

Educación y emprendimiento entre las mujeres empresarias en Uganda. Un estudio de caso desde las ciudades de Kampala y Wakiso

Olga Margret Maria NAMASEMBE
olgalivale@gmail.com
Universidad de Granada
(España)

Roser MANZANERA-RUIZ
roser@ugr.es
Universidad de Granada
(España)

Education and entrepreneurship among women entrepreneurs in Uganda. A case study from the cities of Kampala and Wakiso

Resumen/Abstract

- 1. Introducción**
- 2. Contexto de investigación: desigualdades de género en la educación y el emprendimiento femenino**
- 3. Marco teórico y conceptual**
- 4. Metodología**
 - 4.1. Método, muestra y técnicas de investigación**
 - 4.2. Estrategias de recogida de información**
 - 4.3. Técnicas de análisis de datos**
- 5. Discusión y principales resultados del estudio**
 - 5.1. Perfil sociodemográfico de las entrevistadas**
 - 5.2. Niveles educativos de las mujeres empresarias del sector agrícola**
 - 5.3. Formación para el emprendimiento: un análisis del PEMU**
 - 5.4. Educación y estado civil en las motivaciones para los negocios**
- 6. Conclusiones**
- 7. Bibliografía**

Educación y emprendimiento entre las mujeres empresarias en Uganda. Un estudio de caso desde las ciudades de Kampala y Wakiso

Olga Margret Maria NAMASEMBE
olgalivale@gmail.com
Universidad de Granada
(España)

Roser MANZANERA-RUIZ
roser@ugr.es
Universidad de Granada
(España)

Education and entrepreneurship among women entrepreneurs in Uganda. A case study from the cities of Kampala and Wakiso

Citar como/cite as:

Namasembe OMM y Manzanera-Ruiz R (2022). Educación y emprendimiento entre las mujeres empresarias en Uganda. Un estudio de caso desde las ciudades de Kampala y Wakiso. *Iberoamerican Journal of Development Studies* 11(2):290-311.
DOI: 10.26754/ojs_ried/ijds.688

Resumen

Los estudios sobre la interrelación entre la educación de las mujeres, los negocios y las motivaciones para el emprendimiento, en el África subsahariana, son escasos. En esta investigación, se relacionan los niveles educativos, las iniciativas y motivaciones para emprendimiento de las mujeres en Uganda. Se utiliza un enfoque cualitativo a partir de 109 entrevistas a mujeres empresarias del sector agrícola. Se concluye con la relación existente entre el nivel educativo, los tipos de negocios y las motivaciones empresariales de las mujeres ugandesas para entender su diversidad y diferencias. Una mejor comprensión de estas puede ayudar a los/as responsables políticos/as y a los/as profesionales a evaluar si sus programas alcanzan o no sus objetivos, y contribuir a la mejora de las acciones de desarrollo en esta materia.

Palabras clave: educación, emprendimiento, motivaciones, mujeres empresarias, Uganda.

Abstract

Studies on the interrelationship between women's education, business and entrepreneurial motivations in sub-Saharan Africa are scarce. In this research, it is related women's educational levels, initiatives, and motivations for entrepreneurship in Uganda. A qualitative approach was used. Hundred nine women entrepreneurs in the agricultural sector were interviewed. It concludes with the relationship between educational level, types of business and entrepreneurial motivations of Ugandan women to appreciate their diversity and differences. A better understanding of these can help policy makers and practitioners to assess whether their programmes are achieving their objectives and contribute to improved development efforts in this area.

Keywords: education, entrepreneurship, motivations, women entrepreneurs, Uganda.

1 Introducción

A pesar del reconocimiento sobre la importancia de promover la igualdad de género, y el compromiso de abordar las diferentes necesidades y limitaciones de las mujeres y los hombres en el desarrollo, la puesta en práctica de este compromiso no es sencilla. Las medidas para la promoción de las mujeres como estrategias para el alivio de la pobreza y el desarrollo económico a través de la educación y el emprendimiento han sido fomentadas por agencias de Naciones Unidas y gobiernos africanos (Namukwaya y Kibirige 2019, Monteith y Camfield 2019). La educación es definida como la puerta de entrada a la erradicación de la pobreza, y una población educada puede resolver fácilmente problemas económicos como el desempleo mediante la creación de empresas, por ejemplo (Naciones Unidas [UN] 2015). Las significativas contribuciones económicas de las mujeres emprendedoras se han acompañado de las críticas dirigidas a las medidas para su promoción, y su investigación también es escasa (Brush y Cooper 2012). Algunas de esas críticas se refieren a las condiciones estructurales que dificultan la sostenibilidad empresarial o a los escenarios discordantes que aparecen al aplicarse a contextos distintos los mismos modelos e instituciones (Iwu y Etim 2019, McQuaid *et al.* 2020). La distribución de la actividad empresarial total de las mujeres en el Sur global no sigue el mismo patrón en todas las regiones. Mientras que el África subsahariana presenta la tasa más alta de actividad empresarial femenina (27%), las empresarias de la región de Oriente Medio y África del Norte registran la tasa más baja de todas las regiones (4%). En este artículo, se estudian las relaciones entre el nivel educativo, los tipos de negocios y los factores que motivan el emprendimiento de las mujeres de negocios en el sector agrícola en el Este africano, concretamente en Uganda, en dos de las áreas urbanas y comerciales más importantes del país: Kampala y Wakiso. Reconocer los factores que afectan a la actividad empresarial femenina requiere conocer y comprender el contexto social y personal de las mujeres.

La mayoría de las actividades empresariales conducen a la creación de pequeñas y medianas empresas y estas, en los países africanos, contribuyen sustancialmente al desarrollo y crecimiento económico (Iwu y Etim 2019, Mugoda *et al.* 2020). Las mujeres empresarias pueden desempeñar un papel crucial en el proceso de desarrollo económico si tienen igualdad de oportunidades y acceso a los recursos. A pesar del creciente número de mujeres empresarias, el porcentaje sigue siendo significativamente bajo, en comparación con su tasa de participación (Minniti y Arenius 2003). En este escenario, Uganda ocupa el primer lugar en emprendimiento femenino en África al sur del Sáhara, con el 38,2% de mujeres propietarias de empresas, seguida por Ghana, con un 37,9%; Botswana, con un 36%; Malawi, con un 31,1%, y Angola, con un 30,3% (Infor-

me *Índice de Mujeres Emprendedoras de la Fundación Master Card* 2019). Sin embargo, la tasa de supervivencia empresarial es baja. La educación aparece como un instrumento correctivo de esta debilidad y muchos países en desarrollo la han adoptado como herramienta para lograr reducir o eliminar el fracaso empresarial. La bibliografía sugiere importantes relaciones entre educación, creación de negocios y desempeño empresarial, así como entre educación empresarial y actividad emprendedora (Mbeteh y Pellegrini 2018, Boldureanu *et al.* 2020, Mahyoob 2020). El Gobierno ugandés ha promovido programas para la promoción de la educación femenina básica. Aunque se mejoró mucho el acceso, no mejoró la calidad. A medida que la población estudiantil se triplicó entre 1997 y 2014, cada vez más niños y niñas comenzaron a abandonar la escuela. En 2003, solo un tercio del estudiantado que se había matriculado en la escuela primaria llegó al séptimo grado. Además, pocos estudios han proporcionado datos cualitativos valiosos sobre la relación entre educación y mujeres emprendedoras, y la mayoría de estos tratan sobre los países del Norte global, siendo poco aplicables a los contextos africanos.

Este artículo se estructura en cinco partes: en la primera, se describe el área de estudio en la región central del país y las desigualdades de género en la educación y los negocios femeninos; en la segunda, se informa y discute sobre el marco teórico, centrado en la educación y educación para el emprendimiento, la formalidad e informalidad de los negocios, las motivaciones en los empresariados femeninos y las conexiones entre elementos culturales y emprendimiento; en la tercera parte, se describe la metodología utilizada a través de la descripción del método, la muestra y las técnicas de investigación y las estrategias de obtención y análisis de la información; en la cuarta parte, se presentan y discuten los resultados y, por último, se concluye.

2 Contexto de investigación: desigualdades de género en la educación y el emprendimiento femenino

Esta investigación se lleva a cabo en la región central de Uganda, en las ciudades de Kampala y Wakiso, capitales empresariales urbanas, con poblaciones de 1,5 y 1,9 millones de personas respectivamente (Departamento Nacional de Estadísticas de Uganda [UBOS] 2020). El gran número de migraciones desde la República Democrática del Congo, Somalia, Kenia, Ruanda, Tanzania, Sudán del Sur, China, India, Pakistán... proporciona importantes flujos de personas y mercancías que favorece, a su vez, el desarrollo del comercio y la actividad empresarial, servicios como escuelas, uni-

versidades e instituciones terciarias, lo que crea un contexto muy favorable para la educación formal, incluida la empresarial. No es casual que Kampala haya sido declarada recientemente como la más emprendedora del mundo (Singer *et al.* 2015).

Desde 1987, Uganda implementa un ambicioso programa de ajuste macroeconómico y reforma estructural, con fuerte apoyo de los acreedores, donantes multilaterales y bilaterales, fomento de la inversión extranjera directa, devaluación de la moneda, salario mínimo cero y privatización de sectores públicos (Forster *et al.* 2019). Estas medidas fueron elogiadas por algunos analistas políticos, pues parecían que aumentaban los ingresos medios nacionales, con un promedio del 6% (Nyombi 2016). De hecho, el lema gubernamental adoptado respecto a la educación en la edición del 16 de octubre de 1995 de *New Vision* era «que Uganda sea transformada de campesina a una sociedad empresarial: los dos elementos principales en este proceso son la completa liberalización de la economía y la introducción de la educación universal y obligatoria». El número de escuelas primarias se duplicó y los centros de formación secundaria se cuadruplicaron entre 1989 y 1994. El producto interno bruto (PIB) dedicado a la educación primaria aumentó del 0,4 al 2% entre 1989 a 1993 (Kwesiga 1996). En la Estrategia Nacional de Educación para las Chicas de Uganda (2015-2019), se estableció la paridad en la educación como objetivo, con un aumento del 53% para niños y un 47% para niñas en primaria, así como un aumento de la matrícula total en la educación terciaria para mujeres del 44%; en el país, el 57% de los/as jóvenes entre quince y veinticuatro años. Sin embargo, solo el 28% llega a la educación secundaria, y existen importantes tasas de deserción en estudios de primaria (UBOS 2017). La disparidad entre chicos y chicas en la educación deviene de múltiples factores, entre los que se encuentra la explotación y abuso sexual que sufren las chicas, la falta de ingresos de las familias para pagar las tasas de los colegios, la responsabilidad de las chicas en el trabajo doméstico, etc. Esta situación provoca que muchas chicas encuentren, en el emprendimiento, la manera de generar ingresos para subsistir. A nivel universitario, la matriculación de chicas en universidades públicas alcanzó el 48% en 2004 (Ministry of Education and Sports 2012, 2015-2019), aunque con más chicos graduándose al final de los cursos (Asio y Mubatsi 2009). Los/as estudiantes que perseveran a través del sistema educativo y logran alcanzar los cursos más altos se enfrentan, con posterioridad, a altos niveles de desempleo. Se estima que, al menos, 400 000 jóvenes se gradúan en universidades de Uganda cada año; sin embargo, el mercado laboral solo puede proporcionar 150 000 puestos de trabajo anuales (Mwesigwa 2014, Kanyeheyo 2015). En otras estadísticas, se muestra que el desempleo entre las mujeres aumentó un 8,9% en 2012, pasando al 13,2% en 2017, mientras que, entre los hombres, el desempleo disminuyó del 6,4 al 5,8% durante el mismo período

(Mukwaya 2019). Como resultado, el emprendimiento como curso académico se ha agregado a los planes de estudios (Okoth 2019) e impulsado el emprendimiento de las mujeres como un mecanismo para generar empleos y estimular la economía (Namatovu *et al.* 2012).

Sin embargo, las mujeres ugandesas están en desventaja en el emprendimiento empresarial, a pesar de sus importantes contribuciones económicas, debido al desigual acceso a los recursos respecto al capital, al mercado y a la tierra. Aquellas mujeres que están educadas no obtienen fácilmente un empleo remunerado y acceden con dificultades a créditos bajo las condiciones actuales, y quienes no han podido tener educación formal recurren a la informal, con el fin de obtener habilidades para la actividad empresarial, en su mayoría también informal (Kamuli *et al.* 2012, Unicef 2015, Kayongo *et al.* 2019). La educación formal y no formal se han mostrado poco eficientes para capacitar a las mujeres en el mercado de trabajo, dejándolas con una cifra abrumadora en actividades de subsistencia en el sector informal. Menos del 12% de las mujeres económicamente activas tienen un empleo remunerado; el resto son autónomas o contribuyen con trabajo familiar no remunerado. La economía informal en Uganda representa al 97% de las empresas (Nangoli *et al.* 2013); no requiere de mucho capital para iniciarse; posee menos regulaciones, lo que favorece la supervivencia de las empresas, y no precisa de altas calificaciones académicas o registro formal para su mantenimiento (Rugasira 2016); por lo tanto, constituye un refugio seguro para las mujeres emprendedoras. En la investigación de Guloba *et al.* (2017), se muestra que el 51,5% de las mujeres en Uganda, entre las edades de dieciocho y sesenta y cinco años, participan activamente en la economía informal y usan la educación informal como una alternativa frente al abandono escolar. Las empresas de mujeres representan una fuente considerable y sin explotar de futuro empleo y crecimiento económico en Uganda, con potencial para hacer una mayor contribución a los objetivos de reducción de la pobreza del país. En el área de estudio, se ha diferenciado entre aquellos lugares de mercado y actividad empresarial de ingresos altos y lugares de ingresos bajos (basados en el nivel de renta de la población, el coste de la vivienda y accesibilidad de servicios) (Healthbridge 2020). En el estudio de Guloba *et al.* (2017) se muestra que las mujeres emprendedoras, en su fase inicial, superan a sus homólogos masculinos, pero tienen menos oportunidades de crecimiento empresarial debido, entre otros factores, a la discriminación de sus homólogos masculinos, que piensan que el espíritu empresarial y el liderazgo político son trabajos para hombres (Mugabi 2014). En este contexto, en 2015 se inició el Programa de Emprendimiento de Mujeres de Uganda (PEMU), para mejorar el acceso a los servicios financieros e impulsar el crecimiento económico empresarial (Ministry of Gender, Labour and Social Development [MoGLSD] 2019). Con el PEMU,

las mujeres cuentan con la oportunidad de empoderarse mediante la concesión de créditos sin intereses, información de mercado y conocimientos técnicos. Su objetivo general es aumentar la participación de las mujeres en el desarrollo empresarial, el incremento de sus ingresos, la seguridad de los medios de vida y la calidad de vida en general.

3 Marco teórico y conceptual

El emprendimiento *femenino* incluye el autoempleo o la creación de una empresa, donde su propiedad mayoritaria es administrada por mujeres, además del proceso de toma de decisiones (Carter y Shaw 2006). Suelen ser pequeñas y normalmente situadas en la llamada «economía informal», lo que impide su registro (Xavier *et al.* 2013, Vossenberg 2013) y reduce la posibilidad de obtener datos confiables para su estudio. Una mujer emprendedora es aquella que ha iniciado un negocio por sí misma, con uno/a o más socios/as, y asume riesgos, responsabilidades financieras, administrativas y sociales, así como la gestión diaria de las operaciones (PNUD 2004). En cualquier caso, hay que añadir que las mujeres emprendedoras se enfrentan a numerosos prejuicios y estereotipos de género, que las sitúan como víctimas pasivas poco capacitadas para administrar negocios o intrusas en un sector dominado por hombres (Asare *et al.* 2015, Iwu y Etim 2019). Las estadísticas miden el *éxito de las mujeres* en los negocios en función de que estas sean propietarias, pero no de la calidad, el valor o su sostenibilidad (informe *Índice de Mujeres Emprendedoras de la Fundación Master Card* 2019). Como resultado, el fracaso desenfrenado de las empresas de mujeres y los altos niveles de desempleo, incluso con supuestas habilidades educativas formales, no están representados.

En África, la diferenciación entre *negocios formales e informales* deviene de una visión dual de la economía en la que no se tiene en cuenta multitud de elementos culturales y sociales (Narotzky 2003). Algunos estudios coinciden en que los determinantes de la formalidad e informalidad de las empresas en Uganda se basan en si estas se encuentran registradas ante las autoridades, pagan impuestos, tienen protección social, etc. (Chen y Carre 2020, Mugoda *et al.* 2020). En la realidad, estas diferenciaciones no son tan claras y autores como Nongo (2016) las define como aquellas que no están controladas por las autoridades y que escapan a cualquier tipo de fiscalización y regulación, a partir de las que un importante sector de la población sobrevive, aunque en condiciones muy precarias.

La *formación y educación empresarial* se introdujo en el currículo para estimular a los/as estudiantes en la conformación de empresas (Basalirwa *et al.* 2016, Onwuzuligbo *et al.* 2019). Esto

se ha hecho con la afirmación de que el conocimiento y las habilidades empresariales pueden enseñarse y aprenderse (Soomro y Shah 2015) y cambiar las motivaciones y actitudes (Alinda *et al.* 2018). En Uganda, la educación empresarial formal se introdujo en la mayoría de las universidades a partir del año 2000 (National Curriculum Development Centre [NCDC] 2014). A pesar de que los estudios sobre la educación empresarial abundan (Cho y Honorati 2013, Blattman y Ralston 2015), es escasa la bibliografía sobre sus desafíos, específicamente en África (Mbeteh y Pellegrini 2018). En las definiciones sobre emprendimiento, han predominado las aspiraciones de individuos libres de cargas familiares y sociales, cuya última finalidad es el beneficio individual (Raposo y Do Paço 2011). De forma alternativa, la *educación informal* se caracteriza por aprender de la experiencia, desde el hogar, la comunidad o el trabajo (Kolodych y Zarzycka-Dertli 2020, Kislova 2020), y se presenta como una alternativa para las niñas frente a diferentes contingencias. Esta educación permite obtener habilidades y competencias desde sus familias y personas mayores, útiles para la vida cotidiana, como la educación financiera básica, e iniciarlas en la actividad empresarial (Monteith y Camfield 2019). No está estructurada y, por lo tanto, no emite títulos académicos ni credenciales (Misko 2008, Fitzgerald 2020); aspecto criticado por la escasa capacidad de influencia política y reivindicación de mejores condiciones económicas y sociales para acceder (Radakovic y Antonijevic 2013), por ejemplo, a créditos.

En los países del Sur global, las principales *motivaciones* definidas para el emprendimiento de las mujeres han sido la necesidad de generar riqueza, aprovechar una oportunidad y ganar independencia (Brush y Cooper 2012, Namatovu *et al.* 2012). En otros estudios, se expone cómo las motivaciones de las mujeres para iniciar un negocio son aquellas inmediatas para el mantenimiento de ellas y sus hijos satisfaciendo las necesidades más urgentes de una familia (Mugabi 2014), y los factores relacionados con la familia son incluso más relevantes que para hombres y han demostrado cómo las actividades de generación de ingresos de estas no solo aumentan y diversifican los ingresos del hogar, sino que también son más propensas que los hombres a invertir en el bienestar de sus familias y comunidades (Doss 2013). Por lo tanto, la promoción de la iniciativa empresarial de las mujeres puede contribuir a aliviar la pobreza en el África subsahariana (Minniti y Arenius 2003).

A pesar de estos estudios, las investigaciones sobre las motivaciones y aspiraciones de las mujeres empresarias en el África subsahariana son limitadas (Hailemariam 2018):

Las conexiones entre *cultura y emprendimiento* son importantes para entender la actividad empresarial, las motivaciones y concepciones de éxito de las mujeres en Uganda. La conexión entre las relaciones sociales y familiares para el emprendimiento femenino son fundamentales (Monteith y Camfield 2019), donde predominan las estructuras sociales colate-

rales en las relaciones y prevalecen los objetivos y el bienestar del grupo, la familia y/o el clan (Twikirize y Spitzer 2019, Mupedziswa *et al.* 2019), a las que los siguen el respeto por los/as mayores y el sentido de comunidad (Darley y Blankson 2008). En esta investigación, se opta por una concepción subjetiva del éxito, a través del cumplimiento de metas definidas según el género y el nivel educativo, y siempre influidas por su entorno socioeconómico, las redes sociales y las relaciones familiares.

4 Metodología

4.1. Método, muestra y técnicas de investigación

Se trata de una investigación empírica cualitativa para captar detalles y complejidad del objeto de estudio, manifestando el valor de una microperspectiva. Para analizar las motivaciones empresariales de las mujeres y su definición de éxito empresarial, recogimos datos durante los años 2019 a 2021. Hicimos las primeras indagaciones sobre los posibles lugares de trabajo y, finalmente, elegimos las zonas urbanas de Kampala y Wakiso, dada su ubicación, su acceso y la relativa seguridad de la zona, así como su historia y centros comerciales, que distinguimos entre aquellos de altos ingresos y aquellos de ingresos bajos. Las principales herramientas utilizadas a lo largo de la investigación fueron el diario de campo, para recoger toda la información y las observaciones de los sucesos; las notas teóricas y los problemas metodológicos; la observación participante, y las entrevistas individuales, tanto semiestructuradas como abiertas.

4.2. Estrategias de recogida de información

Entrevistar a empresarias de diferentes sectores ayudó a centrarnos en el sector de la agroindustria. Se entrevistaron a 109 mujeres mediante un muestreo intencionado (Creswell 2012). El tipo de actividades seleccionadas fueron los negocios de mercado y callejeros, las tiendas minoristas, los restaurantes, los/as productores y productoras de hortalizas e invernaderos, los/as vendedores/as de semillas y el dinero móvil. Los negocios de mercado son negocios situados en mercados públicos grandes, con mujeres que venden productos alimenticios frescos, como frutas frescas, verduras y *matooke* («plátano verde»). Aquí se incluyen negocios situados en las principales calles de la ciudad o en el borde de la carretera y, en ellos, se venden frutas y alimentos frescos al borde. Los comercios minoristas se ubican dentro y fuera de los mercados y venden alimentos secos. Los invernaderos son negocios dedicados al cultivo, dentro de estructuras protegidas en el mercado y, en ellos, se venden semillas de calidad para los agricultores. Los negocios de dinero móvil proporcionan transacciones financieras a vendedores/as y compradores/as en los mercados y en las carreteras principales e incluyen el envío y la recepción de dinero a tra-

vés del teléfono móvil por parte de compradores/as y vendedores/as, para iniciar y concluir transacciones comerciales.

Los criterios de selección de las participantes fueron su disposición a participar en las entrevistas y su residencia en la zona de estudio mediante un muestreo de bola de nieve. La estrategia de contacto consistió en abordar a las empresarias en los mercados (Nakasero, Kalerwe, Ntinda y Wandegeya), en los comercios y en las calles, explicándoles el estudio y nuestro interés por realizar una entrevista. La media de años de las empresas es de 8,1.

Lugar	Tipo de negocio
Lugares de mercado	Vendedores de alimentos frescos: <i>matooke</i> , frutas y verduras Agentes de dinero móvil
Tiendas de venta al por menor	Alimentos secos (arroz, judías, flor de maíz, aceite de cocina...) Vendedores de semillas
Calle	Comida fresca Restaurantes callejeros Agentes de dinero móvil
Restaurantes	Venta de alimentos cocinados, como guisos de carne, <i>matooke</i> al vapor y verduras hervidas
Granjas de invernaderos	Cultivos de invernadero, como los tomates, y su venta a los compradores de Kampala
Vendedores de semillas	Venta de semillas de calidad a los agricultores
Productores de hortalizas	Agricultores y vendedores de hortalizas, como cebollas y coles

Tabla 1

Lugares de investigación

Fuente: elaboración propia.

En las entrevistas, la primera autora se presentó como estudiante de la Universidad de Makerere, para ilustrarse y aprender, procedente del área de estudio y residente en la zona. Durante ese tiempo, estuvo asociada como investigadora en el Centro de Estudios de Género de la Universidad de Makerere. Esta asociación estableció la confianza entre las mujeres empresarias y el entendimiento de un compromiso a largo plazo, ya que se aceptó su presencia en las áreas de investigación. Las entrevistas se realizaron en lengua *luganda*. Se contó con un asistente de investigación con experiencia en investigación cualitativa en ciencias sociales. Se garantizó la confidencialidad de la información, por lo que los nombres de las personas y lugares que aparecen aquí son ficticios. Todas las participantes fueron informadas sobre la confidencialidad. El trabajo documental se realizó, principalmente, en los centros de documentación de la Universidad de Makerere. El tratamiento de la información obtenida reveló los aspectos más significativos del papel de la educación de las mujeres para las iniciativas empresariales, las expectativas y las limitaciones. Ampliamos esta codificación inicial e incluimos otros temas, a medi-

da que avanzaba la investigación. Prestamos especial atención a las ideas clave y recurrentes, como las motivaciones para emprender, y las diferencias en las definiciones sobre sus motivaciones para emprender y realizar negocios.

4.3. Técnicas de análisis de datos

Una vez finalizado el trabajo de campo, se recopiló la información y se transcribió en documentos de Word y hojas de cálculo Excel, y se analizó utilizando la relación de categorías de análisis identificadas en las matrices intertextuales. Se utilizó el análisis de las categorías que se originaron en el guion de entrevistas y que proporcionaron un sistema de conceptos interconectados (Santander 2011). Los bloques temáticos centrales a partir del que se obtuvieron las categorías de análisis fueron: su situación personal (edad, estado civil, nivel educativo y número de hijos) y actividad empresarial (tipo de negocio, motivaciones, ubicación de la actividad empresarial y tiempo de apertura del negocio); también se preguntó sobre la relación con otras empresarias, la participación en proyectos de desarrollo empresarial como microcréditos o de formación para el emprendimiento, etc. (tabla 2).

Tema central	Subtemas
Perfil sociodemográfico	Nombre del lugar y/o mercado, tipo de zona, edad, duración del negocio, tipo de comercio, residencia, estado civil, número de hijos y educación
Tipo de negocio	Tipo de actividad empresarial, razones para la elección y problemas principales
Motivaciones para la realización de negocios	Individuales, familiares y comunitarias
Educación previa y formación para el emprendimiento	Tipo de educación, razones para ir o no a la escuela y valoración
Apoyos o soporte gubernamental o no gubernamental	Participación en programas de desarrollo, educativos o empresariales, como microcréditos u otros

Tabla 2

Bloques temáticos centrales del guion de entrevista

Fuente: elaboración propia.

5 Discusión y principales resultados del estudio

5.1. Perfil sociodemográfico de las entrevistadas

Se entrevistaron a 109 mujeres empresarias, de las cuales 10 no tenían ningún tipo de educación formal, 49 tenían educación

básica; 33 contaban con educación secundaria y 14 con educación superior; 3 de ellas no respondieron. Asimismo, ninguna asistió o participó en el PEMU. Respecto al perfil sociodemográfico en términos de responsabilidades familiares, todas de las mujeres eran madres. Del total de las mujeres entrevistadas, 32 estaban casadas, 54 eran solteras, 9 eran viudas y 14 no respondieron a esa cuestión. De las educadas, 16 estaban casadas y 30 eran solteras. Entre aquellas que no tenían educación o solo educación primaria, 39 estaban solteras. Todas las mujeres poseían una gran importancia económica en su estructura familiar:

Me presionaban las dificultades de la vida y, como sabes, hoy día, los hombres han dejado de lado sus responsabilidades como tales; así que yo quería trabajar para cuidar de mis hijos y también para pagar el alquiler de mi casa. Sí, hoy día, somos madres solteras (entrevista 43).

De las entrevistadas, solo 3 habían tenido una experiencia en los negocios como propietarias de un año o menos; 42, de uno a cuatro años; 39, de cinco a diez años; 11 mujeres, de once a diecinueve años, y 8, con experiencias empresariales de más de veinte años. Seis mujeres no respondieron a esta cuestión. Las propietarias de negocios de mayor duración son aquellas sin educación formal o solo con educación primaria. Esto se debe a que quienes poseen niveles educativos superiores ven en los negocios de este sector una experiencia temporal, mientras encuentran un empleo asalariado, con mayores beneficios económicos y prestigio social:

Abrí mi tienda de semillas hace dos años, pero estoy esperando un empleo en la cooperativa agrícola y, si me lo dan, buscaré a alguien que continúe aquí. Si no lo encuentro, cerraré; prefiero un salario fijo todos los meses... (entrevista 32).

5.2. Niveles educativos de las mujeres empresarias del sector agrícola

Las mujeres emprendedoras eligieron su tipo de negocio de acuerdo con su nivel de educación. Aquellas con calificaciones de educación más bajas optaron por operar en los mercados, mientras que aquellas con educación superior operaron tiendas u otros comercios (véase tabla 3).

Tipo de negocio	Nivel educativo	Frecuencia	Porcentaje
Mujeres del mercado o de venta ambulante	Ninguna educación o niveles de primaria	82	75,2 %
Comercios y restaurantes	Educación secundaria	22	20,1 %
Agentes de dinero móvil	Educación secundaria y universitaria	2	1,9 %

Tipo de negocio	Nivel educativo	Frecuencia	Porcentaje
Granjas de invernaderos, vendedores de semillas y agricultores de hortalizas	Educación universitaria	3	2,8%
Total		109	100%

Tabla 3

Tipo de negocio agrícola y nivel educativo de las mujeres empresarias

Fuente: elaboración propia.

5.3. Formación para el emprendimiento: un análisis del PEMU

En la investigación de Guloba *et al.* (2017), se muestra que el 51,5% de las mujeres en Uganda entre las edades de dieciocho y sesenta y cinco años participan activamente en la economía informal y usan también la educación informal como una alternativa frente al abandono escolar. Las empresas de mujeres representan una fuente considerable y sin explotar de futuro empleo y crecimiento económico en Uganda, con potencial para hacer una mayor contribución a los objetivos de reducción de la pobreza del país (Stevenson y St-Onge 2005). Para dar respuesta a las necesidades de las mujeres emprendedoras, planteadas por Guloba *et al.* (2017), se inició el PEMU. El programa tiene por objetivos reforzar la capacidad de las mujeres para el desarrollo empresarial, proporcionar créditos asequibles y apoyar el acceso a otros servicios financieros para que las mujeres puedan crear y hacer crecer sus empresas, facilitar el acceso de las mujeres a los mercados para sus productos y servicios y promover el acceso a tecnologías apropiadas para la producción y la adición de valor. El 70% del presupuesto del programa se dirige al suministro de microcréditos a grupos de mujeres sin intereses sobre la base de un fondo rotatorio. Se requiere que las mujeres estén en grupos de 10-15 miembros para asegurar la implementación exitosa de su empresa prioritaria y el reembolso completo del fondo rotatorio. Otros componentes son el desarrollo de capacidades y habilidades y el apoyo institucional dirigido al asesoramiento empresarial (MoGLSD 2019).

Las mujeres objeto de este programa son supuestamente desempleadas; grupos vulnerables, por ejemplo, madres jóvenes solteras, viudas y supervivientes de la violencia de género; mujeres con discapacidades; mujeres que viven con el VIH/sida; mujeres cabeza de familia; mujeres que viven en barrios marginales; mujeres que viven en zonas de difícil acceso, y minorías étnicas. Sin embargo, existen muchas dificultades para su implementación y sostenibilidad. Los principales problemas son el bajo y desigual número de

mujeres beneficiarias; generalmente, acceden aquellas con educación superior y recursos para el acceso a créditos empresariales, con habilidades para gestionar un negocio, criterios de acceso poco transparentes y politización del programa que suele beneficiar a mujeres afines al partido en el Gobierno y la mentalidad patriarcal de los hombres, que prefieren que sus mujeres no participen en programas para el empoderamiento femenino (Mugabi 2014, Guma 2015).

De las mujeres entrevistadas, solo tres de ellas recibieron algún tipo de formación empresarial, y no se han distinguido diferencias en el acceso a estos programas por nivel educativo ni por el estado civil de las mujeres. Sin embargo, los negocios de estas mujeres se encuentran en el mismo tipo de área geográfica. Las empresas femeninas formales se encontraban, generalmente, en aquellas zonas de altos ingresos donde también se han localizado los PEMU. El desigual acceso a programas formativos que pueden promover y favorecer los negocios femeninos no se aplica en los lugares donde son mayormente necesarios aquellos de bajos ingresos, donde predominan los negocios informales que llevan mujeres con escasa o ninguna educación formal.

5.4. Educación y estado civil en las motivaciones para los negocios

Uno de los importantes resultados encontrados es la influencia del nivel educativo y el estado civil en las motivaciones de las mujeres empresarias. Según las entrevistas realizadas, las motivaciones centrales de las mujeres para crear una empresa son, de forma generalizada, dar respuesta a las necesidades básicas de sus familias y hogares, coincidiendo con Mugabi (2014). Por el contrario, se encuentran diferencias con los estudios de Brush y Cooper (2012) que necesitan precisarse. Los autores exponen como principales motivaciones la necesidad de generar riqueza, aprovechar una oportunidad y ganar independencia. En este estudio, la educación de las mujeres va a marcar diferencias respecto a sus motivaciones. Para las mujeres con niveles educativos básicos, de primaria, o sin ningún tipo de educación, los negocios dan respuesta a las necesidades inmediatas y básicas de sus familias, principalmente las que tienen que ver con la disponibilidad de alimentos y el pago de tasas para el colegio de sus hijos/as. Dijeron que estaban motivadas para emprender un negocio para poder enviar a sus hijos/as a la escuela, a fin de que alcanzaran el nivel más alto de educación, lo que no pudieron lograr ellas, debido a que abandonaron la escuela en una etapa temprana. Los negocios les permitía invertir en la educación de sus hijos/as, para que estos/as pudieran tener un futuro mejor que el suyo. Así lo expuso la entrevistada 1, una empresaria del mercado que, desde hace veintidós años dejó su educación formal en el nivel primario:

Si tuviera educación, estaría empleada en una institución formal y ganaría más rápido; esto era lo que quería en mi infancia, pero, ahora, trabajo para que mis hijos se gradúen y consigan buenos trabajos que yo no conseguí (entrevista 1).

Sin embargo, es significativo que, entre aquellas con mayor formación, secundaria o superior, la principal motivación es gozar de una mayor «autonomía». Entre quienes su motivación era una mayor autonomía, todas estaban casadas. La autonomía como motivación se relaciona con la capacidad para contribuir a las necesidades básicas del hogar junto con los maridos y tomar decisiones sobre los ingresos en el hogar y fuera de él. Coincidiendo con Wolf y Frese (2018), para estas mujeres, la familia es fundamental en la motivación para la actividad empresarial:

La motivación principal para hacer negocios ha sido contribuir en el hogar igual que hace mi marido, por ejemplo, pagando la electricidad de la luz, pero también quiero cosas que mi marido no me va a comprar como, por ejemplo, las cosas necesarias para invertir en mi negocio, ropa para vestir bien o incluso comprar un trozo de tierra (entrevista 6).

Entre las mujeres educadas, independientemente de si eran solteras o casadas, se distinguieron tres motivaciones distintas relacionadas con la generación de ingresos que el negocio posibilita: la primera se relaciona con el bienestar general y la satisfacción de necesidades básicas en la familia; la segunda, con los negocios en sí mismos y la posibilidad de mejora y expansión; la tercera, con la independencia económica y capacidad de tomar decisiones:

Hoy día, en Uganda, tener a una sola persona que gane para el hogar es difícil, así que quería apoyar a mi marido, que es comerciante (entrevista 42).

Existe un elemento que comparten las mujeres solteras, independientemente del nivel educativo, que es el de comprar una casa como motivación importante para la realización de negocios. Esta constituye una cuestión importante, vinculada con las relaciones de género en este contexto. Las casas y las tierras han sido tradicionalmente una propiedad masculina, dada la organización patrilineal, y se espera de los hombres que provean de casas a las mujeres tras el matrimonio. Los negocios femeninos y la obtención de ingresos han posibilitado la compra de casas y tierras por parte de las mujeres como un seguro para su futuro y el de sus hijos/as (Organisation for Economic Co-operation and Development [OCDE] 2015). Específicamente, en las zonas urbanas de Kampala y Wakiso, las mujeres solteras dijeron que los negocios les han dado la oportunidad de comprar sus propias casas en muchos casos, lo que supone una mayor seguridad personal:

Con mi negocio he podido comprar un terreno y construir una casa para mis hijos y para mí. De aquí saco dinero para sus gastos escolares y sus medicamentos (entrevista 2).

Mi visión era educar a mis hijos, construir una casa y tener dinero para cuidar la salud de mi familia y ahorrar para el futuro. Esto lo estoy logrando y creo que tengo éxito [...]. Mi negocio no está creciendo por ahora, pero he logrado algunas cosas, como educar a mis hijos y construir una casa (entrevista 3).

6 Conclusiones

Las mujeres empresarias del sector agrícola desempeñan un papel fundamental en las economías domésticas y en las estrategias para la reducción de la pobreza. Son actrices centrales a quienes los programas dirigidos a la lucha contra la pobreza y el desarrollo socioeconómico deben tener en cuenta. En este artículo, hemos explorado las conexiones entre la educación y el emprendimiento en el sector agrícola en dos zonas urbanas de Uganda, para determinar el papel que desempeña la educación en los negocios. Se ha profundizado en la relación que existe entre los niveles educativos de las mujeres empresarias, el tipo de negocios y el estado civil. La educación formal y la creación de pequeños y medianos negocios han sido medidas destacadas por el Gobierno ugandés desde la década de los ochenta en adelante, como lo será la educación para el emprendimiento a partir de 2015. Si bien la educación se ha encontrado como un elemento central para la actividad empresarial, esta investigación demuestra la existencia de otros factores, que influirán de forma importante en ella, como es el estado civil.

Entre los principales resultados, la educación constituye un importante recurso para las mujeres empresarias, pero solo disponible para una minoría, lo que genera una importante diferencia entre estas y sus actividades empresariales. La mayoría de las empresarias del sector no cuentan con educación o solo disponen de educación primaria o informal y sus negocios son informales, callejeros o en el mercado (Nongo 2016) y, si bien escapan a cualquier tipo de fiscalización y regulación, se mantienen en condiciones muy precarias. Entre los problemas más significativos, se han identificado aquellos relacionados con la seguridad, como son la falta de un local permanente donde los clientes puedan localizarlas y acceder de forma sencilla, o las adversidades del clima y la persecución policial, por la que se encarcela a las mujeres de negocios callejeros, porque consideran sus negocios ilegales (Guloba *et al.* 2017). Las respuestas estatales para suplir la carencia educativa en la actividad empresarial femenina se han dirigido a través del PEMU. Contrariamente a lo esperado, este programa solo llega a empresarias que tienen y realizan sus negocios en aquellos lugares de Kampala y Wakiso, caracterizados por sus altos ingresos. Estas mujeres, además, cuentan con mayor nivel educativo, en su mayo-

ría casadas y no son, por tanto, quienes más lo necesitan: aquellas sin educación y solteras.

Las motivaciones se han analizado a partir, fundamentalmente, de las definiciones de Brush y Cooper (2012) y Namatovu *et al.* (2012). Todas las mujeres encuentran su motivación principal para la realización de negocios en el sector agrícola, con el fin de responder a las necesidades básicas de sus familias y hogares, coincidiendo con Twikirize y Spitzer (2019) y Mupedziswa *et al.* (2019) y el predominio de los objetivos del bienestar familiar en la actividad empresarial. Pero se han encontrado diferencias según el nivel educativo y su estado civil, a diferencia del estudio de Brush y Cooper (2012). Las mujeres sin educación tienen como prioridad la satisfacción de las necesidades básicas de sus hijos/as (Mugabi 2014); quienes cuentan con educación encuentran una importante motivación en la mejora de sus negocios y en la posibilidad de tomar decisiones y tener mayor autonomía en el interior del hogar. Una motivación común entre las mujeres solteras es la de comprar una vivienda pues, generalmente, la satisfacción de esta necesidad recae sobre los hombres, siguiendo las características de las relaciones de género.

A pesar de ello, las mujeres continúan creando empresas motivadas por imposibilidad de seguir los itinerarios educativos y como reacción a su situación de marginalidad, dado el abandono educativo, la necesidad de suplementar ingresos para satisfacer las necesidades del hogar, la educación de los/as hijos/as como una forma de garantizar el futuro de ellas y sus familias, y la compra de una casa para tener mayor seguridad.

Especialmente en los países menos desarrollados, con una alta tasa de desempleo femenino, el emprendimiento puede ser una solución práctica para obtener ingresos y reducir su tasa de desempleo y pobreza (Sarfaraz *et al.* 2011). Se espera que la igualdad de género aumente el apoyo al empresariado femenino (Baughn *et al.* 2006). Para ello, es necesario seguir realizando investigaciones sobre la situación de las mujeres empresarias en el África subsahariana que permitan mejorar los programas dirigidos a su promoción. Recomendamos, asimismo, a los/as agentes de desarrollo proporcionar sesiones de orientación de apoyo para conocer la naturaleza de los retos y experiencias que otras mujeres han afrontado previamente en sus propios negocios y ofrecer soluciones a este tipo de problemas antes de iniciar sus propios negocios.

7 Bibliografía

- ALINDA F, NDUHURA A, MUKASA R (2018). Promoting entrepreneurship through the mind-set change approach: Empirical evidence from women entrepreneurs in Uganda. *International Journal of Economics, Commerce and Management* 4(10): 415-426. https://www.researchgate.net/publication/330999099_Promoting_Entrepreneurship_Through_Mindset_Change_Approach_Empirical_Evidence_from_Women_Entrepreneurs_in_Uganda, acceso 11 de abril de 2022.
- ASARE R, AKUFFOBEA M, QUAYE W, ATTA-ANTWI K (2015). Characteristics of micro, small and medium enterprises in Ghana: Gender and implications for economic growth. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development* 7(1):26-35. <http://csirspace.csirgh.com/bitstream/handle/123456789/993/Characteristics%20of%20micro,%20small%20and%20medium%20enterprises%20in%20Ghana-%20gender%20and%20implications%20for%20economic%20growth.pdf?sequence=1>, acceso 10 de abril de 2022.
- ASIO R, MUBATSI AH (2009). To keep or end the 1.5 free points for varsity girls? *The Independent*. <https://www.independent.co.ug/keep-end-1-5-free-points-varsity-girls/>, acceso 18 de febrero de 2021.
- BASALIRWA E, GOUGH K, BALUNYWA W (2016). Entrepreneurship education in Uganda. En: Gough KV, Langevang T (eds.). *Young entrepreneurs in sub-Saharan Africa*, pp. 248-262. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/oa-edit/10.4324/9781315730257-26/entrepreneurship-education-uganda-edith-mwebaza-basalirwa-katherine-gough-waswa-balunywa>, acceso 9 de abril de 2022.
- BLATTMAN C, RALSTON L (2015). Generating employment in poor and fragile states: Evidence from labour market and entrepreneurship programs. *Social Science Research Network*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2622220, acceso 8 de abril de 2022.
- BOLDUREANU G, IONESCU A, BERCU AM, GRIGORUTA BMV, BOLDUREANU D (2020). Entrepreneurship education through successful entrepreneurial models in higher education institutions. *Sustainability* 12. https://www.researchgate.net/publication/339198654_Entrepreneurship_Education_through_Successful_Entrepreneurial_Models_in_Higher_Education_Institutions, acceso 10 de abril de 2022.
- BRUSH CG, COOPER SY (2012). Female entrepreneurship and economic development: an international perspective. *Entrepreneurship & Regional Development* 24(1-2):1-6. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08985626.2012.637340>, acceso 12 de abril de 2022.
- CARTER SL, SHAW E (2006). Women business ownership: recent research and policy developments (Report No. 8962). Small Business Service. <https://strathprints.strath.ac.uk/8962/>, acceso 19 de enero de 2022.
- CHEN M, CARRE, F (2020). *The Informal Economy Revisited: Examining the Past, Envisioning the Future*. Routledge, Londres.
- CHO Y, HONORATI M (2013). Entrepreneurship Programs in Developing Countries: A Meta regression analysis (Discussion Paper No. 7333). Institute for the Study of Labour. <http://ftp.iza.org/dp7333.pdf>, acceso 20 de marzo de 2021.
- CRESWELL JW (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*, 4.ª ed. Pearson, Boston (Massachusetts).
- DARLEY WK, BLANKSON C (2008). African culture and business markets: implications for marketing practices. *Journal of Business & Industrial Marketing* 23(6):374-383. https://www.academia.edu/20717541/African_culture_and_business_markets_implications_for_marketing_practices, acceso 11 de abril de 2022.
- DOSS C (2013). Intra-household bargaining and resource allocation in developing countries. *The World Bank Research Observer* 28(1):52-78. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/12240/wps6337.pdf>, acceso 7 de abril de 2022.

- FITZGERALD LM (2020). Weaving formal teacher education with non-formal environmental education: making a career transition. En: Edge CU, Cameron-Standerford A, Bergh B (eds.). *Textiles and Tapestries: Self-Study for Envisioning New Ways of Knowing*, capítulo 23. EdTech Books. https://edtechbooks.org/textiles_tapestries_self_study/chapter_23, acceso 8 de abril de 2022.
- FORSTER T, KENTIKLENIS AE, REINSBERG B, STUBBS TH, KING LP (2019). How structural adjustment programs affect inequality: a disaggregated analysis of IMF conditionality, 1980-2014. *Journal of Social Science Research* 80:83-113. https://www.researchgate.net/publication/330375996_How_structural_adjustment_programs_affect_inequality_A_disaggregated_analysis_of_IMF_conditionality_1980-2014, acceso 11 de abril de 2022.
- GULOBA M, SEWANYANA S, BIRABWA E (2017). Rural women entrepreneurship in Uganda: a synthesis report on policies, evidence, and stakeholders (Report No. 257815). Economic Policy Research Centre. <http://library.health.go.ug/publications/policy-documents/rural-women-entrepreneurship-uganda-synthesis-report-policies-evidence>, acceso 19 de enero de 2022.
- GUMA KP (2015). Business in the urban informal economy: barriers to women's entrepreneurship in Uganda, *Journal of African Business* 16(3):305-321. https://www.researchgate.net/publication/282839480_Business_in_the_urban_informal_economy_barriers_to_women's_entrepreneurship_in_Uganda, acceso 10 de abril de 2022.
- HAILEMARIAM AT (2018). Women Entrepreneurs in Sub-Saharan Africa: A Self-Determination Theory Perspective. The Case of Ethiopia. https://pure.uvt.nl/ws/portalfiles/portal/26777867/Hailemariam_Women_03_07_2018.pdf, acceso 7 de abril de 2022.
- HEALTHBRIDGE (2020). Report on Local Markets in Kampala. https://healthbridge.ca/dist/library/Uganda_Market_Report_Jan18_compressed.pdf, acceso 30 de octubre de 2021.
- IWU CG, ETIM E (2019). A descriptive literature review of the continued marginalisation of female entrepreneurs in sub-Saharan Africa. *International Journal of Gender Studies in Developing Societies* 3(1). https://www.researchgate.net/publication/330061400_A_descriptive_literature_review_of_the_continued_marginalisation_of_female_entrepreneurs_in_sub-Saharan_Africa, acceso 9 de abril de 2022.
- KAMULI E, YOUNGER M, WARRINGTON M (2012). Gender in East Africa: What keeps girls in primary school in Uganda? An exploration of the factors that enable girls' retention in Bududa and Nakapiripirit (Report No. 12). Centre for Commonwealth Education. https://www.educ.cam.ac.uk/centres/archive/cce/publications/CCE%20Report%20No%2012_Gender%20Report%20final.pdf, acceso 19 de enero de 2022.
- KANYEHEYO MI (2015). The Crippling Dilemma of Graduate Youth Unemployment. *The New Vision*. https://www.newvision.co.ug/new_vision/news/1319320/crippling-dilemma-graduate-, acceso 30 de noviembre de 2020.
- KAYONGO E, KAWOOYA I, MIJUMBI-DEVE R (2019). The causes of school dropout at the transition between primary to secondary school and possible control measures. *Acres*. <https://acres.or.ug/wp-content/uploads/2020/01/final-causes-of-school-drop-out.pdf>, acceso 21 de junio de 2021.
- KISLOVA A (2020). Role of informal education supported by social networks and internet platforms in the development of the Anti-Corruption Movement in Russia. En: Brown M, Mhichil GM, Beirne M, Costello E (eds.). *Proceedings of the 2019 ICDE World Conference on Online Learning* (1). https://www.researchgate.net/profile/Eamon-Costello/publication/342109094_Proceedings_of_the_2019_ICDE_World_Conference_on_Online_Learning_Vol_1_Dublin_City_University_Dublin/links/5eece7b2458515814a6b4fe8/Proceedings-of-the-2019-ICDE-World-Conference-on-Online-Learning-Vol-1-Dublin-City-University-Dublin.pdf, acceso 7 de abril de 2022.
- KOŁODYCH D, ZARZYCKA-DERTLI EJ (2020). Development features of emotional intelligence in the conditions of informal education (cross cultural aspect). *International Journal of Socialization and Human development* 2(1). <https://www.shdisj.com/index.php/shdisj/article/view/27/30>, acceso 7 de abril de 2022.

- KWESIGA J (1996). Basic Education and the Elimination of Poverty. Social Watch Poverty Eradication and Gender Justice. <https://www.socialwatch.org/node/10581>, acceso 19 de julio de 2021.
- MAHYOUB M (2020). Challenges of e-Learning during the COVID-19 Pandemic Experienced by EFL Learners. *Arab World English Journal* 11(4):351-362. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1287713.pdf>, acceso 10 de abril de 2022.
- MAINA I, MARKS Z (2020). Women and the changing face of entrepreneurship in Africa: policy brief on strengthening and scaling the next generation of women entrepreneurs in Africa. https://africa.harvard.edu/files/african-studies/files/women_entrepreneurship_in_africa_policy_brief_-_next_generation_final.pdf, acceso 12 de abril de 2022.
- MASTER CARD INDEX OF WOMEN ENTREPRENEURS (2019). Uganda, Ghana and Botswana have the highest percentage of business owners in the world [Press release]. <https://newsroom.mastercard.com/mea/press-releases/uganda-ghana-and-botswana-have-highest-percentage-of-women-business-owners-in-the-world-finds-mastercard-index/>, acceso 8 de abril de 2022.
- MBETEH A, PELLEGRINI M (2018). Entrepreneurship education in developing countries: a study on key challenges in Sierra Leone. En: Dana L-P RV (ed.). *African Entrepreneurship – Challenges and Opportunities for Doing Business*, pp. 89-116. https://www.researchgate.net/publication/325318548_Entrepreneurship_Education_in_Developing_Countries_A_Study_of_the_Key_Challenges_in_Sierra_Leone, acceso 8 de abril de 2022.
- MCQUAID K, VANDERBECK MR, MBABAZI B (2020). Girls have powers: Using research-led arts to connect policymaking with girls' lived experiences in Uganda. *Gender, Place & Culture*. https://eprints.whiterose.ac.uk/158062/1/Girls%20have%20powers_Main%20Text_21Oct19%20with%20endnotes%20removed.pdf, acceso 9 de abril de 2022.
- MINISTRY OF EDUCATION AND SPORTS (2012). Position paper for gender in education: proposed gender actions for mainstreaming gender in education 2012/2013. <https://www.education.go.ug/wp-content/uploads/2019/07/POSITIONPAPER-formainstreaminggendereineducation.pdf>, acceso 12 de abril de 2021.
- MINISTRY OF EDUCATION AND SPORTS (2015-2019). National Strategy for Girls' Education in Uganda. <https://www.prb.org/National-Strategy-for-Girls-Education-in-Uganda-2015-2019.pdf>, acceso 12 de abril de 2021.
- MINISTRY OF GENDER, LABOUR AND SOCIAL DEVELOPMENT [MoGLSD] (2019). Uganda Women Entrepreneurship Programme (UWEP): unlocking the business potential of the Ugandan woman. <https://mglsd.go.ug//uwep/>, acceso 5 de abril de 2021.
- MINNITI M, ARENIUS P (2003). Women in entrepreneurship. Presented at the Entrepreneurial Advantage of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium. https://www.researchgate.net/publication/230681247_Women_in_Entrepreneurship, acceso 11 de abril de 2022.
- MISKO J (2008). Combining formal, non-formal and informal learning for workforce skill development. Australian Industry Group. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED503360.pdf>, acceso 13 de abril de 2022.
- MONTEITH W, CAMFIELD L (2019). Business as family, family as business: Female entrepreneurship in Kampala, Uganda. *Geoforum* 101:111-121. https://www.researchgate.net/publication/331715673_Business_as_family_family_as_business_Female_entrepreneurship_in_Kampala_Uganda, acceso 10 de abril de 2022.
- MUGABI E (2014). Women's entrepreneurship development in Uganda: Insights and recommendations. International Labour Organisation. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_360427.pdf, acceso 16 de mayo de 2021.
- MUGODA S, ESAKU S, NAKIMU KR, BBAALE E (2020). The portrait of Uganda's informal sector: What main obstacles does the sector face? *Cogent Economics and Finance* 8(1). <https://rif.mak.ac.ug/wp-content/uploads/2021/01/MAK-RIF1-publication-2020.pdf>, acceso 11 de abril de 2022.
- MUKWAYA J (2019). Women Unemployment High-Ubos. *The Independent*. <https://www.independent.co.ug/women-unemployment-high-ubos/>, acceso 14 de junio de 2021.

- MUPEDZISWA R, RANKOPO M, LENGWE-KATEMBULA M (2019). Ubuntu as a Pan-African Philosophical Framework for Social Work in Africa. En: Twikirize JM, Spitzer H (eds.). *Social Work Practice in Africa: Indigenous and Innovative Approaches*, pp. 21-38. Fountain, Kampala.
- MWESIGWA A (2014). Uganda's unemployed graduates held back by skills gap: leaders race against time to cater for disaffected generation whose qualifications do not meet the needs of the job market. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/global-development/2014/jan/16/uganda-unemployed-graduates-held-back-skills-gap>, acceso 11 de febrero de 2021.
- NAMATOVU R, DAWA S, KATONGOLE C, MULIRA F (2012). Understanding women micro and small business entrepreneurs in Uganda (Research Report No. 01/12). ICBE-Research Fund. <https://www.issueab.org/resources/35019/35019.pdf>, acceso 19 de enero de 2022.
- NAMUKWAYA VA, KIBIRIGE I (2019). Parents' perceptions of universal primary education in Kotido District. Uganda. *Issues in Educational Research* 29(2):502-518. <https://www.iier.org.au/iier29/namukwaya.pdf>, acceso 11 de abril de 2022.
- NANGOLI S, TURINAWA D, KITUYI G, KUSEMERERWA C, JAAZA M (2013). Towards enhancing business survival and growth rates in LDCs: an exploratory study of the drivers of business failure among SMES in Kampala-Uganda. *International Journal of Humanities and Social Science* 3(8):284-291. http://www.ijhssnet.com/journals/Vol_3_No_8_Special_Issue_April_2013/29.pdf, acceso 9 de abril de 2022.
- NAROTZKY S (2003). Economía y cultura: la dialéctica de la antropología económica. *Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia* 19:133-143. <https://raco.cat/index.php/Quadern-sICA/article/view/95568/163861>, acceso 9 de abril de 2022.
- NATIONAL CURRICULUM DEVELOPMENT CENTRE [NCDC] (2014). Entrepreneurship Education in Uganda. https://www.unido.org/sites/default/files/2014-12/ECP_Conf_Session_I_Uganda_11Nov2014_0.pdf, acceso 2 de agosto de 2021.
- NONGO N (2016). África de lo informal. *Mundo negro*. <http://mundonegro.es/africa-lo-informal/>, acceso 3 de julio de 2021.
- NYOMBI H (2016). Evolution of Uganda's Economy and the Road to Middle Income Status. Uganda Media Centre. <https://ugandamediacentreblog.wordpress.com/2016/11/24/evolution-of-ugandas-economy-and-the-road-to-middle-income-status/>, acceso 3 de julio de 2021.
- OKOTH C (2019). Entrepreneurship to be made compulsory for S1 and S2. *The New Vision*. <https://www.newvision.co.ug/news/1505751/entrepreneurship-compulsory-s1>, acceso 1 de febrero de 2021.
- ONWUZULIGBO TL, FAKIDOUA GA, NNABUIFE KE (2019). Students' entrepreneurial intentions and formal education: a study of selected universities in South-South, Nigeria. *International Journal of Academic Management Science Research* 3(7):1-8. https://www.researchgate.net/publication/334825557_Students'_Entrepreneurial_Intentions_and_Formal_Education_A_Study_of_Selected_Universities_in_South-South_Nigeria, acceso 11 de abril de 2022.
- ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT [OCDE] (2015). Uganda Social Institutions and Gender Index Report. <https://www.oecd.org/dev/development-gender/The%20Uganda%20SIGI%20Country%20Study.pdf>, acceso 19 de mayo de 2021.
- RADAKOVIC M, ANTONIJEVIC S (2013). Balance between formal and informal learning – experience and challenges of civil servants training in Serbia. https://www.nispa.org/files/conferences/2013/papers/201304151202190.Paper_Radakovic.pdf?fs_papersPage=4, acceso 8 de febrero 2022.
- RAPOSO M, DO PAÇO A (2011). Entrepreneurship education: relationship between education and entrepreneurial activity. *Psicothema* 23(3):453-457. <https://www.psicothema.com/pdf/3909.pdf>, acceso 7 de abril de 2022.
- RUGASIRA A (2016). Unpacking Uganda's Informal Economy. *The Independent*. <https://www.independent.co.ug/unpacking-ugandas-informal-sector/>, acceso 13 de julio de 2021.
- SANTANDER P (2011). Por qué y cómo hacer análisis de discurso. *Cinta de Moebio* 41:207224. <https://www.moebio.uchile.cl/41/santander.html>, acceso 2 de octubre de 2021.

- SARFARAZ L, FAGHIAN N (2011). Women's Entrepreneurship in Iran: a GEM based-data evidence. *Journal of Global Entrepreneurship Research* 1(1):45-57. <https://www.yumpu.com/en/document/read/42745106/womens-entrepreneurship-in-iran-a-gem-based-data-evidence>, acceso 10 de abril de 2022.
- SINGER S, AMORÓS E, MOSKA D (2015). *Global Entrepreneurship Monitor (Global Report 2014)*. Gem Consortium. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2014-global-report>, acceso 19 de enero de 2022.
- SOOMRO BA, SHAH N (2015). Developing attitudes and intentions among potential entrepreneurs. *Journal of Enterprise Information Management* 28(2):304-322. https://www.researchgate.net/publication/273351885_Developing_attitudes_and_intentions_among_potential_entrepreneurs, acceso 8 de abril de 2022.
- STEVENSON L, ST-ONGE A (2005). Support for Growth-Oriented Women Entrepreneurs in Uganda. *International Labour Organization, Ginebra*. https://www.ilo.org/empent/Publications/WCMS_219908/lang--en/index.htm, acceso 19 de enero de 2022.
- TWIKIRIZE MJ, SPITZER H (2019). *Social Work Practice in Africa: Indigenous and Innovative Approaches*. Fountain, Kampala.
- UGANDA BUREAU OF STATISTICS [UBOS] (2017). *The National Population and Housing Census 2014*. https://www.ubos.org/wp-content/uploads/publications/03_20182014_National_Census_Main_Report.pdf, acceso 10 de agosto de 2021.
- UGANDA BUREAU OF STATISTICS [UBOS] (2020). *Statistical abstract*. https://www.ubos.org/wp-content/uploads/publications/11_2020STATISTICAL_ABSTRACT_2020.pdf, acceso 19 de enero de 2022.
- UNITED NATIONS [UN] (2015). *Sustainable Development Goals*. <https://www.ug.undp.org/content/uganda/en/home/sustainable-development-goals.html>, acceso 10 de agosto de 2021.
- UNITED NATIONS CHILDREN'S INTERNATIONAL EMERGENCY FUND [UNICEF] (2015). *Situation Analysis of Children in Uganda*. <https://www.unicef.org/uganda/media/1791/file>, acceso 19 de enero de 2022.
- UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME [PNUD] (2004). *Human Development Report (2004)*. Oxford University Press. http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/265/hdr_2004_complete.pdf, acceso 19 de enero de 2022.
- VOSSENBERG S (2013). *Women entrepreneurship promotion in developing countries: what explains the gender gap in entrepreneurship and how to close it? (Working Paper No. 2013/08)*. Maastricht School of Management. https://www.academia.edu/35426805/Women_Entrepreneurship_Promotion_in_Developing_Countries_What_explains_the_gender_gap_in_entrepreneurship_and_how_to_close_it, acceso 11 de agosto de 2021.
- WOLF K, FRESE M (2018). Why husbands matter: review of spousal influence on women entrepreneurship in sub-Saharan Africa. *Africa Journal of Management* 4(1):1-32. https://www.researchgate.net/publication/322834738_Why_husbands_matter_Review_of_spousal_influence_on_women_entrepreneurship_in_sub-Saharan_Africa, acceso 11 de abril de 2022.
- XAVIER RS, KELLEY D, KEW J, HERRINGTON M, VORDERWÜLBECKE A (2013). *Global Entrepreneurship Monitor (Global Report 2012)*. Gem Consortium. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2012-global-report>, acceso 19 de enero de 2022.