



Revista de Gestão e Secretariado

E-ISSN: 2178-9010

gestoreditorial@revistagesec.org.br

Sindicato das Secretárias(os) do Estado
de São Paulo
Brasil

Lado - Sestayo, Rubén; Vivel - Búa, Milagros
ANÁLISIS ECONÓMICO - FINANCIERO DEL EMPRENDIMIENTO EN EL SECTOR
TURÍSTICO: UN ESTUDIO POR GÉNERO
Revista de Gestão e Secretariado, vol. 8, núm. 2, mayo-agosto, 2017, pp. 97-106
Sindicato das Secretárias(os) do Estado de São Paulo
São Paulo, Brasil

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=435652737007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DEL EMPRENDIMIENTO EN EL SECTOR TURÍSTICO: UN ESTUDIO POR GÉNERO

ECONOMIC AND FINANCIAL ANALYSIS OF ENTREPRENEURSHIP IN TOURISM SECTOR: A GENDER PERSPECTIVE

Rubén Lado-Sestayo

Economía Financeira e Contabilidade pela Universidade da Coruña (Espanha).

E-mail: ruben.lado.sestayo@udc.es

Milagros Vivel-Búa

Economía Financeira e Contabilidade pela Universidade de Santiago de Compostela (Espanha).

E-mail: mila.vivel@usc.es

Data de recebimento do artigo: 06/05/2017

Data de aceite do artigo: 23/08/2017

ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DEL EMPRENDIMIENTO EN EL SECTOR TURÍSTICO: UN ESTUDIO POR GÉNERO

RESUMEN

Este trabajo analiza, desde la óptica de género, las diferencias existentes en el emprendimiento en el sector turístico. Para ello, se utilizan variables económicas y financieras representativas de características de la empresa creada y del emprendedor, lo que permite una visión holística del fenómeno analizado. Los datos utilizados recogen un amplio período temporal desde el 2001 al 2013 y reflejan la realidad económica de 37 países clasificados, de acuerdo con el Foro Económico Mundial, como orientados hacia la innovación. La metodología se fundamenta en la utilización de test estadísticos para determinar si las diferencias presentan significatividad, para, posteriormente, a través de un método deductivo y analizando conjuntamente los datos observados, extraer conclusiones sobre las posibles causas explicativas. El análisis de los resultados obtenidos señala que las diferencias observadas entre hombres y mujeres en las iniciativas empresariales podrían ser explicadas por diferencias en el nivel de ingresos del emprendedor, abriendo una nueva línea de investigación.

Palabras clave: Emprendimiento. Género. Sector turístico.

ECONOMIC AND FINANCIAL ANALYSIS OF ENTREPRENEURSHIP IN TOURISM SECTOR: A GENDER PERSPECTIVE

ABSTRACT

This paper analyzes, using a gender perspective, the gender differences in entrepreneurship in the tourism sector. In order to do this, we use economic and financial variables from the firm and the entrepreneur, which shows a holistic view of the process. Data used considers a broad time period from 2001 to 2013 reflecting the economic environment of 37 countries oriented to innovation according to the World Economic Forum classification. The methodology includes statistical tests to determine whether the differences are statistically significant, and then, by means of a deductive method based in the joint analysis of data and statistical test, draw conclusions about potential explanatory causes. The results indicate that the observed differences between men and women in entrepreneurship could be explained by the gender pay gap, opening a new line of research.

Keywords: Entrepreneurship. Gender. Tourism sector

1 INTRODUCCIÓN

En las economías avanzadas el emprendimiento contribuye a incrementar el nivel de competencia, a través de la mejora en la innovación generada (Acs et al., 2009). De este modo, puede ser utilizado como motor económico, motivo por el cual su fomento ha estado apoyado por medidas públicas en los últimos años como el programa Horizonte 2020 de la Unión Europea.

En el caso particular del sector turístico, su contribución a la economía mundial y a la de numerosos países avanzados, entre los que se encuentran Estados Unidos, Francia o España, propician que este ámbito sectorial pueda ser utilizado como foco de análisis (Ateljevic, 2009; Mottiar and Ryan, 2007). Entre otras cuestiones, desde el punto de vista del diseño de medidas de fomento de la actividad emprendedora, es importante conocer las principales características de las empresas creadas, lo cual contribuye a identificar áreas de actuación.

En este trabajo se analizan las principales características de las empresas creadas por mujeres en el sector turístico. La metodología se fundamenta en la comparativa de las características de las iniciativas llevadas a cabo por hombres y por mujeres a través de test estadísticos que se adaptan a las características de la variable analizada. Una vez identificadas las principales diferencias, se analizan posibles causas y razones explicativas de las mismas.

Los resultados obtenidos son útiles en el diseño de medidas encaminadas a reducir barreras que generen diferencias en las oportunidades empresariales entre hombres y mujeres. En particular, el trabajo pretende contribuir a la concienciación de la existencia de diferencias significativas y destacar su posible impacto, como forma de promover la implantación de medidas que garanticen una igualdad de oportunidades.

La elección del sector turístico responde al hecho de que éste presenta una notable relevancia a nivel internacional, y además ha recuperado el crecimiento en gran parte de las economías mundiales (UWTO, 2015). Asimismo, es necesario destacar que existen pocos estudios centrados en este sector, y ninguno de ellos focalizados en explicar diferencias entre el emprendimiento liderado por hombres y liderado por mujeres, a pesar de que las diferencias entre países en las tasas de actividad emprendedora son notables (Kelley et al., 2015).

Para alcanzar el objetivo planteado, se utilizan los datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en el período 2001-2013 de los países que, el Foro Económico Mundial, clasifica como impulsados por la innovación. De este modo, se obtienen datos de un total de 4,370 emprendedores de 37 países con economías avanzadas.

El trabajo se estructura de la siguiente forma. Tras esta primera sección de introducción, en la sección segunda se presenta la revisión de la literatura, centrando la atención en aquellos trabajos que explican diferencias en las tasas de emprendimiento entre hombres y mujeres y aquellos trabajos centrados en el emprendimiento hotelero. Posteriormente, en la sección tercera se presentan los resultados del análisis planteado, comenzando con una descripción de la muestra utilizada y finalizando con la explicación de posibles causas de las diferencias encontradas. Finalmente, en la sección cuarta se exponen las principales conclusiones, así como posibles líneas de trabajo futuro.

2 REVISIÓN DE LA LITERATURA

La literatura centrada en el análisis del emprendimiento femenino muestra que no existen diferencias en los determinantes entre hombres y mujeres (Langowitz y Minniti; 2005). Por tanto, las diferencias observadas en las tasas de emprendimiento en función del sexo del emprendedor se deben a otros motivos. Trabajos previos apuntan a que las causas podrían ser las peores condiciones de las mujeres en algunos de los determinantes, por ejemplo, en cuanto a la existencia de redes de contacto o en el acceso a la financiación, lo que originaría menores tasas de emprendimiento femenino (Kelley et al., 2012). Por este motivo, y debido a que existen importantes diferencias entre sectores en lo relativo a las características de las empresas creadas, es necesario profundizar en el estudio de las diferencias en el emprendimiento entre hombres y mujeres dentro de un mismo sector.

Dentro del sector turístico, existen estudios focalizados en el análisis a nivel sectorial. Así, Lado-Sestayo et al. (2016) encuentran la existencia de barreras derivadas de la colaboración entre las empresas instaladas, mientras que Suzuki (2013) encuentra como principal barrera las políticas públicas de uso del suelo. Urtasun y Gutiérrez (2006) encuentran que la aglomeración de hoteles en un área puede generar externalidades negativas, lo que podría incentivar a las instituciones a limitar el crecimiento del sector.

En cuanto al análisis de los emprendedores en el sector turístico, los estudios existentes son escasos y muy recientes, teniendo como foco de atención la creación de hoteles o de restaurantes (Ateljevic, 2009; Ramos-Rodríguez et al., 2012). Estos estudios se centran en los determinantes, sin prestar atención a posibles diferencias de género en los mismos y por tanto, existen dudas acerca de las diferencias en el emprendimiento femenino. Tomando como referencia otros sectores, un aspecto recurrente en la literatura es el hecho de que las diferencias en las tasas de emprendimiento son notables y sostenidas en el tiempo, a la vez que los determinantes de la decisión de emprender parecen ser los mismos en hombres y mujeres, como se ha mencionado anteriormente (Bosma y Schutjens, 2008; Langowitz y Minniti; 2005, 2007; Kelley et al., 2012).

Así, Álvarez et al. (2012) encuentran en su estudio utilizando datos del GEM, que la percepción de habilidades, las redes sociales y el rol familiar son más relevantes para el emprendimiento femenino que factores formales como la financiación. En este sentido, debe recordarse que, en el caso particular de las emprendedoras, una barrera a la decisión de emprender podría deberse a la mayor dificultad para conciliar vida familiar y actividad empresarial (Bonet et al., 2013). Por ello, tanto los factores individuales como las barreras percibidas pueden alterar el emprendimiento femenino.

Algunos estudios encuentran que en las mujeres el miedo al fracaso o sus redes sociales actúan con mayor intensidad mientras que para los hombres no presentan relevancia en entornos difíciles. (Martínez-Mateo et al., 2012). Entre otros, el mayor pesimismo en cuanto a oportunidades de negocio y las mayores barreras para las mujeres podrían afectar no solo a la decisión de emprender sino también a las características de la propia empresa creada (Zhao et al., 2005).

En cuanto al efecto sobre la empresa creada, algunos estudios encuentran que las iniciativas empresariales creadas por mujeres tienden a presentar menor crecimiento (Cooper et al., 1994), lo que podría deberse a mayores dificultades para expandirse o a una menor ambición. No obstante, Zhao et al. (2005) encuentran en una muestra de estudiantes universitarios que no existen diferencias en cuanto a la *self-efficacy* entre hombres y mujeres, pero sí menor intencionalidad emprendedora en las mujeres.

Revista de Gestão e Secretariado -GeSec, São Paulo, v. 8, n. 2, p 97-106, Mai./Ago. 2017.

Algunos estudios encuentran que las emprendedoras gestionan empresas de menores ingresos, si bien ambos aspectos (menor crecimiento y menores ingresos) podrían explicarse por el hecho de que se trate de iniciativas de menor tamaño (Du Rietz y Henrekson, 2000). Por tanto, la causa del menor tamaño podría abordarse desde el diseño de medidas de fomento de la actividad emprendedora como medida para potenciar el emprendimiento femenino. Entre otros, es posible que esta causa se encuentre en unas mayores dificultades para acceder a crédito por sus menores redes y por lo tanto, conjuntamente con las características de la empresa y la emprendedora, es necesario considerar el entorno financiero de la iniciativa creada.

3 ANÁLISIS EMPÍRICO

Este trabajo analiza las principales características de las empresas creadas por mujeres en el sector turístico. Para ello, se utiliza una comparativa de variables que caracterizan las iniciativas empresariales impulsadas por mujeres y cuya definición se recoge en la Tabla 1. Estas variables representan características económicas y financieras tanto de las emprendedoras como de las iniciativas empresariales creadas.

Tabla 1. Variables utilizadas en el análisis comparativo

	Variable	Definición
Económicas	Owners	Número de propietarios de la iniciativa
	Owners_shar	Toma el valor 1 si comparte la propiedad de la empresa y 0 en caso contrario
	Manag_shar	Toma el valor 1 si comparte la gestión de la empresa y 0 en caso contrario
	New_prod	Cientes que consideran el producto/servicio nuevo (3 categorías)
	Compet	Empresas que ofrecen el mismo producto (3 categorías)
	growth	Toma el valor 1 si la empresa espera incrementar en más de 10 y en más de un 50% el número de empleados
	Size	Número esperado de trabajadores en 5 años (4 categorías)
	Opport	Toma el valor 1 si la empresa se ha creado para explotar una oportunidad y cero en caso contrario
Financieras	Necess	Toma el valor 1 si la empresa se ha creado por necesidad y cero en caso contrario
	Income	Nivel de ingresos dentro del país (3 categorías)
	Busangel	Toma el valor 1 si ha aportado fondos en una empresa de un tercero y cero en caso contrario
	Busangel_rel	Relación con la persona propietaria de la empresa en la que ha aportado fondos (6 categorías)
	amount	Cantidad requerida para iniciar la empresa
	capital	Cantidad aportada para iniciar la empresa
	share (%)	Aportación realizada / cantidad requerida total (datos en tanto por uno)

Fuente: Elaboración propia.

Los datos han sido obtenidos del proyecto GEM. El GEM es un consorcio de universidades y centros de investigación centrados en el análisis de la dinámica emprendedora a nivel internacional. El proyecto realiza anualmente una encuesta a adultos entre 18 y 64 años de diversos países. Actualmente involucra a más de 100 países y más de 300 instituciones.

La información utilizada para este trabajo corresponde al período 2001-2013, del que se disponen de un total de 1,969,269 encuestas. Sobre ellas se han seleccionado las encuestas pertenecientes a países clasificados como impulsados por la innovación de acuerdo al criterio del Foro Económico Mundial. Así, se obtienen datos de un total de 37 países. Posteriormente, se han seleccionado aquellos emprendedores del sector turístico, *Revista de Gestão e Secretariado -GeSec, São Paulo, v. 8, n. 2, p 1-20, Mai./Ago. 2017.*

es decir, cuya iniciativa empresarial ejerciese su actividad en los siguientes códigos de actividad ISIC rev3: 5510, 5520, 6304, 9232 y 9233 y códigos ISIC rev4 de 5510, 5520, 5590, 5610, 5621, 5629, 5630, 7911, 7912, 7990 y 9102. Estos códigos representan la parte central del sector turístico, al representar hoteles y similares, restaurantes y similares, agencias de viajes y similares, y servicios culturales de acceso a museos, edificios históricos, etc.

Del total de emprendedores, se han mantenido aquellos que presentan empresas creadas en el último año que no han pagado salarios o generado retornos durante más de 3 meses (emprendimiento naciente) y aquellos que presentan empresas que han pagado salarios o generado retornos durante más de 3 meses y menos de 42 meses (emprendimiento nuevo). El conjunto de estos emprendedores se conoce con el nombre de emprendimiento en fase incipiente y en el sector turístico se encuentran un total de 4,370 personas en esta situación en los países clasificados como impulsados por la innovación, tal y como se observa en la Tabla 2:

Tabla 2. Datos de la muestra utilizada

Características	Hombres	Mujeres	Total
Emprendedores incipientes en el sector turístico	2,530	1,840	4,370
Emprendedores incipientes	42,546	25,324	67, 870
Población considerada	568,242	639,860	1,208,102

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del proyecto GEM.

Tal y como nos muestra la Figura 1, un análisis de los datos anteriores apunta a que el porcentaje de emprendedoras es inferior al de emprendedores, tanto en el sector turístico como en el resto de sectores en su conjunto.

Un análisis comparativo entre hombres y mujeres puede encontrarse en la Tabla 3. Para evaluar si las diferencias entre hombres y mujeres son significativas se han utilizado el test Chi cuadrado en el caso de variables binarias o categóricas y un test de diferencia de medias para las variables continuas. En cuanto a las variables representativas de la cantidad requerida y aportada, y como consecuencia de la alta asimetría que presentan, se ha utilizado el test de diferencia de medianas de Mann–Whitney.

Los resultados obtenidos destacan la existencia de diferencias significativas en algunas variables. Así, en el caso de iniciativas empresariales de mujeres, se observa que la gestión de la empresa está más compartida, y por lo tanto los hombres emprenden en mayor medida en solitario.

Figura 1. Tasas de emprendimiento de hombres y mujeres en el sector turístico y en la

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del proyecto GEM



En cuanto a la dimensión de la empresa se observa que el tamaño esperado es inferior en el caso de las mujeres, así como el crecimiento esperado en el empleo generado en los próximos años. En cuanto a aspectos financieros, destaca que en general en el caso de las mujeres ocurre un mayor emprendimiento que en el caso de los hombres en las menores franjas de ingresos. Asimismo, relacionado con la búsqueda de inversiones, destaca que los emprendedores hombres participan en mayor medida en otras empresas arriesgando capital, y en mayor medida también estas iniciativas son gestionadas por personas ajenas a la familia (51.66% frente al 29.46% de las emprendedoras). Finalmente, se observa que la cantidad requerida para poner en marcha la empresa es inferior en el caso de las emprendedoras, aportando consecuentemente éstas un menor importe a la misma.

Tabla 3. Resultados comparativos emprendedores frente emprendedoras en el sector turístico

Variables		Medida	Hombres N=2,530	Mujeres N=1,840	Test y p valor
Variables económicas	Owners	Media	1.56	1.53	1.37 (0.171)
	Owners_shar	%	56.20%	53.21%	2.44 (0.119)
	Manag_shar	%	55.31%	58.27%	3.81 (0.051)
	New_prod	Todos %	15.27%	14.51%	1.37 (0.503)
		Alguno %	24.52%	23.49%	
		Ninguno %	60.21%	62.00%	
	Compet	Muchos %	57.28%	55.15%	2.39 (0.302)
		Alguno %	31.75%	32.69%	
		Ninguno %	10.97%	12.17%	
	growth	%	49.81%	36.42%	22.65 (<0.001)
	Size	Sin empleo %	10.53%	15.22%	52.70 (<0.001)
		1-5 empleos %	51.63%	56.27%	
		6-19 empleos %	25.91%	21.93%	
		Más de 20 empleos %	11.93%	6.59%	
	Opport	%	78.54%	76.63%	2.24 (0.135)
	Necess	%	17.71%	17.99%	0.06 (0.810)
Variables financieras	Income	Tercio inferior	22.66%	29.38%	22.16 (<0.001)
		tercop medio	34.75%	35.75%	
		Tercio medio	42.59%	34.87%	
	Busangel	%	12.00%	7.24%	26.82 (<0.001)
	Busangel_rel	Familiar cercano %	39.85%	59.82%	18.02 (0.003)
		Otro familiar %	8.49%	10.71%	
		Colega de trabajo %	10.33%	6.25%	
		Amigo o vecino %	28.78%	16.07%	
		Extraño %	9.23%	7.14%	

		Otro %	3.32%	0.00%	
	amount	mediana	60,000	50,000	18.48 (<0.001)
	capital	mediana	30,000	20,000	8.34 (0.004)
	share (%)	media	53.91	56.62	-1.67 (0.095)

Fuente: Elaboración propia.

4 Conclusiones

Este trabajo ha analizado un conjunto de iniciativas empresariales en el sector hotelero llevadas a cabo en países orientados por la innovación y durante el período 2001-2013. Para el estudio, se ha utilizado una base de datos generada en el marco de un proyecto (GEM) que mantiene una metodología común en todos los países y que por tanto permite la comparación directa de resultados. Asimismo, la información utiliza representa tanto características de la empresa creada como del emprendedor que la pone en marcha.

La doble consideración simultánea de factores de la emprendedora y de la iniciativa empresarial creada es fundamental a la hora de utilizar una perspectiva de género, debido a que los trabajos previos no encuentran diferencias en los determinantes de la decisión de emprender pero sí encuentran diferencias en las características de las empresas creadas por hombres o por mujeres. El hecho de unir ambas características ha permitido detectar una serie de variables que presentan diferencias significativas entre hombres y mujeres y que consideradas conjuntamente, dentro de un mismo sector, pueden ser utilizadas para plantear de un modo más profundo y con una visión más amplia, las posibles causas raíces de estas diferencias.

Un análisis conjunto de los resultados obtenidos señala que, en términos generales, las mujeres emprendedoras presentan un menor nivel de renta que los hombres y consecuentemente una menor capacidad para llevar a cabo la iniciativa. Este hecho manifiesta que existe una menor propensión al emprendimiento por parte de las mujeres de alto nivel de ingresos pero, además, refleja que las empresas gestionadas por mujeres pueden presentar menores recursos a la hora de acometer inversiones futuras o de asumir un mayor nivel de riesgo. Por ello, es posible que esta diferencia en los ingresos del emprendedor sea la causa de diferencias en el tamaño de la empresa y de su crecimiento esperado en el futuro. Además, ello podría fácilmente explicar la menor inversión en empresas de terceros, ante la necesidad de focalizar los esfuerzos inversores y por la menor capacidad financiera de asumir riesgos en la empresa creada. En este contexto, parece lógico que las iniciativas empresariales no solo presenten menor tamaño, menores expectativas de crecimiento y menor participación en otras empresas, sino que además sea necesario disponer de otros socios que decidan invertir en la empresa.

En cuanto a la mayor presencia de gestión compartida, este factor podría ser explicado como consecuencia del factor limitante de los fondos y no una preferencia de la emprendedora. De este modo, todas las diferencias observadas, tanto en cuestiones económicas como financieras podrían explicarse por las diferencias observadas en el nivel de ingresos.

Finalmente, partiendo del hecho de que la causa raíz de las diferencias observadas podría encontrarse en el nivel de ingresos, es necesario explicar a qué podría deberse la menor presencia de mujeres de altos ingresos en el ámbito emprendedor, o a la mayor presencia de mujeres de bajos ingresos. Un análisis más profundo de los datos,

observando no en términos porcentuales la presencia de mujeres de bajos ingresos sino su número, nos muestra que el número de emprendedores y emprendedoras en el tercio inferior de ingresos es muy similar. Por lo tanto, las diferencias no se encuentran en el tercio inferior, sino en la menor presencia de emprendedoras en los tercios superiores frente a la presencia de hombres. En consecuencia, se abre una nueva línea de estudio encaminada al estudio de las diferencias en el emprendimiento femenino en el sector hotelero focalizado en emprendedores de medio y alto nivel de ingresos.

BIBLIOGRAFÍA

- Acs, Z. J., Braunerhjelm, P., Audretsch, D. B., & Carlsson, B. (2009). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small business economics*, 32(1), 15-30.
- Álvarez, C.; Noguera, M. y Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España. *Economía Industrial*, 383(1), 43-52.
- Arenius, P. and Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics* 24: 233–247.
- Ateljevic, J. & Page, S.J. (2009). *Tourism and Entrepreneurship*. International Perspective. UK: Elsevier.
- Bonet, R., Cruz, C., Kranz, D. F., & Justo, R. (2013) Temporary Contracts and Work—Family Balance in a Dual Labor Market. *Industrial & Labor Relations Review*, 66(1), 55-87.
- Cooper, A. C., Gimeno-Gascon, F. J., & Woo, C. Y. (1994). Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of business venturing*, 9(5), 371-395.
- Du Rietz, A., & Henrekson, M. (2000). Testing the female underperformance hypothesis. *Small Business Economics*, 14(1), 1-10.
- Mottiar, Z. & Ryan, T. (2007). *The Role of SMEs in Tourism Development: An Industrial District Approach Applied to Killarney, Ireland*. In R. Thomas & M. Augustyn (eds.), *Tourism in the New Europe: Perspectives on SME policies and practices* (pp. 63-78). Amsterdam: Elsevier.
- UNWTO. *Panorama OMT del Turismo Internacional*. 2015
- Kelley, D.; Singer, S. & Herrington, M. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor: 2015-2016 Global Report*. Babson Park, MA.
- Lado-Sestayo, R.; Vivel-Búa, M.; Otero-González, L; Neira-Gómez, I. (2016). *Location and Business Creation: An Analysis of the Lodging Sector* in Impact Assessment in Tourism Economics Editors: Matias, A.; Nijkamp & Romão, J. Publisher: Springer International Publishing. DOI: 10.1007/978-3-319-14920-2. Páginas: 201-2012.

- Langowitz, N. and Minniti, M. (2005). Gender differences and nascent entrepreneurship. In Minniti, M. and Nardone, C. 2007: Being in someone else's shoes: The role of gender in nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics* 28: 223-238.
- Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 341-364.
- Martínez Mateo, J.; Mira Solves, I. y Gómez Gras, J.M. (2012). Influencias de las percepciones personales sobre la actividad emprendedora naciente. Una perspectiva de género a través de diferentes entornos económicos. *Economía Industrial*, 383(1), 53-64.
- 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 (1), 579–587.
- Suzuki, J. (2013). Land use regulation as a barrier to entry: evidence from the Texas lodging industry. *International Economic Review*, 54(2), 495-523.
- Urtasun, A., & Gutiérrez, I. (2006). Tourism agglomeration and its impact on social welfare: An empirical approach to the Spanish case. *Tourism Management*, 27(5), 901-912.
- Zhao, H., Scott, E.S. y Hills, G.E. (2005) The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 90, No. 6, 1265–1272.