menor en los países del Mediterráneo, y especialmente reducido en las mujeres. Sin embargo, algunos estudios también encuentran un efecto positivo del estatus social (Abu Bakar et al. 2016).

El efecto del entorno es principalmente relevante para las mujeres, dado que las diferencias de género muestran diferencias entre países (Shinnar, Giacomini y Janssen, 2012). Estas diferencias pueden ser importantes como barreras al emprendimiento, tal y como se ha demostrado en estudios relativos al reemprendimiento, en los cuales el estigma social del fracaso presenta importantes efectos sobre la decisión de emprender de

nuevo (Simmons, Wiklund y Levie, 2014).

Una vez identificados los factores determinantes del emprendimiento, a continuación, se expone el proceso de creación de la base de datos utilizada y la metodología. A este respecto, cabe destacar que la información utilizada proviene del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el cual nace en el 1999 como un proyecto del Babson College y la London Business School, con el objetivo de identificar las causas de las diferencias en las tasas de emprendimiento a nivel internacional.

Actualmente, el proyecto GEM realiza más de doscientas mil encuestas anuales y dispone de información de más de 100 economías. El cuestionario empleado permite disponer de información comparable entre países a lo largo del tiempo. Ello permite destacar el valor de la fuente de datos utilizada, pues contribuye a un estudio empírico más completo a nivel espacial y temporal. De este modo, es posible identificar medidas de fomento de la actividad emprendedora de una manera más precisa.

En este trabajo, se han identificado las encuestas de los países orientados a la eficiencia, de acuerdo con la clasificación del Foro Económico Mundial. De este modo, se ha considerado que la información fuese homogénea. En particular, la información se corresponde con datos de 41 países.

Para la construcción de la muestra de estudio, en primer lugar, se han identificado los emprendedores del sector turístico, para lo cual se ha utilizado la clasificación de actividad internacional de los códigos ISIC (International Standard Industrial Classification). De este modo, las actividades seleccionadas se corresponden con hoteles, restaurantes, agencias de viajes y servicios culturales de acceso a edificios de interés turístico, tales como museos o edificios históricos. De este modo, se ha pretendido incluir en el análisis todo tipo de iniciativas directamente relacionadas con el sector turístico.

Finalmente, las metodologías utilizadas consistieron en un análisis de significatividad estadística de las diferencias observadas entre hombres y mujeres. Para el cómputo de estas diferencias se ha tenido en cuenta la naturaleza de la variable. En consecuencia, se ha empleado el test t de diferencia de medias para variables continuas, el test chi cuadrado de diferencia de proporciones para variables categóricas, y el test no paramétrico de diferencia de medianas para variables monetarias. Asimismo, se estimó un modelo probit con el objetivo no sólo de identificar sino también cuantificar el efecto de las variables consideradas sobre la propensión a emprender en el sector turístico.

3. RESULTADOS

En cuanto a las variables identificadas en

la literatura previa, se expone en la tabla 1 una definición de las mismas. Para la clasificación se ha tenido en cuenta la taxonomía establecida y la pregunta considerada en el proyecto GEM, cuyo cuestionario puede observarse en la página web del proyecto (<http://www.gemconsortium.org/>).

Variable	Definición
Factores individuales	
Edad	Edad del individuo
Tamaño familiar	Número de miembros de la familia
Habilidad	Toma el valor 1 si posee las habilidades y capacidades para gestionar una empresa y 0 en caso contrario
Fracaso	Toma el valor 1 si el fracaso le impediría crear una empresa y 0 en caso contrario
Educación	Nivel educativo en 5 categorías
Factores financieros	
Ingresos	Nivel de ingresos en 3 categorías
Inversor	Toma el valor 1 si invierte en otras empresas y 0 en caso contrario
Capital	Es el capital en Dólares de Estados Unidos requeridos por la iniciativa creada
Inversión	Es el capital en Dólares de Estados Unidos aportado por el emprendedor.
Factores sociales	
Igualdad	Toma el valor 1 si la sociedad valora la igualdad entre individuos y 0 en caso contrario.
Estatus	Toma el valor 1 si ser emprendedor genera status social y 0 en caso contrario
Carrera	Toma el valor 1 si ser emprendedor es una carrera deseada socialmente y 0 en caso contrario
Medios	Toma el valor 1 si los medios de comunicación a menudo destacan éxitos de nuevas empresas y 0 en caso contrario

Tabla 1: Determinantes del emprendimiento
Fuente: Trabajo de campo
Elaborado: Por los autores

En la tabla 2 se ofrecen los resultados de las diferencias observadas entre emprendedores y emprendedoras del sector turístico en las variables identificadas anteriormente. De acuerdo con los test aplicados, existen diferencias estadísticamente significativas en todas las variables, excepto en las de naturaleza cultural relativas a la igualdad entre individuos y el estatus del emprendimiento.

Respecto a las diferencias observadas, las emprendedoras en el sector turístico han presentado frente a los emprendedores, mayor edad, mayor tamaño familiar, menor autopercepción de habilidades, mayor temor al fracaso, menor nivel educativo, menores ingresos, menor inversión en otras empresas, iniciativas de menor inversión. Además, aportaron menos capital a la empresa y están en sociedades donde se percibe el emprendimiento como una carrera deseable y con repercusión mediática.

Factores individuales	Hombres 5511	Mujeres 5254	P-valor
Edad	37,878 (13,209)	38,876 (13,193)	0,000
Tamaño familiar	3,908 (2,019)	4,055 (2,509)	0,009
Habilidad	73,7%	67,2%	0,000
Fracaso	26,7%	33,4%	0,000
Educación			0,000
-Pre-Primaria	3,9%	7,2%	
-Primaria	8,7%	9,4%	
-Baja Secundaria	15,9%	18,1%	
-Alta secundaria	40,5%	38,7%	
-Post-secundaria	12,5%	11,1%	
-Terciaria	17,0%	14,1%	
-Terciaria 2] nivel	1,5%	1,4%	
Factores financieros	Hombres	Mujeres	P-valor
Ingresos			0,000
-1er tercio	22,6%	30,4%	
-2] tercio	33,0%	36,1%	
-3er tercio	44,4%	33,5%	
Inversor	11,3%	7,2%	0,000
Capital	[6,754\$]	[3,229\$]	0,004
Inversión	[4787\$]	[1,617\$]	0,012
Factores sociales	Hombres	Mujeres	P-valor
Igualdad	67,9%	69,7%	0,067
Estatus	73,3%	73,2%	0,923
Carrera	75,3%	77,7%	0,009
Medios	64,2%	68,8%	0,000

Tabla 2: Análisis comparativo entre hombres y mujeres

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Por los autores

Nota: Las variables continuas se presentan como “media (desviación típica)”, las categóricas como “porcentaje %” y las monetarias como “[mediana]”.

Una vez identificada la existencia de diferencias en los factores determinantes del emprendimiento entre hombres y mujeres en economías orientadas a la

eficiencia, se ha cuantificado el impacto del género sobre la propensión a emprender. Para ello, se ha estimado un modelo probit incluyendo, además de las variables identificadas en la tabla 1 (excepto capital e inversión), una variable que representa el género.

Para estimar el modelo, se ha seleccionado entre los no emprendedores una muestra balanceada y aleatoria de hombres y mujeres. Este proceso permite que el modelo represente un ajuste real en contextos como el actual, donde existe un número muy reducido de eventos. En este caso particular, se han observado 5,511 emprendedores y 5,254 emprendedoras, por lo que se han seleccionado 5,511 hombres y 5,254 mujeres que no fuesen emprendedores dentro del mismo país.

En la tabla 3 se ofrecen los resultados del modelo probit, solo para aquellos individuos con información completa. Los resultados permitieron identificar que el hecho de ser mujer aumenta la propensión al emprendimiento en el sector turístico un 5.8%, una vez controlado el efecto de los factores determinantes.

En síntesis, los resultados permiten identificar que las barreras observadas son las causas del menor emprendimiento femenino, y que, una vez controlado su efecto, las mujeres presentan una mayor intención emprendedora en el sector. Además, se ha observado que el nivel

educativo tiene una relación negativa con el emprendimiento en el sector, lo que puede indicar que éste no representa una actividad interesante para los egresados.

Variabes	Coefficientes	Efecto marginal
Edad	-0,008***	-0,003***
	(0,002)	(0,001)
Tamaño familiar	0,008	0,003
	(0,009)	(0,003)
Habilidad	0,851***	0,298***
	(0,047)	(0,014)
Fracaso	-0,246***	-0,086***
	(0,044)	(0,015)
Educación primaria	-0,110	-0,037
	(0,110)	(0,037)
Educación baja secundaria	-0,163	-0,055
	(0,102)	(0,034)
Educación alta secundaria	-0,259***	-0,089***
	(0,097)	(0,032)
Educación Post secundaria	-0,328***	-0,113***
	(0,109)	(0,037)
Educación terciaria	-0,444***	-0,154***
	(0,106)	(0,036)
Educación terciaria de segundo nivel	-0,471**	-0,163**
	(0,209)	(0,073)
Ingresos 2º tercio	0,212***	0,076***
	(0,055)	(0,020)
Ingresos 3er tercio	0,345***	0,123***
	(0,057)	(0,001)
Inversor	0,309***	0,108***
	(0,067)	(0,023)
Igualdad	0,023	0,008
	(0,044)	(0,015)
Estatus	0,050	0,018
	(0,050)	(0,017)
Carrera	0,089*	0,031*
	(0,048)	(0,017)
Medios	0,123***	0,043***
	(0,044)	(0,015)
Mujer	0,165***	0,058***
	(0,041)	(0,014)
Constante	-0,427***	
	(0,145)	
N	4.282	
R2	0,107	
Wald test	582,1	
Log lik.	-2.635	
AREA ROC	0.6102	
Clasificación	67.35%	

Tabla 3: Resultados modelo probit
Fuente: Trabajo de campo
Elaborado: Por los autores

4. DISCUSIÓN

A través del análisis de los determinantes del emprendimiento en una muestra sectorial y específica de países en condiciones similares de desarrollo, este trabajo ha encontrado resultados que confirman la literatura previa y otros que, si bien contradicen algunos resultados anteriores, podrían explicarse por las condiciones de este trabajo.

En relación con la confirmación de estudios previos, la mayor edad y el mayor tamaño familiar de las emprendedoras podría explicarse por una mayor presencia de emprendimiento por necesidad. Este resultado confirmaría la relación negativa encontrada con el nivel educativo, lo que está en línea con investigaciones precedentes.

Los resultados obtenidos resaltan la importancia de realizar estudios sectoriales a la hora de analizar los determinantes del emprendimiento, puesto que pueden existir diferencias importantes entre sectores, como, por ejemplo, entre el sector turístico y el biotecnológico, donde el nivel educativo podría tener el efecto contrario. Así, la inclusión de diversos sectores podría sesgar los resultados invalidando aproximaciones globales.

El efecto de las variables de percepción no ha mostrado diferencias con estudios previos, lo que señala su importancia

como determinante del emprendimiento también en este sector. Sin embargo, se confirma que las mujeres presentan mayor temor al fracaso y menor autopercepción de habilidades, lo que podría justificar que deseen emprender en menor medida. En esta línea, es importante que esta menor predisposición por este motivo se tenga en cuenta en el diseño de medidas y programas desde las instituciones.

La existencia de una relación positiva entre la inversión en otras iniciativas y la propia actividad permite identificar la existencia de redes de emprendedores como un mecanismo de fomento de su actividad. Así, la financiación, que ha presentado menores valores para las mujeres, podría explicarse por su menor capital social, en línea con estudios previos. Para reducir este efecto, podrían buscarse medidas que fomenten redes entre emprendedores y emprendedoras para que compartan capital social e inversiones empresariales.

El efecto de las variables del entorno, poco estudiadas en la literatura previa, destaca que la cultura tiene un efecto importante sobre el emprendimiento. En particular, la mayor presencia de emprendedoras en economías donde se considera el emprendimiento una carrera deseable, y donde los medios difunden casos de éxitos, señalan que es una vía para incrementar la actividad emprendedora en las mujeres.

Finalmente, el resultado más interesante

es el efecto positivo de la variable género. Así, una vez eliminado el efecto del resto de determinantes, la mayor propensión de las mujeres señala que existe una oportunidad para incrementar las tasas de emprendimiento femenino por encima del masculino. Este resultado permite confirmar que las medidas de reducción de las barreras pueden ser efectivas, y que las diferencias en las tasas de emprendimiento entre hombres y mujeres tienen su causa en diferencias en los factores determinantes.

Estos resultados no permiten ofrecer evidencia sobre el impacto específico de determinadas medidas, lo que podría ser objeto de estudio en trabajos futuros. Asimismo, se ha considerado el sector turístico, donde una parte importante de las iniciativas podrían haberse creado por necesidad. En consecuencia, es importante evaluar este estudio en otros sectores, particularmente en sectores donde el emprendimiento por oportunidad tenga un peso importante.

5. CONCLUSIONES

-Las emprendedoras en el sector turístico en economías orientadas a la eficiencia presentan importantes diferencias en sus características individuales frente a los emprendedores, entre las que destacan la edad, el nivel educativo, el tamaño familiar y la percepción de las propias habilidades y temor al fracaso

-Existen importantes diferencias en la financiación de iniciativas empresariales entre hombres y mujeres en el sector turístico en economías orientadas a la innovación, lo que está en línea con la existencia de mayores dificultades para acceder al crédito identificadas en la literatura previa.

-La cultura del país afecta notablemente al emprendimiento femenino, por lo que aquellas economías donde el emprendimiento sea considerado una buena carrera y donde se difundan en los medios de comunicación casos de éxito cabría esperar una reducción de las diferencias entre el emprendimiento masculino y femenino, *ceteris paribus*.

-Una vez considerado el efecto de las diferencias en los determinantes del emprendimiento, las mujeres presentan una mayor propensión a emprender que los hombres en el sector turístico dentro de los países orientados a la innovación. Por tanto, existe una capacidad de mejora y de reducción de la brecha entre hombres y mujeres a través de medidas que incidan en los factores determinantes.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abu Bakar, A. R., Ahmad, S. Z., Wright, N. S., & Skoko, H. (2016). The propensity to business startup: evidence from Global Entrepreneurship Monitor (GEM) data in Saudi Arabia. *Journal of Entrepreneurship*

in Emerging Economies, <https://doi.org/10.1108/JEEE-11-2016-0049>.

Álvarez, C., Noguera, M., & Urbano, D. (2017). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España. *Economía industrial*, No. 383, 2012, págs. 43-52.

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

Asoni, A., & Sanandaji, T. (2016). Identifying the effect of college education on business and employment survival. *Small Business Economics*, 46(2), 311-324.

Bonet, R., Cruz, C., Kranz, D. F., & Justo, R. (2013). Temporary Contracts and Work—Family Balance in a Dual Labor Market. *ILR Review*, 66(1), 55-87.

Cetindamar, D., Gupta, V. K., Karadeniz, E. E., & Egrican, N. (2012). What the numbers tell: The impact of human, family and financial capital on women and men's entry into entrepreneurship in Turkey. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1-2), 29-51.

Chatterji, A., Glaeser, E., & Kerr, W. (2014). Clusters of entrepreneurship and innovation. *Innovation Policy and the*

Economy, 14(1), 129-166.

Chou, M. C. (2013). Does tourism development promote economic growth in transition countries? A panel data analysis. *Economic Modelling*, 33, 226-232.

Díaz, J. C., Hernández, R., Sánchez, M., & Postigo, M. V. (2010). Actividad emprendedora y género. Un estudio comparativo. *Revista Europea de Dirección y Economía de la empresa*, 19(2), 83-98.

Du Rietz, A., & Henrekson, M. (2000). Testing the female underperformance hypothesis. *Small Business Economics*, 14(1), 1-10.

Galindo, M. Á., & Méndez, M. T. (2014). Entrepreneurship, economic growth, and innovation: Are feedback effects at work?. *Journal of Business Research*, 67(5), 825-829.

Gatewood, E. J., Brush, C. G., Carter, N. M., Greene, P. G., & Hart, M. M. (2009). Diana: a symbol of women entrepreneurs' hunt for knowledge, money, and the rewards of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 32(2), 129-144.

GERA (2016): Global entrepreneurship Monitor Global report 2016-2017. Disponible en: <http://gemconsortium.org/report>

Greene, P. G., Brush, C. G., Hart, M. M.,

- & Saporito, P. (2001). Patterns of venture capital funding: is gender a factor?. *Venture Capital: An international journal of entrepreneurial finance*, 3(1), 63-83.
- Gupta, V. K., Guo, C., Canever, M., Yim, H. R., Sraw, G. K., & Liu, M. (2014). Institutional environment for entrepreneurship in rapidly emerging major economies: the case of Brazil, China, India, and Korea. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(2), 367-384.
- Lado-Sestayo, R., Vivel-Búa, M., & Otero-González, L. (2017). Drivers and barriers to entry for new hotel start-ups. *Tourism Management Perspectives*, 23, 87-96.
- Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 341-364.
- Lévesque, M., & Minniti, M. (2011). Age matters: How demographics influence aggregate entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 5(3), 269-284.
- Neira, I., Portela, M., Cancelo, M., & Calvo, N. (2013). Social and human capital as determining factors of entrepreneurship in the Spanish Regions. *Investigaciones Regionales*, (26).
- Neira, I., Calvo, N., Fernández, L., & Portela, M. (2017). Entrepreneur: do social capital and culture matter?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(2), 665-683.
- Ramos-Rodríguez, A. R., Medina-Garrido, J. A., & Ruiz-Navarro, J. (2012). Determinants of hotels and restaurants entrepreneurship: A study using GEM data. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 579-587.
- Shinnar, R. S., Giacomini, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and practice*, 36(3), 465-493.
- Simmons, S. A., Wiklund, J., & Levie, J. (2014). Stigma and business failure: implications for entrepreneurs' career choices. *Small Business Economics*, 42(3), 485-505.
- Tubadji, A., Nijkamp, P., & Angelis, V. (2016). Cultural hysteresis, entrepreneurship and economic crisis: An analysis of buffers to unemployment after economic shocks. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 9(1), 103-136.
- Tugcu, C. T. (2014). Tourism and economic growth nexus revisited: A panel causality analysis for the case of the Mediterranean Region. *Tourism Management*, 42, 207-212.
- UNWTO (2016): *Panorama OMT del turismo internacional*. Disponible

en <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152>.

Wagner, J. (2007). What a difference a Y makes-female and male nascent entrepreneurs in Germany. *Small Business Economics*, 28(1), 1-21.