



**¿QUIÉN EMPRENDE EN COLOMBIA? UN ANÁLISIS DESDE LA
EDUCACIÓN, EL CAPITAL SOCIAL Y LA AUTOEFICACIA**

AUTOR:

SANTIAGO RÍOS LÓPEZ

TUTORA:

LEIDY JHOANA CALVO OCAMPO

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SANTIAGO DE CALI

2025

Contenido

INTRODUCCIÓN	5
OBJETIVOS	5
OBJETIVOS GENERAL	6
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
ANTECEDENTES	6
ESTADO DEL ARTE	6
MARCO CONCEPTUAL.....	10
PROPUESTA METODOLÓGICA	11
RESULTADOS	13
CONCLUSIÓN.....	17
REFERENCIAS	20

Resumen

Con la presente investigación se busca conocer la relación del nivel educativo, el capital social y la autoeficacia sobre la intención de emprender, y cómo estas relaciones varían según el género. Para ello, se emplean modelos logit basado en datos de la Encuesta de Población Adulta (APS) del Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2023), que permite estimar la probabilidad de emprender en función de dichas variables. Los resultados revelan que la educación secundaria impulsa más a las mujeres a emprender, mientras que la educación superior parece tener un efecto negativo en la intención de emprender de ellas. Además, tanto la percepción de sus propias habilidades como el hecho de conocer a alguien emprendedor incrementan fuertemente la intención de emprender, con un efecto más pronunciado en las mujeres. Este estudio ofrece evidencia empírica para el diseño de políticas públicas más inclusivas que promuevan el emprendimiento.

Palabras clave: Emprendimiento, género, educación, autoeficacia, capital social.

Abstract

This research aims to examine the relationship between educational attainment, social capital, and self-efficacy on entrepreneurial intention, and how these relationships vary by gender. To achieve this, logit models are applied using data from the Adult Population Survey (APS) of the Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2023), which allow for estimating the probability of starting a business based on these variables. The results reveal that secondary education has a stronger effect on encouraging women to undertake entrepreneurial activities, while higher education appears to have a negative effect on them. Moreover, both the perception of entrepreneurial skills and knowing someone who is an entrepreneur significantly increase entrepreneurial intention, with a more pronounced effect among women. This study provides empirical evidence to support the design of more inclusive public policies that promote entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship, gender, education, self-efficacy, social capital.

Introducción

El emprendimiento constituye un motor esencial para el desarrollo económico, la innovación y la generación de empleo alrededor del mundo. Aproximadamente, para el año 2023 en Colombia, el 23,5% de la población adulta (entre 18 y 64 años) reportó haber iniciado un negocio en los últimos 42 meses. Este nivel de actividad emprendedora evidencia la importancia del emprendimiento como impulsor del crecimiento económico, ya que las nuevas empresas contribuyen significativamente al PIB y fomentan la innovación y la competitividad en el país (Escorcia et al., 2024).

Por su parte, tras la pandemia la *intención de emprender* registró una caída significativa de 13pp. Aunque, se observa una leve recuperación de 3.5pp entre el 2022 y 2023.

Más allá de factores financieros o estructurales, Tenorio (2022) revela que variables como la *educación*, el *capital social* (entendido como el hecho de conocer a alguien que haya emprendido previamente, ya sea un amigo, familiar o conocido cercano (Pérez et al., 2021)) y la *autoeficacia* (definida como la percepción personal que una persona tiene sobre su capacidad para ejecutar con éxito las acciones necesarias para iniciar un negocio (Bandura, 1977)) y juegan un rol decisivo en la intención de emprender.

A partir de lo anterior, esta investigación busca responder a la pregunta: *¿Cuál es el papel que tiene la educación, el capital social y la autoeficacia en la intención de emprender según el género en Colombia?* Para ello, se implementarán modelos logit que permitan estimar la relación entre estas variables y la probabilidad de la intención de emprender.

Este análisis es relevante no solo para entender los factores que promueven la intención de emprender, sino también para ofrecer insumos que orienten políticas públicas más inclusivas.

Finalmente, este proyecto de investigación se estructura en seis partes. La primera corresponde a la introducción general. La segunda expone los objetivos de la investigación. La tercera aborda los antecedentes y el estado del arte en torno al emprendimiento, la educación, el capital social y la autoeficacia. La cuarta parte presenta la propuesta metodológica, incluyendo los modelos logit y la descripción de los datos utilizados. En la quinta se exponen los resultados y su análisis. Por último, la sexta parte recoge las conclusiones y recomendaciones del estudio.

Objetivos

Objetivos general

Analizar el papel de la educación, el capital social y la autoeficacia en la intención de emprender.

Objetivos específicos

Revisar la literatura existente para analizar la influencia de la educación, el capital social y la autoeficacia.

Estimar mediante modelos Logit, la influencia de la educación, el capital social y la autoeficacia sobre la probabilidad de tener la intención de emprender.

Analizar cómo varía el efecto de la educación, el capital social y la autoeficacia sobre la intención de emprender según el género.

Antecedentes

Estado del arte

El presente análisis del estado del arte tiene como objetivo examinar los estudios existentes sobre los factores que inciden en la intención de emprender. La revisión incluye investigaciones desarrolladas en contextos nacionales e internacionales, particularmente en países europeos y latinoamericanos, y se enfoca en cómo la educación, el capital social y la autoeficacia se relacionan con la decisión de emprender. Asimismo, se consideran distintos enfoques metodológicos.

Desde un panorama latinoamericano, *Mendoza et al., (2024)* señalan que la educación superior tiene un rol clave en el fortalecimiento de la intención emprendedora, hallaron que, a medida que se avanza en la carrera, el porcentaje de estudiante interesados en emprender incrementa notablemente. Además, los autores evidencian las diferencias de género, en Chile por ejemplo, encontraron que las mujeres tienen mayor autoeficacia y confianza en sus conocimientos para emprender. Por otro lado, para Uruguay los hombres muestran inicialmente una intención emprendedora más alta, aunque esa brecha tiende a disminuir con el tiempo y con la formación recibida.

De manera similar, en Colombia *Tenorio (2022)* investigó el impacto de la educación superior en la generación de emprendimientos entre estudiantes de la Escuela Nacional

del Deporte, mediante un estudio cuantitativo descriptivo con datos de *El Global Entrepreneurship Survey Student'S Spirit (GUESSS)*, encuesta Global sobre el espíritu emprendedor de estudiantes universitarios. *Tenorio (2022)* encontró que, el 47% de los estudiantes tenían intención de emprender al finalizar sus estudios, porcentaje que aumentaba al 60% al proyectarse cinco años en el futuro, aunque la mayoría no se sentía completamente capacitada para emprender. El estudio destaca que el entorno familiar, académico y social influye de manera significativa en la intención emprendedora, alineándose con la idea de capital social y autoeficacia. Además, *Tenorio (2022)* resalta que la educación recibida fortaleció los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para motivar a los egresados a iniciar sus propios negocios. En cuanto al capital social, las relaciones construidas con compañeros, docentes y profesionales durante la etapa universitaria facilitaron la generación de ideas y el apoyo en las etapas iniciales del emprendimiento. Finalmente, la autoeficacia se manifestó en la confianza de los egresados para liderar sus proyectos, resultado de las competencias adquiridas en su formación académica.

Para Venezuela, *Mazuera et al., (2022)* también respaldan el impacto de la educación superior en la intención de emprender. Encontraron que tener educación superior aumenta en un 19,4% la probabilidad de querer iniciar un negocio frente a quienes solo cuentan con secundaria o menos; sin embargo, el género no resultó ser un factor estadísticamente significativo, lo que indica que este efecto en el nivel educativo se presenta de forma similar tanto en hombres como en mujeres.

En cuanto al capital social, este factor incrementa de forma relevante la probabilidad de iniciar un emprendimiento, aunque este efecto es diferente entre hombres y mujeres. *Pérez et al.,(2021)*, evidenciaron que tener redes diversas y numerosas influye positivamente en la intención emprendedora en entornos digitales, mientras que el mismo tipo de relaciones en entornos de presencialidad no tuvo un impacto significativo. Además, encontraron que el 60% de las personas analizadas tenían al menos un familiar emprendedor y el 49.7% un amigo cercano emprendedor, reforzando el papel determinante de los vínculos personales en la intención emprendedora.

Pinazo & Castelló (2024), analizaron a estudiantes universitarios en México para explorar qué factores explican la intención de emprender. Aplicando el método *análisis Cualitativo de Conjuntos Difusos fsQCA*, concluyeron que no hay una sola vía para emprender, sino múltiples factores que varían según el género. Las *mujeres*, por ejemplo,

se ven más afectadas por la *percepción de inseguridad y el entorno social*, en contraste con los *hombres* que tienden a beneficiarse más del *respaldo económico y familiar*. Aunque el estudio no midió directamente la autoeficacia, sí evidenció que la confianza en el entorno tiene un peso mayor en las decisiones de las mujeres.

En Paraguay, *Encina & López (2021)* desarrollaron un estudio cualitativo con mujeres emprendedoras. Aunque muchas contaban con educación secundaria o superior, pocas tenían acceso a redes de apoyo o herramientas de gestión. La mayoría comenzó a emprender por necesidad, enfrentando barreras estructurales relacionadas con el entorno y la falta de capital social. Este estudio demuestra que no basta con la formación académica: se requiere acompañamiento, redes y condiciones favorables que potencien la autoeficacia.

Barrera (2021) también profundiza en el rol del capital social, mostrando que el 57% de los hombres que conocían a un emprendedor tenían una intención clara de emprender, frente al 38% de las mujeres en la misma condición. Aunque el capital social es un factor facilitador para ambos géneros, su efecto es más fuerte en los hombres, quienes suelen percibir estos contactos como modelos accesibles. En contraste, las mujeres pese a contar con relaciones similares, enfrentan barreras estructurales o sociales que debilitan el impacto positivo de estos vínculos en su decisión de emprender.

En Bangladesh, *Karim et al., (2021)* analizaron la intención emprendedora de hombres y mujeres, combinando métodos cuantitativos y cualitativos para entender cómo recursos como el acceso a financiamiento, las redes sociales y los ingresos del hogar influyen en esta intención, y cómo las normas sociales afectan diferencialmente a cada género. Usando un modelo logístico con datos de una encuesta a 1780 personas, encontraron que aunque la mejora en recursos aumenta la intención de emprender en hombres, este efecto es limitado en mujeres debido a fuertes barreras normativas, especialmente la presión familiar y cultural que restringe sus opciones emprendedoras. Las entrevistas a mujeres de clase media mostraron que, pese a contar con recursos y redes adecuadas, enfrentan desaprobación para emprender en sectores considerados “aceptables” socialmente, lo que limita su potencial de crecimiento.

Por otro lado, desde Europa, *Laouiti et al., (2022)* aportan evidencia sobre la influencia de la autoeficacia en la intención emprendedora. Su estudio muestra que, estos perfiles femeninos alcanzan altos niveles de intención emprendedora, ya que la confianza

en sus propias capacidades se convierte en un factor decisivo para tomar la decisión de iniciar un negocios. Este hallazgo es relevante en contextos socioculturales donde las mujeres enfrentan barreras adicionales, como los estigmas sociales y las normas de género que limitan la participación femenina en el emprendimiento.

Araya (2021) realizó una comparación entre Francia y Colombia hallando que la autoeficacia emerge como un factor clave que impulsa la intención emprendedora, especialmente en las mujeres. Encontró que, ellas presentaron una mayor autoconfianza que los hombres y que esta percepción llevó una intención de emprender significativamente más alta para ellas.

Anwar & Andullah (2021) propusieron un enfoque basado en el aprendizaje experiencial, aplicado al contexto iraquí. Aunque su estudio no diferenció por género, sí demostró que la participación en actividades prácticas, como proyectos reales o simulaciones de negocio, fortalecía notablemente la autoeficacia y la intención de emprender. Este tipo de formación podría ser especialmente útil para mujeres, al ofrecer experiencias que incrementen la confianza en sí mismas.

López (2021) ofreció evidencia desde un enfoque cuantitativo comparativo. Los autores encontraron que las mujeres tienden a subestimarse incluso teniendo niveles de preparación similares a los hombres. Además, variables como el conocimiento previo, el apoyo social y la percepción de habilidades mostraron efectos diferentes por género, lo que refuerza la idea de que el entorno y la autopercepción tienen un peso mayor en las decisiones de las mujeres.

El presente estudio tiene como intención explorar estos factores y profundizar en cómo la interacción entre ser mujer y las variables de educación, capital social y autoeficacia influyen en la intención emprendedora. Estas interacciones permiten analizar cómo el efecto de una variable sobre el resultado cambia según el nivel de otra variable. En este sentido, permite identificar efectos condicionales de la variable de interés sobre la intención emprendedora, al analizar cómo estos varían cuando se combinan con la condición de ser mujer.

En conjunto, esta revisión evidencia que el nivel educativo, el capital social y la autoeficacia son factores clave para entender la intención emprendedora. Por ejemplo, *Barrera (2021)* encontró que los hombres que conocían a un emprendedor tenían una probabilidad mayor de tener intención emprendedora, mientras que en las mujeres, esta

influencia era menor, lo que sugiere una menor confianza en sus capacidades emprendedoras. Además, *Barrera (2021)* también halló que las mujeres requieren de condiciones adicionales, como entornos favorables, redes de apoyo sólidas y formación práctica, para activar su intención de emprender.

No obstante, no existe un consenso sobre la brecha de género en la intención de emprender. Algunos estudios, como el caso de Chile. estudio realizado por *Mendoza et al., (2024)*, en el cual no encuentran diferencias significativas entre mujeres y hombres en cuanto a sus intenciones de emprender. Sin embargo, investigaciones como la de *Barrera (2021)* muestran brechas claras, especialmente en países con contextos más desiguales.

Marco conceptual

A continuación, se definirán los conceptos clave que guiarán la presente investigación.

Autoeficacia

Este concepto, originado en la teoría social cognitiva de *Bandura (1977)* quien define la *autoeficacia* como la creencia en la propia capacidad para organizar y ejecutar las acciones necesarias para manejar situaciones futura, ha sido ampliamente adoptado en estudios sobre intención emprendedora. De manera similar, *Escorcia et al., (2024)* definen la autoeficacia como la percepción de los individuos sobre sus propias capacidades para emprender, un aspecto fundamental para explicar la participación en la actividad empresarial.

Teniendo en cuenta lo anterior, la *autoeficacia* se definirá en la presente investigación como la percepción personal que una persona tiene sobre su capacidad para llevar a cabo, de manera exitosa, las acciones necesarias para iniciar un negocio.

Capital social

Lin (1999) define capital social como los recursos integrados en las estructuras sociales, accesibles y movilizables para acciones intencionales de los individuos. Esta definición enfatiza que el capital social se arraiga en las redes y relaciones sociales.

Por otro lado, *Pérez et al., (2021)* definen *capital social* como la suma de recursos reales y potenciales que una persona puede obtener a través de sus redes de relaciones

sociales. Estas redes incluyen contactos con familiares, amigos, colegas y otras conexiones sociales que pueden proporcionar apoyo, información y oportunidades que facilitan la intención y la acción emprendedora.

Teniendo en cuenta lo anterior, el *capital social* se definirá en la presente investigación como los recursos y apoyos que una persona obtiene al conocer a alguien que ya ha emprendido, como un familiar, amigo o conocido, lo que motiva y facilita su propia intención de iniciar un negocio.

Propuesta metodológica

Para analizar el efecto de la educación, el capital social y la autoeficacia sobre la intención de emprender, se emplearán *modelos logit*.

Este tipo de modelo de regresión no lineal utilizado para modelar variables dependientes binarias, es decir, aquellas que solo pueden tomar dos valores, como 0 y 1. Este modelo permite estimar la probabilidad de que ocurra un evento, en este caso, la probabilidad de intención de emprendimiento, en función de un conjunto de variables independientes. De acuerdo con *Wooldridge (2009)*, la probabilidad de que ocurra un evento, $P(y = 1 | x)$, se calcula mediante la siguiente función:

$$P(y = 1 | x) = \frac{\exp(\beta_0 + \beta_1 x_1 + \dots \beta_k x_k)}{1 + \exp(\beta_0 + \beta_1 x_1 + \dots \beta_k x_k)}$$

Donde $\beta_0, \beta_1, \dots \beta_k$ son los coeficientes que indican la influencia de las variables independientes sobre la variable dependiente.

Para este análisis, se utilizarán los datos de la *Encuesta a la Población Adulta (APS)* del *GEM 2023* que proporciona información detallada sobre las características, motivaciones, percepciones y actividades emprendidas por la población adulta de 18 a 64 años en Colombia.

Por eso, esta base de datos resulta relevante para analizar que efecto tiene el nivel educativo, la autoeficacia y el capital social en la probabilidad de iniciar un emprendimiento, considerando las diferencias entre mujeres y hombres.

Tabla 1. Definición de variable

Variable	Descripción
Intención de emprender	Toma el valor de 1 si el individuo manifiesta intención de emprender y 0 en otro caso.
Bachiller	Toma el valor de 1 si el individuo ha alcanzado el nivel de educación secundaria y 0 en otro caso.
Educación superior	Toma el valor de 1 si el individuo tiene algún grado de educación superior y 0 en otro caso.
Autoeficacia	Toma el valor de 1 si el individuo tiene la percepción personal de tener las acciones necesarias para iniciar un negocio y 0 en otro caso.
Capital social	Toma el valor de 1 si el individuo tiene los recursos y apoyos que una persona obtiene al conocer a alguien que ya ha emprendido y 0 en otro caso.
Mujer	Toma el valor de 1 si el individuo es mujer y 0 en otro caso y 0 en otro caso.
Edad	Edad de la muestra.
Ingresos	Toma el valor de 1 si recibe más de dos salarios y 0 en otro caso.
Tamaño familia	Número de miembros de la familia.
Minoría étnica	Toma el valor de 1 si pertenece a una minoría étnica (afrodescendiente, mestizo, mulato) y 0 en otro caso.

Fuente: elaboración propia

Se realizaron diversas pruebas econométricas para garantizar la validez del modelo. Primero se realizó la prueba de correlación entre las variables independientes para evitar posibles problemas de multicolinealidad. Es decir, para asegurarse que las variables independientes no estén altamente correlacionadas entre sí, lo que podría distorsionar los coeficientes estimados en el modelo.

También se realizó la prueba de especificación *RESET*, para evaluar si el modelo logit ha sido correctamente planteado o si existen errores de especificación, como la omisión de variables relevantes o la inclusión de variables incorrectamente funcionales.

Las estimaciones se realizaron utilizando errores estándar robustos, con el fin de corregir posibles problemas de heterocedasticidad y obtener inferencias más confiables.

A continuación, se presentará el análisis de los datos y resultados de las estimaciones.

Modelo 1 – Educación Secundaria

$$\text{Intención de emprender}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{Bachiller}_i + \beta_2 \text{Mujer}_i + \beta_3 (\text{Bachiller}_i \times \text{Mujer}_i) + \beta_4 X_i + \varepsilon_i$$

Modelo 2 – Educación Superior

$$\text{Intención de emprender}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{EducaciónSup}_i + \beta_2 \text{Mujer}_i + \beta_3 (\text{EducaciónSup}_i \times \text{Mujer}_i) + \beta_4 X_i + \varepsilon_i$$

Modelo 3 – Capital Social

$$\text{Intención de emprender}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{CapitalSocial}_i + \beta_2 \text{Mujer}_i + \beta_3 (\text{CapitalSocial}_i \times \text{Mujer}_i) + \beta_4 X_i + \varepsilon_i$$

Modelo 4 – Autoeficacia

$$\text{Intención de emprender}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{Autoeficacia}_i + \beta_2 \text{Mujer}_i + \beta_3 (\text{Autoeficacia}_i \times \text{Mujer}_i) + \beta_4 X_i + \varepsilon_i$$

Como se puede observar, los cuatro modelos estiman la probabilidad de que una persona tenga la intención de emprender (binaria que toma el valor de 1 si el individuo *i* manifiesta intención de emprender y 0 en caso contrario). Se consideran como variables explicativas como, la educación secundaria (modelo 1), educación superior (modelo 2), el capital social (modelo 3) y la autoeficacia (modelo 4). En cada modelo, se introduce un término de interacción con mujer para examinar si el efecto de estas variables sobre la intención emprendedora varía entre hombres y mujeres. Todas las especificaciones incluyen un vector de controles sociodemográficos X_i como la edad, edad², ingresos, tamaño del hogar y etnia, y finalmente ε_i es el término de error aleatorio.

Resultados

Para Colombia en el 2023 se encuestan a 2070 hombres y mujeres en edades entre los 18 y 65 años. La *Tabla 1* describe las variables consideradas en los modelos y sus transformaciones. Todos los modelos incluyen controles como edad, edad al cuadrado, nivel de ingresos, tamaño del grupo familiar y pertenencia étnica.

Se realizará un análisis de corte transversal, el cual recoge información de distintos individuos en un único momento en el tiempo, en este caso, el año 2023. Este

tipo de estructura permite comparar características entre personas sin realizar un seguimiento a lo largo del tiempo.

La *tabla 2* muestra las estadísticas descriptivas de las variables. Donde el 35% de los encuestados manifiestan tener la intención de iniciar un emprendimiento. En cuanto al nivel educativo, se observa que el 53% de los encuestados completó la educación secundaria, mientras que el 45% tiene algún grado de educación superior.

Al realizar la estadística descriptiva de la muestra con sus variables, se hallaron los siguientes resultados:

Tabla 2. Estadística descriptiva de variables

Variab les/Estadística	Media	Desviación	Max	Min
Intención de emprender	0.35	0.48	1	0
Bachiller	0.53	0.50	1	0
Educación superior	0.45	0.50	1	0
Mujer	0.53	0.50	1	0
Autoeficacia	0.73	0.44	1	0
Capital social	0.72	0.45	1	0
Edad	38.40	13.14	64	18
Edad al cuadrado	1646	1067	4096	324
Tamaño del hogar	3.58	1.37	12	1
Ingresos altos	0.27	0.44	1	0
Minoría étnica	0.63	0.48	1	0

Fuente: elaboración propia

El 73% de los participantes percibe tener las habilidades para emprender (autoeficacia). De manera similar, el 72% de los encuestados conocen al menos a un emprendedor (capital social), lo que podría influir positivamente en sus aspiraciones emprendedoras. En cuanto al género, la muestra está compuesta en su mayoría por mujeres (35%).

En promedio los encuestados tienen 38,4 años, y el tamaño promedio de los hogares corresponden a 3.5 personas con una variabilidad considerable, que va desde los hogares muy pequeños hasta otros con hasta 12 miembros. El 27% de las familias tienen

ingresos superiores a dos salarios mínimos. Finalmente, el 63% de los encuestados pertenecen a una minoría étnica (afrodescendientes, mestizos o mulatos).

La *tabla 3* muestra los resultados de las estimaciones. En total se estimaron cuatro modelos logit:

Tabla 3. Efectos marginales
Variable dependiente: Intención de emprender

Variables/ Modelo	Bachiller	Educación superior	Autoeficacia	Capital social
Mujer	0.048** (0.02)	0.049** (0.02)	0.06*** (0.02)	0.047** (0.02)
Bachiller	0.063*** (0.022)			
Educación superior		-0.074*** (0.022)		
Autoeficacia			0.38*** (0.026)	
Capital social				0.3*** (0.024)
Variable de interés* Mujer	0.082*** (0.03)	-0.082*** (0.03)	0.4*** (0.03)	0.32*** (0.032)
Edad	-0.0002 (0.005)	-0.0002 (0.005)	-0.0093* (0.005)	-0.0028 (0.005)
Ingresos altos	-0.04 (0.025)	-0.04 (0.024)	-0.065*** (0.023)	-0.072*** (0.023)
Tamaño del hogar	-0.0009 (0.008)	-0.0007 (0.008)	0.001 (0.007)	0.007 (0.008)
Minoría étnica	0.024 (0.021)	0.025 (0.022)	0.01 (0.02)	-0.0016 (0.021)

Controles: edad, edad al cuadrado, ingresos, tamaño del hogar, minoría étnica
Niveles de significancia: *** p<0.01, ** p<0.05. * p<0.1

El Modelo 1 muestra que haber completado la educación secundaria incrementa la probabilidad de emprender en un 6,3 % para los hombres con nivel educativo de bachillerato, efecto que resulta estadísticamente significativo al 1 %. Ser mujer y tener bachillerato se asocia con un aumento adicional del 8.2% en la probabilidad de tener intención emprendedora, también significativo al 1%. Esto sugiere que, las mujeres con secundaria completa muestran una mayor inclinación a emprender que los hombres.

Mazuera et al., (2022) encuentran resultados similares, pues concluyen que “el nivel educativo y los conocimientos, experiencia y habilidades empresariales” aumentan significativamente la probabilidad de las mujeres colombianas retornadas sean emprendedoras, señalando además que este efecto se intensifica cuando las mujeres han desarrollado vínculos sociales o contactos estratégicos en el exterior.

El modelo 2 muestra que, hombres que han cursado algún grado de educación superior se relaciona con una reducción del 7.4% en dicha probabilidad, con respecto a quienes no han alcanzado algún grado de educación superior.

Al analizar la interacción entre ser mujer y tener algún grado de educación superior, se encuentra un efecto negativo del 8.2% (significativo al 1%). Esto indica que, las mujeres este efecto es mayor. Este resultado podría reflejar que, a pesar del nivel educativo, las mujeres enfrentan barreras estructurales, sociales o de autopercepción que limitan su deseo de iniciar un negocio, incluso contando con algún grado de educación superior. *Mendoza et al., (2024)*, indican que la educación actual no siempre es efectiva para fortalecer la intención de emprender. Este hallazgo sugiere que la educación superior, puede no ser suficiente para el emprendimiento, pues algunos individuos se enfocan en la vida laboral.

El modelo 3 muestra que las personas que creen poseer las habilidades, fortalezas y capacidades necesarias para emprender tienen una probabilidad del 38% de tener intención emprendedora, estadísticamente significativo al 1%. Este resultado resalta la importancia de la percepción personal como determinante clave en la intención emprendedora. Al analizar, la interacción entre ser mujer y tener autoeficacia, su efecto adicional corresponde 0.4 (nivel de significancia del 1%). Dado que la autoeficacia es el predictor más fuerte y positivo, y su efecto es incluso más potente en mujeres, esto sugiere que, para ellas, la creencia en sus habilidades es clave para emprender. Este resultado está en línea con *Barrera (2021)*, quien afirma que “la autoeficacia fue la variable con mayor efecto en la participación en emprendimientos nacientes”, destacando que dicho impacto es especialmente fuerte en las mujeres.

El modelo 4 muestra que las personas que poseen capital social tienen una probabilidad del 30% de emprender respecto a quienes no lo poseen, este efecto es estadísticamente significativo al 1%. Al analizar la interacción ser mujer y tener capital social, la probabilidad de tener intención emprendedora es del 32% respecto a los

hombres con el mismo nivel de capital social, esta interacción es estadísticamente significativo al 1%. Este resultado sugiere que, para las mujeres, el hecho de contar con un contacto cercano que ha emprendido tiene un fuerte efecto en su decisión de emprender, posiblemente porque les ofrece motivación u orientación. Según, *Barrera (2021)* poseer capital social es un factor clave para la intención de emprender, especialmente en mujeres, debido a que, el capital social aumenta significativamente la probabilidad de emprender, actuando como un motivador clave para las mujeres.

En todos los modelos ser mujer presenta efectos marginales positivos y estadísticamente significativos en todas las especificaciones del modelo, con incrementos que oscilan entre 4pp y 6pp en la probabilidad de tener intención de emprender.

En relación con las variables de control en los modelos 3 y 4, se observaron efectos negativos y significativos asociados con la edad y los ingresos. En el modelo 3, tanto la edad como su cuadrado indican que la intención emprendedora disminuye a medida que aumenta la edad. Además, pertenecer a hogares con ingresos superiores a dos salarios mínimos reduce la probabilidad de emprender en un 6.5%. Por su parte, en el modelo 4, los ingresos altos también presentan un efecto negativo, disminuyendo la probabilidad de iniciar un negocio en un 7.2%, con un nivel de significancia del 1%. En cuanto a las demás variables de control, como el tamaño del hogar y la pertenencia a minorías étnicas, no se observó ningún efecto significativo en ninguno de los modelos analizados.

Conclusión

Esta investigación tuvo como propósito analizar el papel que desempeñan la educación, el capital social y la autoeficacia en la intención de emprender, diferenciando su relación entre hombres y mujeres. Para dar respuesta a este objetivo general, se estimaron cuatro modelos logit con datos de la Encuesta de Población Adulta del GEM 2023, lo que permitió evaluar el efecto de cada variable en la probabilidad de intención emprendedora.

En cuanto al primer objetivo específico, que consistía en revisar la literatura existente, se identificó que, tanto en contextos nacionales como internacionales, la educación, el capital social y la autoeficacia han sido ampliamente estudiadas por su influencia sobre el emprendimiento, aunque con resultados heterogéneos según el género y el entorno cultural.

Respecto al segundo objetivo específico, los resultados empíricos mostraron que cada una de las variables estudiadas tiene una influencia significativa en la intención de emprender. Tener el bachillerato se asocia con un mayor interés por emprender, mientras que la educación superior presenta un efecto negativo en las mujeres, posiblemente por barreras estructurales o expectativas profesionales no alineadas con el emprendedor (Mendoza et al., 2024).

Por su parte, la autoeficacia se destacó como el factor con mayor influencia en la intención emprendedora, especialmente en mujeres que confían en sus habilidades. Este hallazgo coincide con estudios como el de *Araya (2021)*, quienes señalan que las mujeres suelen presentar mayores niveles de autoconfianza emprendedora que los hombres, lo que impulsa su intención de emprender. Finalmente, el capital social mostró un efecto positivo y relevante, reforzando la importancia de los vínculos personales en la decisión de emprender.

En línea con el tercer objetivo específico, se encontró que las interacciones estimadas mostraron que tener el bachillerato, la autoeficacia y el capital social tienen un impacto más fuerte en las mujeres. Mientras que, la educación superior se relaciona con una menor intención de emprender en ellas, lo que refuerza la necesidad de adoptar un enfoque diferencial en el diseño de políticas públicas.

En conjunto, los hallazgos de esta investigación aportan evidencia empírica para fortalecer las estrategias que buscan impulsar el emprendimiento en el país. Los resultados muestran que no basta con promover la iniciativa emprendedora de forma general; es necesario reconocer las diferencias de género y los factores que realmente influyen en la decisión de emprender. En este sentido, contar con información como la que aporta este estudio puede ayudar a que las políticas públicas, los programas de formación y las redes de apoyo se ajusten mejor a las necesidades reales de quienes están considerando emprender, contribuyendo así a un entorno más equitativo y efectivo para el desarrollo de nuevos negocios en Colombia. Además, este estudio destaca que las políticas públicas deben ir más allá del acceso a recursos y atender las barreras sociales y culturales que inhiben el emprendimiento femenino, un aspecto clave para diseñar intervenciones más efectivas en contextos patriarcales.

Una limitación del análisis es el problema de endogeneidad que puede surgir por relaciones bidireccionales entre las variables explicativas y la decisión de emprender. Por

ejemplo, aunque una mayor autoeficacia puede incrementar la probabilidad de emprender, es posible que la experiencia misma del emprendimiento refuerce la autoeficacia del individuo. De igual manera, el capital social podría ser tanto causa como efecto de la actividad emprendedora. Para futuras investigaciones, se sugiere el uso de métodos con variables instrumentales y enfoques experimentales o cuasi-experimentales que permitan abordar problemas de endogeneidad y avanzar hacia la identificación de relaciones causales, también incorporar análisis longitudinales que permitan hacer seguimiento a individuos en diferentes años.

Referencias

- Acevedo Bedoya, H. (2016). Desarrollo empresarial en Colombia.
- Anwar, G., & Abdullah, N. (2021). Inspiring Future Entrepreneurs: The Effect of Experiential Learning on the Entrepreneurial Intention at Higher Education. *International Journal of English Literature and Social Sciences*, 6.
- Arasti, Z. (2011). Gender Differences in the Causes of Business Failure. *Global Entrepreneurship Research*.
- Araya-Pizarro, S. (2021). Autoconfianza y actitud hacia la enseñanza del emprendimiento: impulsores claves de la intención emprendedora. *Cuadernos de Investigación Educativa*.
- Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84 (2), 191-215.
- Barrera-Verdugo, G. (2021). Impact of self-perceptions, social norms, and social capital on nascent entrepreneurs: a comparative analysis by level of economic development in Latin American countries. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*.
- Becky, P., & Fazekas, B. (2025). What do women want? – role of higher education in shaping female entrepreneurship. *Regional Statistics*.
- Casas, A. M., & Rivera García, A. (2021). Evaluación del Fondo Emprender en la supervivencia a largo plazo de los emprendimientos en Colombia.
- Castro Orellano, E. F. (2017). Factores asociados al éxito de los emprendimientos apoyados por el Fondo Emprender: resultados de un estudio exploratorio.
- Chang, A. Y., & Xu, Y. (2023). Decoding underperformance of entrepreneurship at the bottom of the pyramid: A literature review of the field. *New England Journal of Entrepreneurship*.
- Contreras, N., Espinosa, J., Salazar, G., & Vega, A. (2021). Entrepreneurial Intention: A Gender Study in Business and Economics Students from Chile. *Sustainability*.
- Díaz Llantén, I., & Ramírez Tascón, D. (2021). El emprendimiento, la transformación digital e innovación en Colombia como oportunidad de desarrollo económico.
- Díaz, N., & Arias, F. (2024). El emprendimiento en etapa inicial en Colombia y su alto índice de fracaso, un enfoque en el riesgo financiero, el acceso a la financiación y la brecha de género. *Universidad EAFIT*.
- Encina, L., & López, G. (2021). Emprendedurismo Femenino: Un estudio multi-caso de factores que influyen en la Intención Emprendedora. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*.

- Escorcía, J., Schmutzler, J., López, M., Pereira, F., Osorio, F., Martínez, A., . . . Parra, L. (2024). *Dinámica de la actividad empresarial en Colombia 2023-2024: Enfrentando desafíos*. Ediciones de la U.
- Ferdinando, G. (2021). Women Entrepreneurs and Business Angel: A Difficult Relationship. *International Journal of Economics and Finance*.
- Gawel, A. (2021). The Gender-Based Attainment of Education and Female Entrepreneurship: The european perspective. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*.
- Genty, K. I., Ajemunigbohun, S. S., & Oreshile, A. S. (2022). Level of education and entrepreneurial risk attitudes of market women in Lagos, Nigeria. *Journal of Employment Relations & Human Resource Management*.
- Gomes, S., Lopes, J., Oliveira, J., Oliveira, M., Santos, T., & Sousa, M. (2021). The Impact of Gender on Entrepreneurial Intention in a Peripheral Region of Europe: A Multigroup Analysis. *Social Sciences*.
- Henao, S. L. (2021). *Emprendimiento en Colombia, principales dificultades y consideraciones para sortearlas*. Universidad Libre de Pereira.
- Ilie, C., Monfort, A., Fornes, G., & Cardoza, G. (2021). Promoting female entrepreneurship: The impact of gender gap beliefs and perceptions. *SAGE Open*, 1-11.
- Jiménez, A., Palmero Cámara, C., González Santos, M. J., González Bernal, R., & Jiménez Eguizábal, J. (2015). The impact of educational levels on formal and informal entrepreneurship. *BRQ Business Research Quarterly*.
- Kara, O., & Celikten, M. (2023). Promoting female entrepreneurship: The impact of gender gap beliefs and perceptions. *Proceedings of IConSES 2023 - International Conference on Social and Education Sciences* (págs. 433-447). ISTES Organization.
- Karim, S., Kwong, C., Shrivastava, M., & Pawan, J. (2021). My mother-in-law does not like it: resources, social norms, and entrepreneurial intentions of women in an emerging economy. *Small Bus Econ*.
- Laouiti, R., Haddoud, M., Nakara, W., & Onjewu, A.-K. (2022). A gender-based approach to the influence of personality traits on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 819-829.
- Lin, N. (1999). Building a Network Theory of Social Capital'. *CONNECTIONS*, 22(1), 28-51.
- López, S. (2021). *Determinantes de la intención emprendedora – Una perspectiva de género: El caso de la UAQ*.
- Madbouly, A., Al Khayyal, H., Mourssi, A., Wakeel, A., & Waleed. (2021). Determinants of GCC Women Entrepreneurs' Performance: Are they Different from Men? *Asian Business Strategy*.

- Mageste, S., Plottier, C., Rocha, C., & Saporito, N. (2024). Empresas emergentes (start-ups) en América Latina y el Caribe: Una primera aproximación a su identificación y características. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Martínez, A. C., Salazar, A., Zúñiga, S., Hernández, M. I., & Ortiz, M. J. (2023). Diagnóstico de las condiciones para emprender: Una mirada desde el ecosistema. Cali: Cámara de Comercio de Cali, Universidad ICESI.
- Mazuera, R., Albornoz, N., Ramírez, C., Carreño, M., Morffe, M., & Díaz, J. (2022). Factores asociados a la intención emprendedora de los emigrantes venezolanos. MIGRACIONES INTERNACIONALES, 13.
- Mendoza, J., Barrutia, I., Bejar, L., Huamani, O., José, B., & Flores, P. (2024). La educación y la intención emprendedora en estudiantes universitarios: una revisión en Latinoamérica. Double Blind Review, 18-41.
- Naguib, R. (2024). Motivations and Barriers to Female Entrepreneurship: Insights from Morocco. Journal of African Business.
- Pérez, H., Rodríguez, A., Cruz, N., & Delgado, J. (2021). The Impact of Social Capital on Entrepreneurial Intention and Its Antecedents: Differences between social capital online and offline. Business Research Quarterly, 27(4), 365-388.
- Pinazo, P., & Castelló, F. (2024). Gender, Perceived Insecurity, Corruption Perception, Subjective Norm, and Household Income: A Configurational Approach to Entrepreneurial Intention. Journal of the Knowledge Economy.
- Reyes, F., Luna, A., & Ramos, L. (2023). Intención emprendedora en estudiantes de Educación Superior. REVISTA DE LA UNIVERSIDAD DEL ZULIA, 206-228.
- Scholten, A. D. (2014). Women entrepreneurs in Colombia: Overcoming the growth barriers.
- Tenorio, D. (2022). La educación superior y su impacto en la generación de emprendimientos: caso Escuela Nacional del Deporte. Cuadernos Latinoamericanos de Administración.
- Thaher, M., Radieah, N. M., & Wan Norhaniza, W. H. (2021). Factors Affecting Women Micro and Small-Sized Enterprises' Success: A Case Study in Jordan. Journal of Asian Finance, Economics and Business.
- Véliz, J., Pimentel, P. M., & Arana, P. (2023). Identificación de factores sociales y económicos que influyen en el emprendimiento mediante un modelo de ecuaciones estructurales. Contaduría y Administración, 88-106.
- Vossenberg, S. (2013). Women entrepreneurship promotion in developing countries: What explains the gender gap in entrepreneurship and how to close it? Maastricht School of Management.
- Wooldridge, J. M. (2010). Introducción a la econometría: Un enfoque moderno (4ª edición ed.). Cengage Learning.

Zelekha, Y. (2021). What stands behind the gender gap in entrepreneurship? Untangling the intergenerational parental role. PLOS ONE.