



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de León

Grado en Comercio Internacional
Curso 2017/2018

**MUJER EMPRENDEDORA: UN ANÁLISIS DE SUS FACTORES
DETERMINANTES.**

FEMALE ENTREPRENEUR: AN ANALYSIS OF DETERMINING FACTORS.

Realizado por la alumna D^a Valeria Yáñez Merayo

Tutelado por el Profesor Dr Daniel Alonso Martínez

En León, Julio de 2018

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. RESUMEN	4
2. INTRODUCCIÓN	7
3. OBJETO DEL TRABAJO	9
4. METODOLOGÍA UTILIZADA	10
5. MUJER EN LA EMPRESA	12
6. EMPRENDIMIENTO FEMENINO	13
6.1. TEA Y DATOS ACTUALES	14
6.2. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL EMPRENDIMIENTO	17
6.2.1. Factores formales.	19
6.2.2. Factores informales.	23
7. EMPRENDER Y LIDERAR: UNA RELACIÓN NECESARIA	27
7.1. LIDERAZGO FEMENINO	27
7.1.2. Estilos de liderazgo.	28
7.1.3. Estereotipos y roles de género en cargos de dirección.	30
7.1.4. Congruencia de roles de líder y roles de género.	31
8. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	32
8.1. CONCEPTO E IMPORTANCIA DE IGUALDAD DE GÉNERO	32
8.2. CONCEPTO RSE	33
8.3. HACIA UNA MAYOR DIVERSIDAD DE GÉNERO EN ESPAÑA: CAMBIOS NORMATIVOS	35
9. CASO PRÁCTICO	37
9.1. OBJETIVO	37
9.2. MUESTRA Y BASE DE DATOS	38
9.3. VARIABLES ANALIZADAS	39
9.3.1. Variables dependientes	39

9.3.2. Variables independientes.....	40
9.3.3. Variables de control.	41
9.4. RESULTADOS	42
10. CONCLUSIONES	49
10.1. IMPLICACIONES Y LIMITACIONES DEL ESTUDIO	51
11. REFERENCIAS	53
12. ANEXOS	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 5.1: Tasa de participación en la fuerza de trabajo (porcentajes) y diferencia entre los géneros.	13
Tabla 6.1: Porcentaje de TEA según la etapa de desarrollo de la economía, dividido por géneros.....	16
Tabla 7.1: Características de los rasgos comunales y agénticos.....	31
Tabla 9.1: Estadísticos descriptivos por país.....	39
Tabla 9.2: Estadísticos descriptivos.....	44
Tabla 9.3: Matriz de correlaciones.	46
Tabla 9.4: Análisis de regresión.	49

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 6.1: Evolución del índice TEA por género en España.	15
Gráfico 6.2: Porcentaje de mujeres y hombres que declaran tener acceso financiero a para iniciar un negocio en 2013.....	20
Gráfico 6.3: Población con estudios superiores en España, dividida por géneros.	22
Gráfico 6.4: Población con estudios superiores, a nivel mundial, dividida por géneros, en 2016	22
Gráfico 6.5: Tasa de emprendimiento femenino por necesidad a nivel internacional. ..	24
Gráfico 6.6: Horas de trabajo remunerado y no remunerado por semana.	26
Gráfico 7.1: Porcentaje de mujeres en la alta dirección a nivel mundial.	28

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 6.1: Proceso emprendedor según en GEM.....	14
Figura 6.2: Aplicación del esquema de North a la creación de empresas.	18
Figura 6.3: Factores que influyen en el emprendimiento femenino.....	19
Figura 7.1: Modelos de liderazgo con sus respectivos factores.	29

1. RESUMEN

En el ámbito de creación de empresas, el número de mujeres emprendedoras se ha incrementado de forma progresiva en los últimos años. No obstante, la tasa de emprendimiento femenina continúa siendo inferior que la contraparte masculina. Este patrón de comportamiento se repite dentro de los consejos de administración y puestos directivos, de manera que la gran empresa sigue marcada por una fuerte representación masculina, lo que incide directamente sobre la desigualdad en el mercado laboral.

El presente trabajo analiza los factores determinantes de la brecha de género que continúa existiendo y que afecta tanto a mujeres que quieren emprender nuevos negocios, como a aquellas que quieren acceder a altos cargos dentro de la empresa. A partir de una metodología de panel (*Ordinary Least Squared*), el estudio analiza una muestra internacional de 28 países, para el período comprendido entre 2006 y 2016.

Los principales resultados alcanzados ponen de manifiesto la influencia ejercida por el contexto económico, político y cultural de cada país, y cómo estos factores pueden impulsar o limitar la capacidad empresarial en las mujeres emprendedoras, siendo más susceptible que el emprendimiento masculino a los cambios del entorno.

Palabras clave: Emprendimiento femenino, liderazgo, brecha de género, cultura emprendedora, igualdad, RSE

ABSTRACT

In the area of business creation, the number of women entrepreneurs has increased progressively in recent years. Nevertheless, the female entrepreneurship rate continues to be lower than the male counterpart. This pattern of behaviour is repeated within the boards of directors and management positions, thus, the large company continues being shaped by a strong male representation, which directly affects the inequality of the labour market.

This project analyses the determining factors of the gender gap that affects to women who decide to start new businesses and those who want to access to management positions. In addition, it is important to examine cultural and normative variables that have a significant impact in the business world. Based on a panel methodology (Ordinary Least Squared), the study analyses an international sample of 28 countries, for the period between 2006 and 2016.

In conclusion, the project allows verifying the influence of economic, political and cultural context in each country, and how these factors can boost or limit entrepreneurship capacity in women entrepreneurs, being more susceptible than male entrepreneurship to environmental changes.

Keywords: Female entrepreneurship, leadership, gender gap, entrepreneurial culture, equality, CSR.

2. INTRODUCCIÓN

Además de suponer una ruptura con el paradigma social tradicional de la mujer destinada únicamente a las tareas domésticas y al cuidado de la familia, el incremento de la participación de la mujer en el mundo empresarial, ha impactado también en la economía internacional. Sin embargo, su desarrollo profesional en cargos directivos o como empresaria independiente continúa limitada en función de estereotipos y comportamientos definidos tiempo atrás. Según el Ministerio de Sanidad Consumo y Bienestar Social (2018b), a día de hoy, las mujeres continúan enfrentándose a diversos obstáculos en su participación laboral, intentando posicionarse al emprender un negocio, o para poder acceder a las diferentes esferas del mundo empresarial.

En términos generales, estudios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2017), exponen diversos datos en los que se aprecia la desigualdad de género. Por ejemplo, el menor número de mujeres que deciden ser empresarias en comparación a los hombres, el papel crucial que desempeña la maternidad en la igualdad de género, o desigualdades de en la vida pública, ya que, por término medio, las mujeres están sub-representadas en cargos políticos, con menos de una tercera parte de los escaños en las cámaras de las legislaturas nacionales. Estos son algunos ejemplos en los que se evidencia una brecha de género que aún existe actualmente, la cual se debe a varios factores.

Entre estos factores, se incluyen las motivaciones o ambiciones de las mujeres, las cuales pueden diferir con las de los hombres. Algunas deciden auto-emplearse para conseguir el equilibrio entre su trabajo y su vida personal y complementar sus responsabilidades laborales y familiares. Otras abren un negocio para evitar la barrera invisible, conocida como “techo de cristal”¹, que enfrentan en el mundo del empleo por cuenta ajena. Estos factores afectan tanto el tipo de negocio que inician, como el tiempo que pueden dedicar a él (Pizarro y Guerra, 2010).

¹ El término “techo de cristal” hace alusión a las barreras invisibles que impiden a mujeres con buenas cualidades personales y profesionales acceder a niveles de responsabilidad más elevados.

Otro factor a tener en cuenta, y tal vez uno de los más importantes, es la cultura. Se consideran barreras culturales los estereotipos y roles de género que se plasman dentro de la organización y continúan obstaculizando el acceso de las mujeres al mundo empresarial, así como sus estilos de liderazgo una vez que están posicionadas en altos cargos (Cuadrado, Molero, y Navas, 2003).

Por otro lado, no solo la cultura social, sino la cultura empresarial que fomenta el emprendimiento y proporciona las competencias y habilidades adecuadas para estas actividades es escasa; además, es probable que en ocasiones les resulte más difícil tener acceso a financiamiento inicial, o que encuentren redes empresariales más pequeñas o menos eficaces y marcos de políticas públicas que desalientan a las mujeres a iniciarse como empresarias.

Por todos estos motivos, entre otros, el presente estudio tiene por objetivo ofrecer una visión global y contribuir en el entendimiento del emprendimiento femenino. En primer lugar, se expondrá una revisión de la literatura femenina en la empresa, analizando cómo ha evolucionado el papel de la mujer hasta día de hoy, más concretamente, el la mujer emprendedora. Dentro del emprendimiento, además de mostrar la situación actual a nivel internacional, se analizarán los factores del entorno, formales e informales, que influyen en este proceso. A continuación, se estudiará la relación entre el emprendimiento y el liderazgo, así como los estilos de liderazgo generalmente atribuidos a las mujeres emprendedoras o directivas y cómo los roles de género influyen sobre ellos. Por último, se analizará el concepto de Responsabilidad Social como estrategia empresarial y las normativas aplicadas en los últimos años para conseguir la diversidad de género en el mundo empresarial. Tras el marco teórico, se realizará un caso práctico dónde se analizará de forma empírica la influencia de los factores anteriormente mencionados sobre el emprendimiento femenino y, en comparativa, con el emprendimiento masculino, así como las respectivas conclusiones del estudio.

3. OBJETO DEL TRABAJO

El principal objetivo de este trabajo es realizar un acercamiento al perfil de la mujer en el ámbito empresarial, concretamente la mujer emprendedora y directiva, para comprender así los motivos de la brecha de género que ha estado presente a lo largo de los años y todavía persiste en la actualidad.

Para ello, primeramente, desde un estudio teórico, se examinan los datos actuales relacionados con el emprendimiento femenino a nivel internacional y la evolución que ha tenido la TEA² durante los últimos años. Partiendo de este contexto, es necesario un estudio sobre los factores formales e informales que influyen en el emprendimiento femenino, distinguiendo entre factores formales aquellas circunstancias que condicionan desde el entorno y varían en función del país (los organismos o las medidas de apoyo a la creación de empresas, los trámites y costes para iniciar una actividad empresarial, etc.) y factores informales, como los elementos que afectan individualmente, como por ejemplo, la actitud hacia el emprendimiento, las habilidades emprendedoras y empresariales, así como la conciliación entre la vida personal y profesional, entre otros.

Por otro lado, como objetivo secundario, es interesante analizar la relación entre emprendimiento y liderazgo, ya que en los estilos de liderazgo influye un factor significativamente que, en ocasiones, puede llegar a considerarse un obstáculo para aquellas mujeres que asumen las riendas de un negocio: los roles de género.

En cuanto a las implicaciones del estudio estadístico desarrollado, se pone en práctica estas premisas para reafirmar y validar empíricamente la importancia de los factores externos, que difieren según el país, en el proceso de creación de empresas, desde una perspectiva comparativa entre hombres y mujeres, validando la teoría de que el emprendimiento femenino es más susceptible a dichos factores.

Con este estudio, se pretende estudiar aspectos relevantes de la mujer empresaria que permitan entender en profundidad las causas que impulsan a la mujer para incursionar en la actividad empresarial y por qué, en ocasiones, éstas pueden convertirse en un obstáculo al que se enfrentan durante este proceso.

² Tasa de la Actividad Emprendedora.

4. METODOLOGÍA UTILIZADA

Para alcanzar el objetivo principal de trabajo, la metodología se estructura en base a dos partes claramente diferenciadas.

En primer lugar, se desarrollará el marco teórico con la intención de contextualizar y definir el objeto de este estudio, donde se encuentran una revisión bibliográfica correspondiente al emprendimiento femenino a nivel nacional e internacional. Esta revisión de la literatura ha sido obtenida a través de revistas académicas, las cuales han permitido sentar las bases teóricas en relación al papel de la mujer en la empresa en general, así como de informes anuales publicados por organismos dedicados a dichas investigaciones. Los informes más recurridos han sido los emitidos por el proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), dado que es uno de los proyectos que más hincapié ha hecho en realizar investigaciones sobre el proceso emprendedor y sus características.

Una vez desarrollada la parte teórica, la metodología del presente trabajo continúa con una parte empírica, realizando un análisis de regresión con el fin de entender las diferencias de género dentro del emprendimiento, y cómo puede cambiar la actividad emprendedora dependiendo de la situación y los factores externos, obteniendo datos de distintos países para así obtener una perspectiva internacional. De este modo, se han seleccionado variables relacionadas con el contexto político, económico y social de cada país con el fin de saber cómo éstas influyen en las emprendedoras, y compararlas posteriormente con el emprendimiento masculino, así como el efecto sobre el emprendimiento del año siguiente.

La muestra seleccionada para este análisis se ha recogido desde distintas bases de datos. En primer lugar, algunos datos han sido obtenidos del proyecto GEM, anteriormente mencionado, en segundo lugar, se ha recurrido a la base de datos del Banco Mundial y de la Organización para la Cooperación de Desarrollos Económicos (OECD). Ambas instituciones poseen un gran número de indicadores que definen la situación económica y social de cada país, incluso, en el caso del Banco Mundial, proporcionando estadísticas de género en las que incluye asuntos demográficos, educación, fuerza de trabajo y participación política. Por último, algunas variables se han recaudado de las

publicaciones anuales de IMD World Competitiveness Center, donde realizan un análisis en profundidad de la economía y la competitividad de cada país.

Inicialmente, la muestra constaba de 28 países y un periodo comprendido entre 2006 y 2016, sin embargo, algunos países y/o algunos años se han caído de la muestra, dado que no existe información para todos los años, y para todas las variables. Finalmente, se ha realizado un panel de datos para 21 países entre los años 2006 y 2014, donde el tamaño efectivo de la muestra ha sido 144.

El análisis de regresión se ha realizado mediante el método OLS (Ordinary Least Squares), obteniendo los resultados a partir del programa STATA 12³.

³ La presencia de *Clusters* también implica la estimación de errores estándar robustos.

5. MUJER EN LA EMPRESA

Durante los últimos años, la figura femenina ha evolucionado positivamente, tanto en el entorno social, como en el económico. El incremento que ha experimentado la participación de la mujer en la fuerza de trabajo, producido por el acceso igualitario a la educación y a la igualdad de oportunidades, ha proporcionado a las mujeres el reconocimiento social merecido, llegando a alcanzar ocupaciones y cargos que venían siendo desempeñados, única y exclusivamente, por hombres (Alegría Montes, 2014). Asimismo, las mujeres empresarias que dirigen negocios orientados al crecimiento representan un segmento de la sociedad con gran potencial que estimula el crecimiento económico, considerando el emprendimiento un importante motor económico para el desarrollo, ya que las empresas exitosas crean empleos, promueven las inversiones y generan ingresos fiscales. (Lupiáñez Carrillo, Priede Bergamini, y López-Cozar Navarro, 2014).

Sin embargo, a pesar del aumento del empleo, y del reconocimiento del papel fundamental que las mujeres ejercen en el proceso de crecimiento económico, la evidencia empírica indica que, en términos globales, la participación femenina sigue siendo más baja. Como se puede observar en la Tabla 5.1, según la Organización Internacional del Trabajo, en 2018, la tasa mundial de participación femenina se encuentra en un 48,5%, frente a un 75% de tasa masculina.

Además de esta tendencia mundial, el acceso de la mujer al mercado laboral es diferente según el nivel de desarrollo de los países. La brecha de género en los países en desarrollo se ha reducido durante los últimos años, obteniendo la tasa de participación femenina más alta. Sin embargo, dicha brecha continúa ensanchándose en los países emergentes, siendo la tasa de participación masculina un 30,5% más alta que la femenina. En los países desarrollados, las tasas de participación de las mujeres también van acercándose a las de los hombres gradualmente.

Tabla 5.1: Tasa de participación en la fuerza de trabajo (porcentajes) y diferencia entre los géneros.

País / Región	Hombres	Mujeres	Diferencia (Hombres-Mujeres)
Mundo	75,0	48,5	26,5
Países en desarrollo	81,1	69,3	11,8
Países emergentes	76,1	45,6	30,5
Países desarrollados	68,0	52,4	15,6

Fuente: Organización Internacional del Trabajo (2018)

Estos datos ponen de manifiesto la desigualdad de género existente a nivel mundial, ya que las mujeres continúan enfrentándose a obstáculos dentro del mundo empresarial. Con el objetivo de explicar el porqué de la situación, se pretende analizar, desde un enfoque de género, las barreras a las que las mujeres se enfrentan, más concretamente, los motivos que continúan impidiéndoles progresar en las jerarquías de las organizaciones en las que trabajan y qué factores les dificultan tomar la decisión de emprender (López Fernández, Romero Fernández, y Díaz Carrión, 2012).

6. EMPRENDIMIENTO FEMENINO

A pesar de que diversos estudios hayan analizado el creciente número de empresas creadas por mujeres, la brecha de género en el emprendimiento sigue siendo notable. Uno de los proyectos que más hincapié ha hecho en el estudio de este fenómeno es el Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM)⁴. Dicho proyecto fue creado con el objetivo de realizar investigaciones sobre la actividad emprendedora y sus características a nivel regional, nacional e internacional, obteniendo información desde dos tipos de fuentes: la encuesta a la población de 18-64 años, denominada APS (*Adult Population Survey*) y la encuesta a expertos denominada NES (*National Experts Survey*). Centrándonos en la primera fuente de información, cabe destacar el indicador

⁴ GEM comenzó en 1999 como un proyecto conjunto entre Babson College (EE.UU.) y London Business School (Reino Unido). El objetivo era averiguar por qué algunos países tenían más actividad emprendedora que otros. Dieciocho años después, GEM es el recurso de información más valioso sobre emprendimiento, elaborando informes anuales a nivel nacional y mundial.

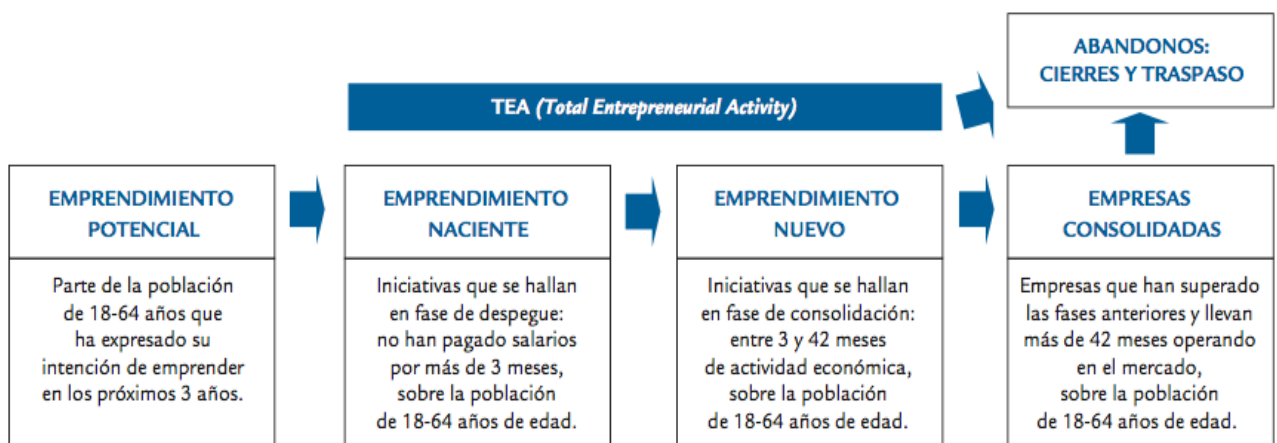
más reconocido en el proyecto GEM: TEA (*Total Entrepreneurial Activity*).

6.1. TEA Y DATOS ACTUALES

Según el informe anual de Global Entrepreneurship Monitor (2016), la Tasa de la Actividad Emprendedora o TEA representa el porcentaje de la población adulta en edad de trabajar (18-64 años) que son emprendedores nacientes o nuevos. Los empresarios nacientes son aquellos que se encuentran actualmente en el proceso de comenzar un negocio y no han pagado salarios por más de tres meses. Por otro lado, los nuevos emprendedores, son definidos como aquellos que están en la nueva fase de actividad y tienen un negocio de más de tres meses, pero no más de 42 meses. Combinadas, estas dos fases representan la TEA.

En la Figura 6.1, se puede observar que GEM interpreta el emprendimiento como un proceso que se inicia con la concepción de una idea, continúa con las acciones de su puesta en marcha, llamada fase de nacimiento, entra en una fase de consolidación y pasa a la fase consolidada cuando sobrevive durante más de tres años y medio. Otro destino posible es el abandono del promotor o promotores, ya sea para traspasar la iniciativa a otras manos o para cerrarla definitivamente.

Figura 6.1: Proceso emprendedor según en GEM.



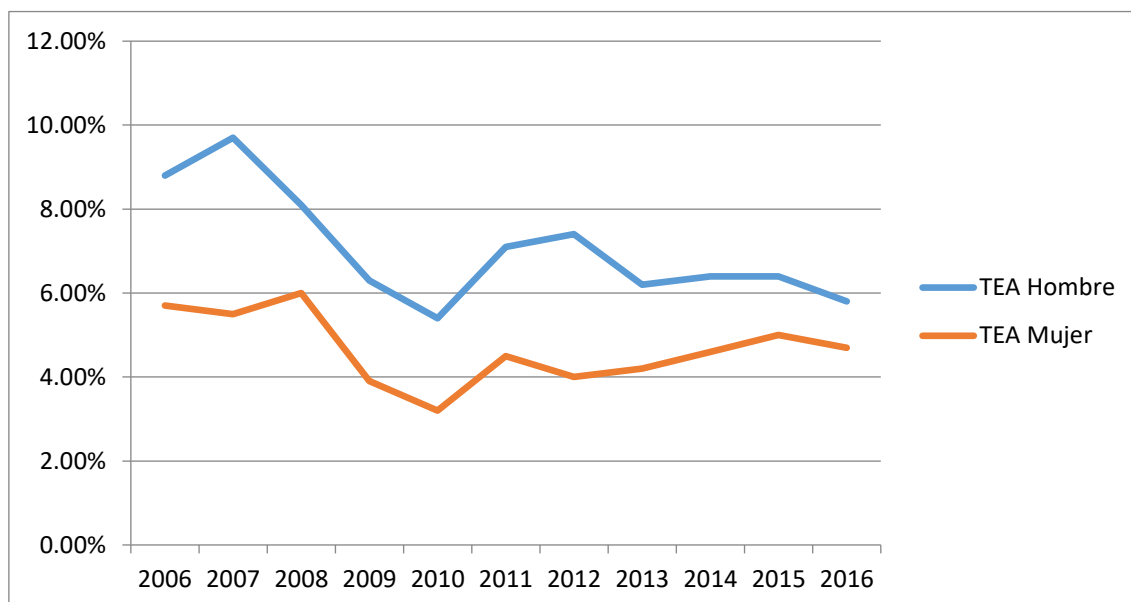
Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (2014)

Dentro del análisis de esta situación a nivel nacional, a lo largo de los últimos años ha habido varias fluctuaciones de la tasa de emprendimiento, pero la evidencia empírica muestra que la tasa femenina siempre ha sido inferior a la masculina. Como se puede

ver en el Gráfico 6.1, donde se recoge la TEA dividida por géneros durante los años 2006 y 2016, el porcentaje de población masculina implicado en actividades emprendedoras en fase inicial ha variado entre un mínimo de 5,4% en 2010 y un máximo de 9,7% en 2007, mientras que el punto álgido alcanzado por la población femenina ha sido únicamente un 6,0% en 2008.

Los últimos datos recogidos por GEM en el año 2016, muestran que la brecha entre ambos géneros se ha reducido ligeramente, dado que desde 2013 hasta 2016 la TEA masculina se ha mantenido más o menos estable, estando actualmente en un 5,8%, mientras que la TEA femenina ha aumentado hasta un 4,7%.

Gráfico 6.1: Evolución del índice TEA por género en España.



Fuente: Propia, elaboración a partir de los datos de GEM.

En términos internacionales, GEM reconoce la importancia de considerar los niveles de desarrollo para cada economía participante, ya que estas características afectan a la percepción de la población a la hora de involucrarse en actividades económicas, y para ello, utiliza un sistema de clasificación extraído del Foro Económico Mundial en su Informe de Competitividad Global anual (Global Entrepreneurship Monitor, 2017a). Las economías se distinguen en tres tipos según su nivel de desarrollo, los países incluidos en cada economía serán detallados en el Anexo 1:

- **Economías *factor-driven*:** reconocido como etapas iniciales del desarrollo económico, generalmente marcado por una población principalmente rural que trabaja principalmente en sectores de la agricultura y la extracción de recursos naturales. La migración de la población de áreas rurales a más urbanas impulsa el cambio en las actividades económicas.
- **Economías impulsadas por la eficiencia:** refleja los cambios en la mayor participación en los sectores industriales, incluidas las economías de escala que conducen a los avances en la productividad. También incluye el desarrollo de instituciones financieras.
- **Economías impulsadas por la innovación:** describe las economías maduras, con un cambio distintivo hacia negocios más basados en servicios así como a sectores industriales basados en la intensidad del conocimiento y la innovación.

Una vez hecha la distinción de las economías a nivel mundial, la Tabla 6.1 recoge los datos obtenidos en el año 2017 sobre las tasas de actividad empresarial total para ambos géneros, así como el porcentaje de mujeres que son emprendedoras nacientes o nuevas emprendedoras, dividido por el porcentaje equivalente de la contraparte masculina.

Tabla 6.1: Porcentaje de TEA según la etapa de desarrollo de la economía, dividido por géneros.

Etapa de desarrollo de la economía	TEA masculina (% sobre población activa masculina)	TEA femenina (% sobre población activa femenina)	Proporción de mujeres / TEA masculina
<i>Economías factor-driven</i>	19	15	0,79
Economías impulsadas por la eficiencia	16	12	0,75
Economías impulsadas por la eficiencia	11	7	0,63

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (2016)

En los informes emitidos por GEM, se demuestra que la proporción de participación masculina a femenina en la actividad empresarial inicial varía considerablemente en la muestra total de países, debido a las diferencias en la cultura y las costumbres con respecto a la participación femenina en la economía, aunque es evidente que los hombres son más propensos participar en actividades empresariales, independientemente del nivel de desarrollo económico.

En las economías *factor-driven* se encuentran los índices de TEA femenino más altos, así como la tasa más alta masculina. En proporción, ocho mujeres de cada diez hombres se involucraron en emprendimientos tempranos. En el grupo impulsado por la innovación, solo seis mujeres participaban en el emprendimiento temprano, de cada diez empresarios masculinos.

Europa, compuesto generalmente por economías impulsadas por la innovación, informa la participación femenina más baja en la actividad empresarial en etapa inicial, así como la paridad de género más baja: las mujeres en esta región tienen la mitad de probabilidades de participar en el emprendimiento que los hombres.

Alemania, Emiratos Árabes Unidos, Italia y Francia informan las tasas TEA femeninas más bajas en la muestra GEM, con alrededor del 3% de la población femenina dedicada a la actividad empresarial. Sin embargo, en cuatro economías, las mujeres informan tasas de emprendimiento iguales o más altas que los hombres: Indonesia, México, Brasil y Malasia (ver Anexo 2).

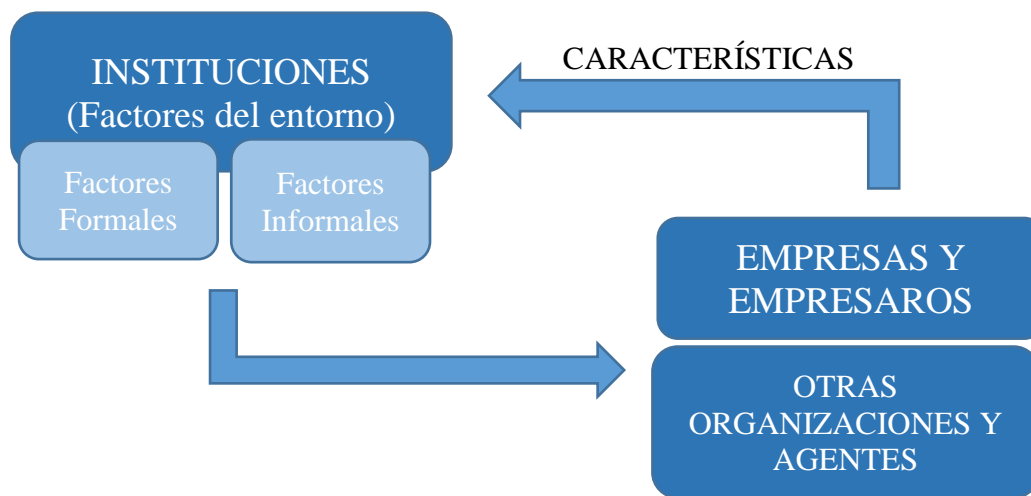
Reducir la brecha de género en términos de actividad empresarial sigue siendo un enfoque prioritario para los responsables de la formulación de políticas en todas las economías.

6.2. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL EMPRENDIMIENTO.

Una vez descrito los datos actuales sobre la tasa de emprendimiento femenina, a nivel nacional e internacional, se intenta dibujar un perfil completo de las emprendedoras para comprender las razones por las cuales la brecha de género en el emprendimiento sigue siendo significativa. Para comprender el proceso de toma de decisiones relacionadas con el emprendimiento, deben ser consideradas ciertas variables externas que afectan a estas actividades, para ello, se parte del concepto de institución. En este

sentido, se entiende como función principal de las instituciones facilitar una estructura estable a la vez que evolutiva, donde se puedan producir las interacciones humanas, distinguiendo entre instituciones formales (leyes, reglamentos y procedimientos gubernamentales) e instituciones informales (creencias, ideas y actitudes –es decir, la cultura de una sociedad–). (Álvarez, Noguera, y Urbano, 2012)

Figura 6.2: Aplicación del esquema de North a la creación de empresas.



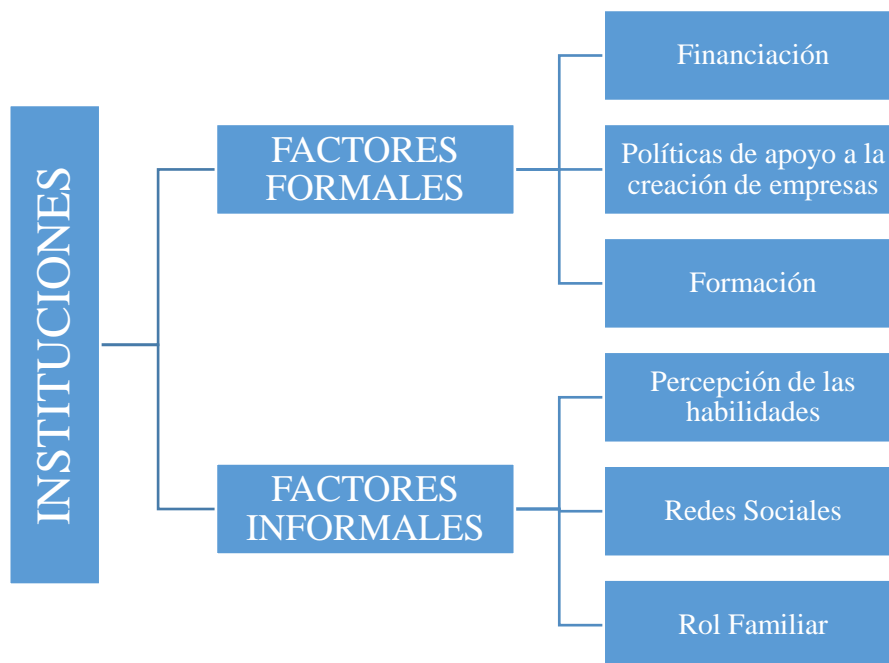
Fuente: (Álvarez et al., 2012)

En la Figura 6.2 se puede observar la influencia de las instituciones en el proceso de emprendimiento, según la teoría principal de North (2005). Las instituciones formales e informales se complementan para definir el conjunto de decisiones tomadas por la sociedad y los resultados que derivan de estas decisiones. Analizar únicamente el entorno formal no ofrecería una perspectiva adecuada de relación que existe entre las instituciones y la sociedad. Igualmente, cabe destacar que las mismas normas formales impuestas en contextos y sociedades distintas, producen resultados diferentes. Se puede afirmar que la conducta humana está condicionada por el entorno institucional. En este sentido, las instituciones formales e informales pueden condicionar o impulsar las decisiones de los individuos a la hora de tomar la decisión de crear o no una empresa.

Así, analizando el caso del emprendimiento femenino, distinguimos entre los factores formales: a) Financiación; b) Políticas de apoyo a la creación de empresas y c)

Formación. Por otro lado, los factores informales serán: d) Percepción de las habilidades de las mujeres emprendedoras; e) Redes sociales; y f) Rol familiar.

Figura 6.3: Factores que influyen en el emprendimiento femenino.



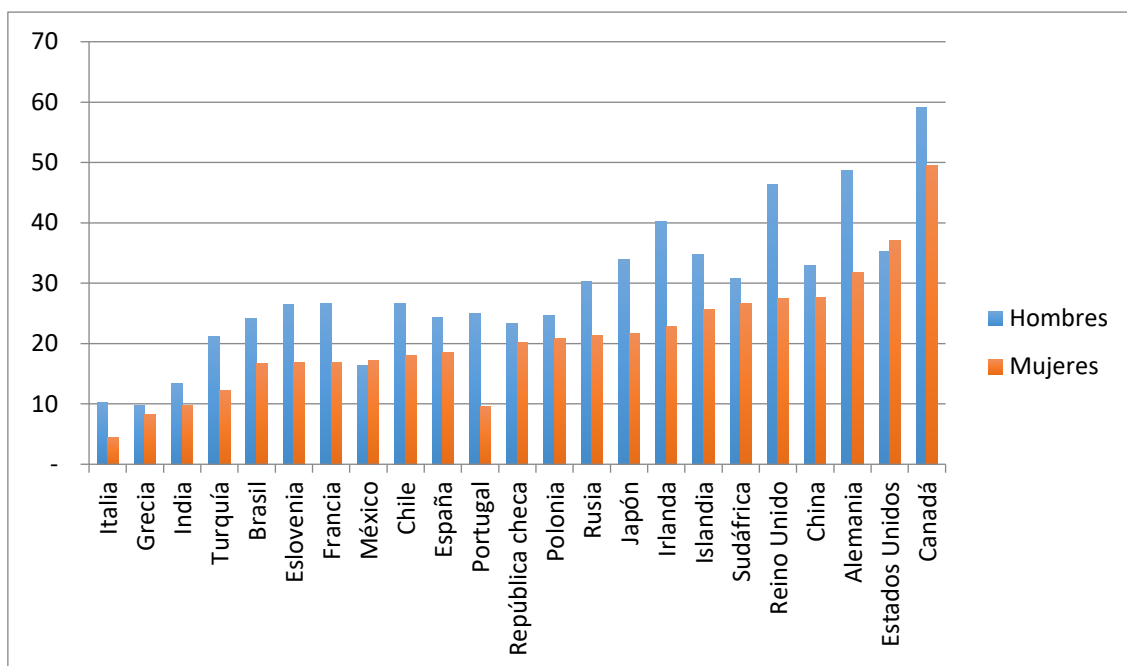
Fuente: Elaboración propia.

6.2.1. Factores formales.

6.2.1.1. Financiación

El primero de factores formales, la financiación, es uno de los más influyentes para ambos géneros. Portillo Navarro y Millán Jiménez (2016) ponen de manifiesto que aunque la financiación puede resultar en ocasiones un problema tanto para emprendedores como para emprendedoras, bien es cierto que las mujeres cuentan con problemas de credibilidad a la hora de negociar con entidades financieras. Como se observa en el Gráfico 6.2, el último estudio realizado por la OECD en 2013, en todos los países mencionados, excepto México y Estados Unidos, hay una brecha de género bastante notable a la hora de acceder a financiación que afecta directamente al emprendimiento femenino.

Gráfico 6.2: Porcentaje de mujeres y hombres que declaran tener acceso financiero a para iniciar un negocio en 2013.



Fuente propia: Elaboración a partir de los datos de OECD.

El informe anual emitido por National Women's Business Council, (2017), indica que las mujeres empresarias que buscan hacer crecer su negocio tienen un 50% menos de probabilidades de buscar financiamiento externo que sus homólogos masculinos. Algunas de las posibles causas de este problema podría ser el que no presentan garantías suficientes debido al reducido tamaño de sus empresas, o casos de emprendedoras con menos conocimientos en el sector financiero. Coleman (2000) argumentó en su estudio que a la hora de obtener financiación, las entidades bancarias discriminan en base al tamaño de la empresa, y prefieren otorgar préstamos a empresas más grandes y establecidas. Esta preferencia puede poner a las mujeres en desventaja dado que, en promedio, son la mitad del tamaño de las empresas propiedad de hombres.

6.2.1.2. Políticas de apoyo a la creación de empresas

El segundo factor formal, son las políticas y programas de apoyos referidas a todas aquellas acciones de los gobiernos que tienen como propósito el funcionamiento eficientemente de los mercados mediante la eliminación de fallos y regulaciones administrativas rígidas (Orozco Triana y Arraut Camargo, 2010). Entre estas políticas

de apoyo se incluirían las ayudas para la constitución de empresas, el apoyo a los/las emprendedores/as mediante beneficios fiscales o medidas para consolidar empresas ya existentes.

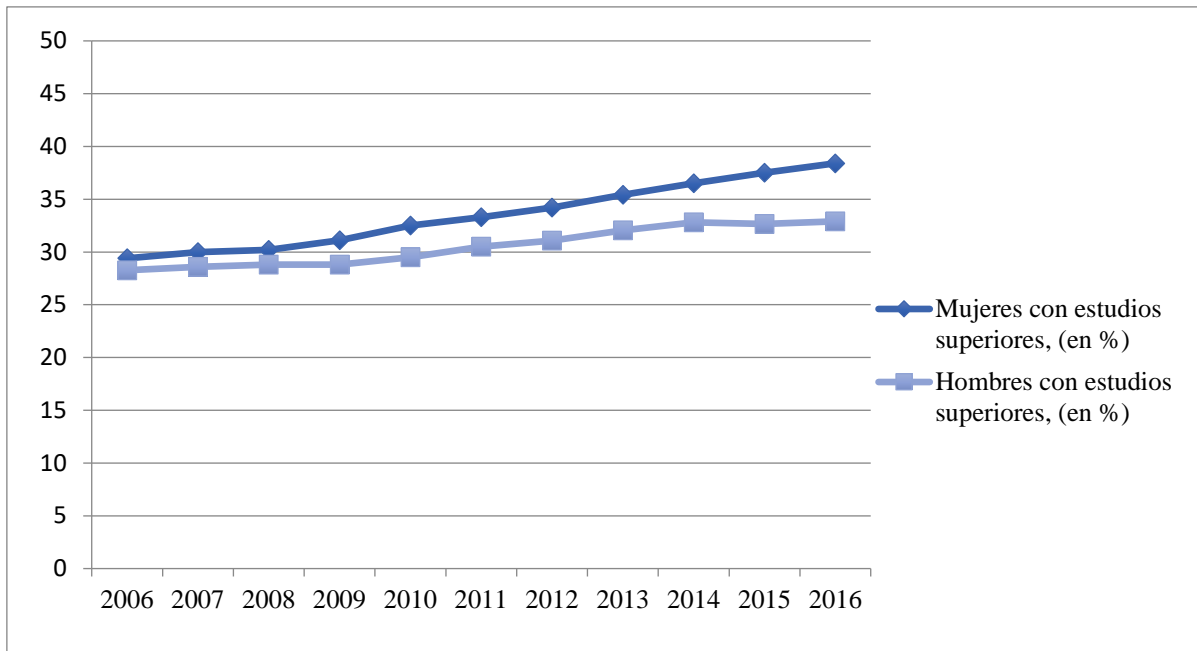
En este punto, es importante destacar las medidas o instituciones que potencian la cultura empresarial, más concretamente, la cultura emprendedora. Las empresarias tienen un nivel de cultura empresarial bastante escasa, lo cual favorece al género masculino. La falta de control en este ámbito puede actuar como una barrera psicológica, creando inseguridades que condicionen el momento en el que deciden crear o no una empresa (Castaño et al., 2009).

Como se especificará en los siguientes puntos, ciertamente a lo largo de los últimos años las medidas de apoyo al emprendimiento han aumentado, sin embargo, todavía existe una baja presencia del espíritu emprendedor. Esta situación precisa una serie de reformas y medidas incentivadoras para la creación de empresas y nuevas actividades, en especial hacer atractiva, incentivar y apoyar la elección empresarial. La política fiscal y las medidas laborales pueden suponer una ayuda o una barrera para el desarrollo del emprendimiento en general, y el femenino en particular (Neira Gómez, Portela Maseda, Fernández Fernández, y Rodeiro Pazos, 2013).

6.2.1.3. Nivel de formación.

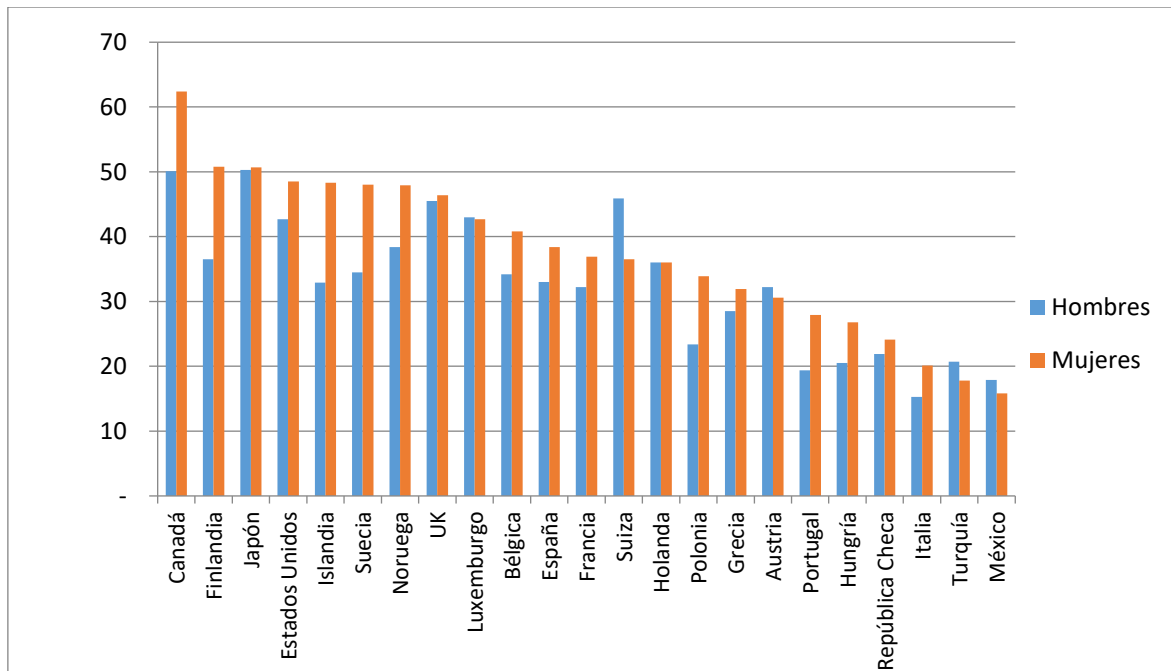
Por último, entre los factores formales también se incluye el nivel de formación profesional. Este factor ha progresado a lo largo de los años ya que, tradicionalmente, las mujeres sufrían más limitaciones a la hora de poder acceder a formaciones cualificadas. Como se puede observar en el Gráfico 6.3, la preparación femenina en España se ha incrementado, contando actualmente con un 38,4% de mujeres con estudios universitarios, frente a un 32% de hombres con preparación universitaria. A nivel mundial, el Gráfico 6.4 muestra que un mayor porcentaje de mujeres cuentan con mayor preparación profesional. En países como Canadá o Finlandia, más del 50% de la población femenina, tiene estudios superiores. En cambio, en países como México donde predomina la tradición, las mujeres siguen encontrando barreras que limitan su acceso a su preparación profesional.

Gráfico 6.3: Población con estudios superiores en España, dividida por géneros.



Fuente propia: Elaboración a partir de los datos de OECD.

Gráfico 6.4: Población con estudios superiores, a nivel mundial, dividida por géneros, en 2016.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de OECD.

6.2.2. Factores informales.

6.2.2.1. Percepción de las habilidades de las mujeres emprendedoras.

Dentro de los factores informales, la literatura le otorga importancia a la percepción de las habilidades de las mujeres emprendedoras, tanto desde una perspectiva general de la sociedad (en qué medida la sociedad percibe que las mujeres son capaces de crear empresas), como desde el punto de vista de la misma mujer emprendedora (en qué medida se auto-percibe capaz de crear una empresa, también denominado –auto-eficacia percibida–) (Álvarez et al., 2012).

Hay estudios en los que se relaciona el «suceso disparador» del emprendimiento⁵, con una mayor o menor percepción de las capacidades para crear una empresa. Generalmente, estos estudios señalan que los hombres emprenden por frustración profesional o por mejoras financieras y que las mujeres, en cambio, lo hacen por una situación laboral previa desfavorable o limitante (Brush, 2002). Esta percepción afecta distintamente a ambos colectivos, ya que mientras que en los primeros se potenciaría el auto-conocimiento de las competencias para emprender, las mujeres emprendedoras verán reducida dicha auto-percepción.

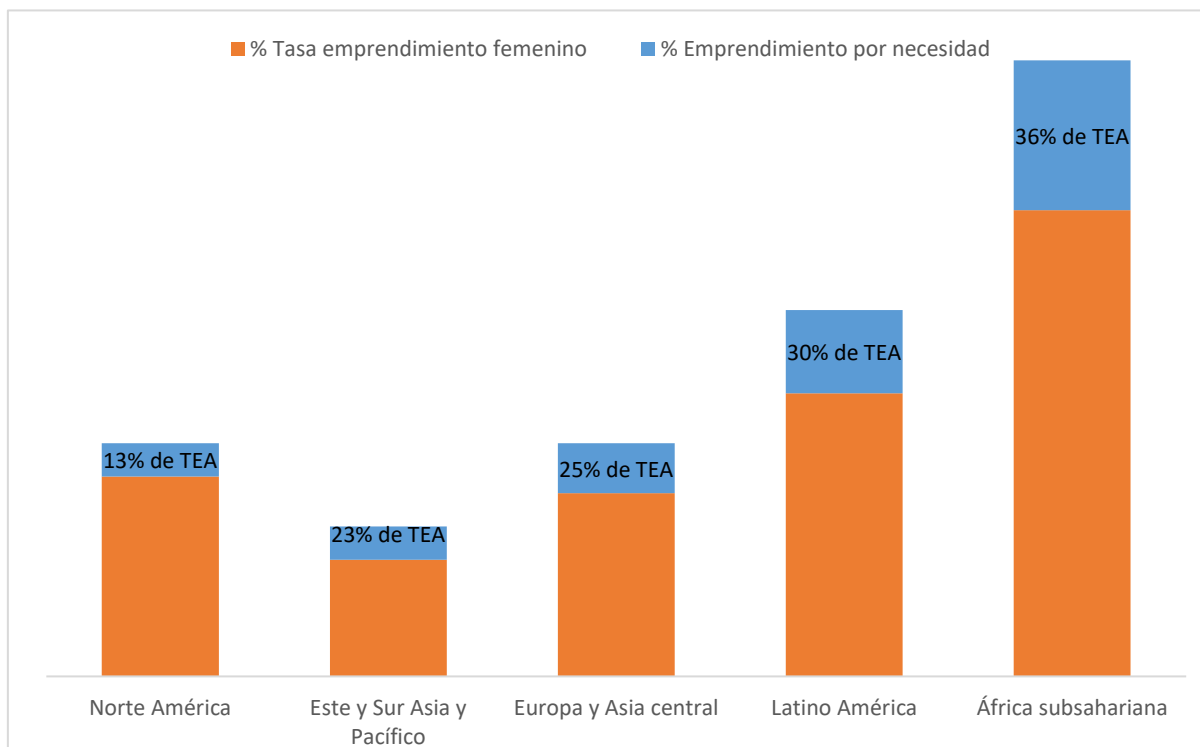
En lo referente a las motivaciones, tanto mujeres como hombres deciden emprender por diversos motivos. Algunos estudios sugieren que las mujeres, no solo buscan ganancias económicas, sino incorporar aspectos sociales como compaginar su vida laboral y su vida familiar (Nel, Maritz, y Thongprovati, 2010). Gholipour, Bod, Zehtabi, Pirannejad, y Kozekanan (2010) reconocen que, debido al incremento de participación femenina en el campo laboral, se han duplicado sus tareas y se ha reducido su tiempo, lo cual podría ser un problema, ya que la mujer representa un pilar indispensable en el núcleo familiar en muchos países por ello, una de las razones más comunes por las cuales las mujeres se decantan por el emprendimiento es el conflicto entre lo personal y lo profesional.

⁵ Según Brunet y Alarcón (2004), para convertirse en empresario son necesarias dos condiciones: a) Un periodo de incubación, de maduración de la idea desde hace algún tiempo; b) Un suceso disparador que sirva como motivo para iniciar el proceso de constitución de una empresa. No se trataría de obtener un beneficio, sino más bien responder a un factor crítico considerado negativo. Estos motivos podrían ser el desempleo de larga duración, el despido, falta de seguridad en el empleo, entre otros.

Otro factor por el cual una mujer toma la decisión de emprender es la satisfacción profesional. Estudios argumentan que los hombres buscan la motivación en el emprendimiento mediante la autonomía o el deseo de ganar dinero, por el contrario, las mujeres eligen emprender por insatisfacción de su carrera y no están tan interesadas en las ganancias económicas, sino en satisfacer simultáneamente las necesidades de su carrera profesional y sus necesidades personales. (López Fernández et al., 2012)

Según el informe especial sobre mujeres emprendedoras realizado por Global Entrepreneurship Monitor (2017b), existen dos tipos de motivaciones a la hora de poner en marcha un negocio: emprendimiento por necesidad y emprendimiento por oportunidad. El emprendimiento por necesidad se relaciona como escapatoria a una situación de desempleo, insatisfacción con el trabajo actual o inflexibilidad del mercado laboral, es decir, la necesidad de obtener un ingreso para vivir y progresar económicamente. Esta situación en la tasa de emprendimiento femenino puede depender según los distintos países y regiones. El Gráfico 6.5 muestra el porcentaje de mujeres que emprenden por necesidad, desde una perspectiva internacional.

Gráfico 6.5: Tasa de emprendimiento femenino por necesidad a nivel internacional.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Global Entrepreneurship Monitor (2016).

En Europa, el porcentaje de empresas que han sido creadas por necesidad dentro de la tasa de emprendimiento femenina, alcanza el 25%. América del Norte muestra el menor porcentaje de necesidad, solo el 13%, obteniendo cifras similares en los Estados Unidos y Canadá. Estos países también exhiben paridad de género en esta medida.

En Asia el porcentaje varía entre el 23% y el 25%, aunque en Asia central las mujeres tienden más a iniciar un negocio por necesidad, que en el resto del continente. Las regiones con las tasas más altas, África subsahariana y América Latina, más de un tercio de las mujeres que inician negocios en 2016, lo han hecho por necesidad.

En resumen, a diferencia de los hombres, el principal motivo de las emprendedoras no serían las ganancias económicas que genere el emprendimiento, si no realizar una actividad que les permita desarrollar su carrera profesional, aunque, en algunos casos se trate de factores de empuje como la necesidad, la insatisfacción, o realizar una actividad que le permita flexibilidad personal y profesional. (Briseño, Briseño, y Lira, 2016).

6.2.2.2. Redes sociales

En segundo lugar, las redes sociales y de colaboración son un factor informal muy significativo que afecta a empresas recién creadas. Entendemos como redes sociales, en el contexto de emprendimiento, aquellas relaciones que el emprendedor o emprendedora tiene con personas externas a su empresa (proveedores, gestores, otros empresarios o clientes) y que tienden a impulsar el éxito de la empresa (Junquera y Fernández, 2001).

Investigaciones realizadas indican que, aunque el proceso de construir este tipo de relaciones por parte de hombres y mujeres es similar, la composición de dichas redes difiere entre ellos. Mientras que las redes creadas por mujeres están formadas por mujeres, las de los hombres se componen mayoritariamente de hombres y es más difícil que las mujeres tengan acceso a las redes masculinas ya establecidas. Además, la mayoría de las relaciones femeninas son de menor nivel estratégico que las de los hombres (Reyes Burguete, 2012).

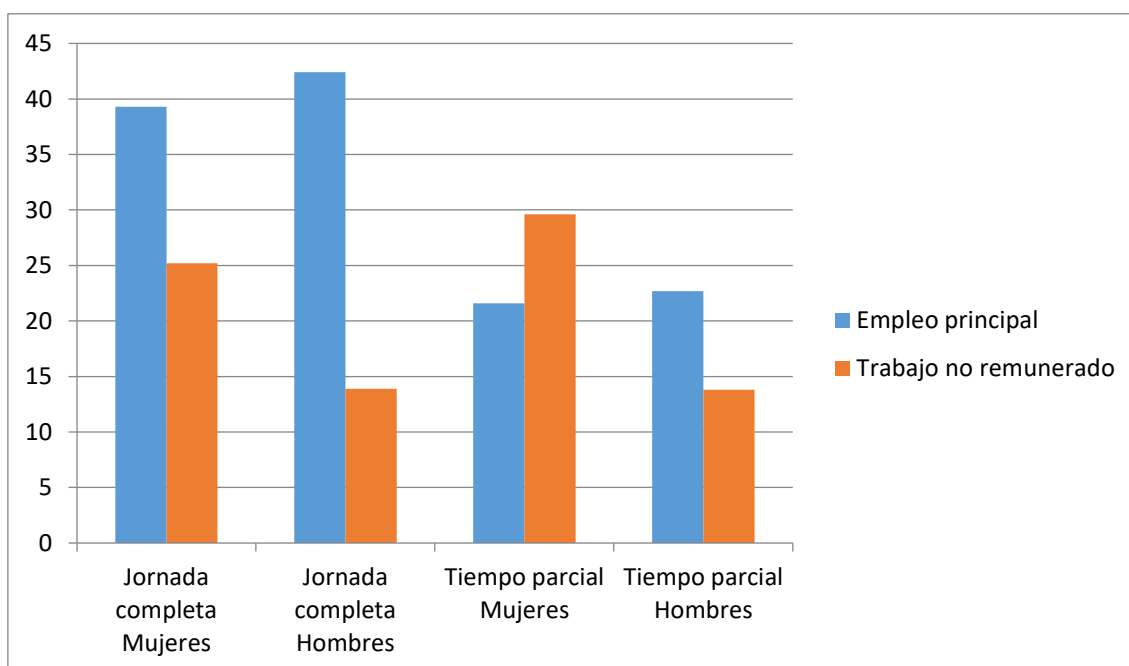
6.2.2.3. Conciliación vida personal y laboral

Por último, la conciliación entre la vida personal y profesional es una variable que continúa siendo una problemática a resolver a día de hoy. Las responsabilidades

familiares y las cargas domésticas siguen siendo asignadas socialmente a las mujeres, lo cual resulta muy difícil compatibilizar con cualquier empleo.

Como muestra el Gráfico 6.6, en el cual se analiza la compatibilidad del empleo principal con trabajos no remunerados (cuidado y educación de sus hijos, cocinar y realizar tareas domésticas, cuidado de familiares ancianos o con alguna discapacidad), la diferencia de horas entre trabajo remunerado y no remunerado de hombres y mujeres pone de manifiesto el desigual reparto de las tareas de cuidados, educación y cualquier tipo de trabajo doméstico. Esto supone una de las principales barreras que sufren las mujeres y afectan a trabajos de cualquier ámbito, pero las dificultades se multiplican si además esto supone un problema añadido a todos los que conlleva la creación de una nueva empresa, o la responsabilidad que hay que desempeñar en altos cargos dentro de una organización.

Gráfico 6.6: Horas de trabajo remunerado y no remunerado por semana.



Fuente propia: Elaboración a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística (2015).

Aldrich y Cliff (2003) comprueban en su estudio, que aunque la mayoría de las mujeres trabajan a tiempo completo fuera de casa, todavía recaen sobre ellas las principales tareas domésticas, lo cual desalienta el emprendimiento femenino. Así mismo, Williams, (2004) analiza la relación entre el éxito en la creación de empresas y el

tiempo dedicado a la vida doméstica, concluyendo que la preocupación y dedicación a los hijos, reduce la duración y éxito de las empresas; este aspecto está relacionado con la necesidad de políticas de conciliación laboral y familiar.

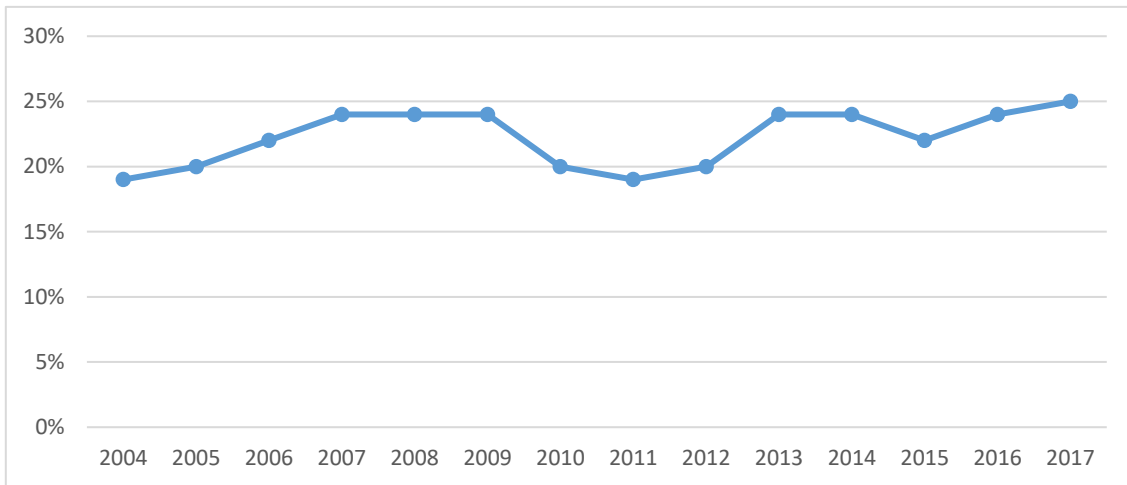
7. EMPRENDER Y LIDERAR: UNA RELACIÓN NECESARIA

Una vez analizados todos los factores que influyen en el emprendimiento, también es necesaria establecer una relación entre emprender y liderar. Diversas investigaciones han analizado el liderazgo y la actividad emprendedora, pero por separado, sin centrarse en analizar el estilo de liderazgo y su influencia en la consolidación y el éxito de las nuevas empresas. Las personas emprendedoras no podrían crear ni gestionar las empresas de manera efectiva sin mostrar un liderazgo acorde a esta situación. Por lo tanto, en el siguiente apartado se analizará el estilo liderazgo de mujeres que gestionan su propia empresa, así como aquellas que actúan desde puestos directivos o de responsabilidad en empresas ajenas, y cómo los estereotipos y roles de género todavía arraigados en la sociedad influyen en él.

7.1. LIDERAZGO FEMENINO.

Según el informe “Women in business”, emitido por Grant Thornton (2017), los ritmos a los que aumenta la presencia femenina en la alta dirección son sumamente lentos, ya que solo uno de cada cuatro puestos directivos en el mundo está ocupado por una mujer, además de un 34% de empresas que no cuentan con participación femenina en la alta dirección. Como muestra el Gráfico 7.1, el porcentaje de mujeres que ocupan puestos directivos solo ha avanzado un 1% en un año, siendo un 24% en 2016 y un 25% en 2017.

Gráfico 7.1: Porcentaje de mujeres en la alta dirección a nivel mundial.



Fuente: Grant Thornton (2017).

Partiendo de un perfil de empresaria mucho más cualificada y con mayores habilidades organizativas en comparación a décadas anteriores, todavía se encuentran barreras que impiden su total inserción, como los roles de género que continúan arraigados en la sociedad. Las características asociadas a las personas emprendedoras como autoeficacia y competitividad, se corresponden con el estereotipo masculino, y esto perjudica a las mujeres al asumir las riendas de sus propios negocios, o aquellas que se encuentren en cargos de responsabilidad trabajando por cuenta ajena, ya que sus capacidades pueden verse limitadas dentro de la visión tradicional.

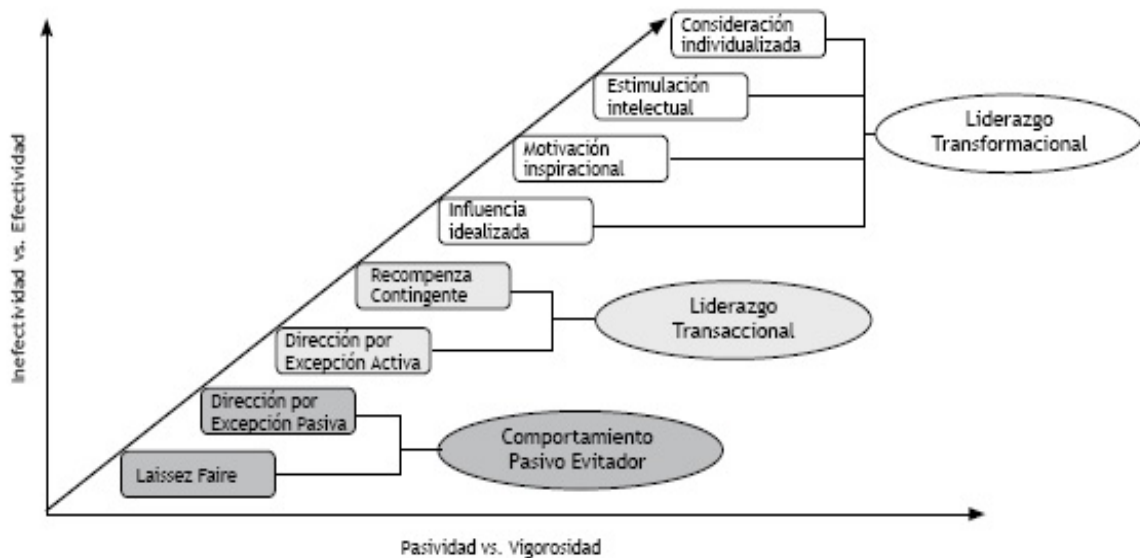
Según Adler (2002) una empresa con mayor presencia de mujeres directivas logrará una mayor competitividad en el mercado. Este tema generalmente se discute en términos de estilos de liderazgo, entendiendo el estilo como patrones de comportamiento relativamente estables que se manifiestan por los líderes.

7.1.2. Estilos de liderazgo.

Las primeras investigaciones que analizan los diferentes estilos de liderazgo se resumen en dos dimensiones: «orientación a la tarea» –el líder está preocupado fundamentalmente por conseguir los objetivos grupales–, y «orientación a la relación» –el líder se interesa básicamente por el bienestar y satisfacción de sus subordinados– (Cuadrado et al., 2003). Sin embargo, aunque estos dos enfoques representan gran parte de la conducta de los líderes, no eran suficientes para explicar algunos efectos que los

líderes causaban en sus seguidores. De esta forma, surge un nuevo concepto que distingue los estilos de liderazgo entre: «liderazgo transaccional» y «liderazgo transformacional».

Figura 7.1: Modelos de liderazgo con sus respectivos factores.



Fuente: Espinosa, Contreras, y Barbosa (2015).

Como se puede observar en la Figura 7.1, el **liderazgo transaccional** está formado por dos factores:

- **Recompensa contingente:** Capacidad de los líderes de recompensar a los subordinados por la labor bien hecha.
- **Dirección por excepción:** Líderes que intervienen solamente cuando las cosas van mal para reprender o castigar a sus subordinados. Este factor puede ser de dos formas: activa (el líder interviene antes de que ocurra un problema) y pasiva (el líder interviene cuando ya ha ocurrido el problema) (Cuadrado et al., 2003).

El liderazgo transaccional resulta efectivo a la hora de establecer metas y expectativas, no obstante, a largo plazo puede ocasionar problemas ya que en periodos de cambios, la organización no tendrá tanta rapidez de respuesta.

Por otro lado, el **liderazgo transformacional** está formado por cuatro factores:

- Carisma o influencia idealizada: Capacidad del líder de evocar una visión y lograr la confianza de sus seguidores.
- Inspiración o motivación inspiracional: Capacidad del líder de comunicar su visión.
- Estimulación intelectual: Capacidad del líder para hacer que sus subordinados piensen de manera creativa e innovadora.
- Consideración individualizada: Capacidad del líder para prestar atención personal a todos los miembros de su equipo, haciéndoles ver que su contribución individual es importante (Cuadrado et al., 2003).

Este estilo tiene como objetivo el desarrollo personal de todos los miembros de la organización, con el cual se pueden obtener mayores niveles de rendimiento y satisfacción por parte de los subordinados.

Tras un estudio realizado por Eagly, Johannesen-Schmidt, y Van Engen (2003), se demostró que las mujeres que estaban al mando de una empresa o que formaban parte de los consejos de dirección seguían un estilo más democrático y participativo, es decir, *«orientado a las relaciones»* o estilo transformacional, mientras que los hombres se mostraban más autocráticos frente a sus empleados, *«orientado a la tarea»* o liderazgo transaccional.

7.1.3. Estereotipos y roles de género en cargos de dirección.

Desde la perspectiva de la teoría del rol social de las diferencias y similitudes sexuales (Eagly, Wood, y Diekman, 2000), los roles de liderazgo, al igual que otros roles organizacionales, influyen significativamente en el comportamiento de los líderes. Además, los líderes obtienen expectativas basadas en la categorización de las personas como masculinos y femeninos. Estas expectativas constituyen roles de género, que son creencias compartidas que se aplican a las personas sobre la base de su sexo socialmente identificado. Los aspectos de los roles de género que son especialmente relevantes para entender el liderazgo se relacionan con los atributos agénticos y comunales.

Los atributos agénticos, que se relacionan con mayor fuerza a los hombres que a las mujeres, describen principalmente una tendencia asertiva, controladora y segura. Se

asocian con actitudes ambiciosas, dominantes, enérgicas, independientes, audaces, seguras de sí mismas y competitivas. En los entornos de empleo, este tipo de comportamientos pueden incluir hablar de forma afirmativa, competir por la atención, influir en los demás, iniciar la actividad dirigida a las tareas asignadas y hacer sugerencias centradas en el problema. (Eagly y Johannesen-Schmidt, 2001)

Las características comunales, que se atribuyen principalmente a las mujeres, describen una preocupación por el bienestar de otras personas. Se trata de rasgos afectuosos, serviciales, comprensivos, sensibles, atentos y amables. En contextos de empleo, los comportamientos comunales pueden incluir hablar tentativamente, no llamar la atención sobre uno mismo, apoyar y calmar a los demás, y contribuir a la solución de problemas relacionales e interpersonales.

Tabla 7.1: Características de los rasgos comunales y agénticos.

Rasgos agénticos	Rasgos comunales
Asertivo	Preocupación por el bienestar de otras
Controlador	personas
Agresivo	Afectuoso
Ambicioso	Servicial
Dominante	Amable
Enérgico	Comprensivo
Independiente	Sensible
Confianza en sí mismo	Cuidadoso

Fuente: Elaboración propia en base a los estudios de Eagly y Karau.

7.1.4. Congruencia de roles de líder y roles de género.

Los esfuerzos de las líderes femeninas por adecuar su comportamiento a las demandas estereotipadas entre el rol de género femenino y el rol de líder pueden fomentar estilos de liderazgo que difieren del masculino. Los roles de género tienen distintas aplicaciones para el comportamiento de los líderes femeninos y masculinos, no solo porque tienen diferentes valores, sino porque a menudo los atributos comunales no suelen ser asociados a cualidades requeridas para tener éxito. Por lo tanto, la sociedad acostumbra a relacionar “líderes” y “hombres”, pero tiene distintas creencias sobre

“líderes” y “mujeres”.

Como argumentaron Eagly y Karau (2002) en sus diversos estudios, la incongruencia percibida entre el rol de género femenino y los roles típicos del líder tiende a crear dos tipos de prejuicios:

- Evaluación menos favorable del potencial femenino para liderar, ya que la capacidad de liderazgo es más estereotipada entre los hombres que las mujeres.
- Evaluación menos favorable del comportamiento de liderazgo real de las mujeres, ya que los atributos comunales se perciben como poco adecuados en contextos empresariales.

El análisis de congruencia de roles sugiere que las opciones de los líderes femeninos están limitadas por amenazas desde dos direcciones: ajustarse a su rol de género puede producir un incumplimiento de los requisitos de su rol de líder, y cumplir con su rol de líder puede producir un incumplimiento de los requisitos de su rol de género (Eagly y Johannesen-Schmidt, 2001). Esto puede suponer dificultades a la hora de emprender, ya que las características asociadas a las personas emprendedoras como auto-eficacia y competitividad, se corresponden con el estereotipo masculino, y puede minimizar las ayudas que reciben las mujeres para iniciar sus propios negocios (Berbel Sánchez, 2013). En resumen, se deben tener en cuenta consideraciones más complejas a la hora de evaluar a los líderes de una empresa, más allá de los roles de género socialmente aceptados que pueden llegar a limitar su comportamiento.

8. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

8.1. CONCEPTO E IMPORTANCIA DE IGUALDAD DE GÉNERO.

Cada vez hay mayor conciencia sobre la importancia de la meritocracia como medio para alcanzar el éxito empresarial, entendiendo como meritocracia un sistema en el que se premia al talento, sin importar su género o procedencia. Como afirman Puga Villarreal y Martínez Cerna (2008): “dada la rapidez con que se suscitan los acontecimientos y cambian los escenarios, la única fortaleza competitiva de los negocios ha llegado a ser el conocimiento”.

A lo largo de los últimos años, la mayoría de entornos empresariales se caracterizaban por la implantación de equipos homogéneos mayoritariamente masculinos, lo cual, a largo plazo, puede ser poco provechoso y provocar pérdida de creatividad y adaptación a la sociedad actual. En este contexto de globalización, el sistema organizacional hasta ahora conocido se ha visto obligado a adaptarse a las circunstancias, ofreciendo así, la oportunidad de promover la diversidad como una estrategia competitiva para las empresas. La idea principal de la estrategia de diversidad es crear un entorno laboral que supere las barreras tradicionales, logrando una mejora de condiciones creando una nueva cultura de trabajo promoviendo la igualdad de oportunidades y aprovechando el máximo potencial ofrecido por la heterogeneidad en los grupos, es decir, diversos en cuanto a sexo, edad, etnia, nacionalidad, etc. (Barberá, 2004).

Independientemente de las diferencias entre hombres y mujeres, la diversidad estimulará el talento potencial de una compañía. Por lo tanto, dejando de lado cánones tradicionales, actualmente las tácticas empresariales se centran en la participación mixta dentro de la empresa, por tres razones fundamentales (Kochan et al., 2003):

- La escasez de talentos requiere la búsqueda y aprovechamiento de todas las habilidades de todos los empleados, sin importar género o etnia.
- La necesidad de ser como los clientes, incluyendo la necesidad de comprenderlos y comunicarse con ellos teniendo en cuenta sus preocupaciones.
- Los equipos heterogéneos producen mejores resultados. Las empresas obtienen sinergias mediante la combinación de perspectivas femeninas y masculinas, creando estrategias más innovadoras y eficaces.

8.2. CONCEPTO RSE.

La RSE surge como consecuencia del conflicto entre el objetivo de hacer máximo el valor económico de los recursos de la propiedad de la empresa y las acciones puestas en marcha para ese fin, y el objetivo general de lograr el bienestar de la sociedad actuando con respeto a los principios éticos y morales. No se trata sólo de ganar dinero, sino que también debe cuidarse cómo se hace, siendo necesario devolver parte de esa ganancia a la sociedad (Reyes Recio, 2008)

La conexión entre diversidad y Responsabilidad Social (RS) es importante, ya que hace visible el problema y ayuda a buscar soluciones en todos los procesos organizativos. El en año 2016, ha sido aprobado el “Informe sobre factores externos que representan obstáculos para el emprendimiento de las mujeres europeas”, propuesto por el Comité de Derechos de la Mujer e Igualdad de Oportunidades, en el marco del Parlamento Europeo concerniente a la RSC, el cual recalca establecer la RSE como eje principal para focalizar una determinada tendencia empresarial direccionada a la diversidad y a favor de la igualdad, mostrando la necesidad de reflexionar y actuar sobre todos los factores que afectan al emprendimiento femenino anteriormente mencionados, mediante las siguientes propuestas (Parlamento Europeo, 2016) :

- Reconocer el valor del emprendimiento femenino para sus economías y los obstáculos que deben superarse; y presentar estrategias concretas para fomentar la cultura emprendedora de las mujeres teniendo en cuenta sus necesidades, motivaciones y condiciones en lo que respecta a la eliminación de estereotipos de género así como a los distintos estilos de dirección y liderazgo y a las nuevas formas de organización y gestión de empresas.
- Aprobación de programas de acompañamiento, apoyo y asesoramiento a las mujeres emprendedoras a la hora de poner en marcha empresas pioneras que generen valor y riqueza basadas en principios socialmente responsables.
- Aplicar un enfoque global al emprendimiento de las mujeres para animarlas y apoyarlas a fin de que desarrollen una carrera como emprendedoras, facilitando el acceso a la financiación y las oportunidades de negocio, y creando un entorno que permita a las mujeres aprovechar su potencial y convertirse en emprendedoras de éxito garantizando, entre otras cosas, la conciliación de la vida profesional y la vida personal, el acceso a guarderías y una formación concebida a su medida.
- Intensificar la lucha contra los estereotipos de que aún persisten en los sectores dominados por los hombres como la ciencia y la tecnología, la innovación y la invención; considerando que, en esos sectores, los responsables políticos, los inversores, el sector financiero y el mercado puede que perciban a las mujeres como menos creíbles o menos profesionales, lo que significa que las mujeres emprendedoras son vistas a veces con escepticismo por potenciales clientes,

proveedores, socios, bancos e inversores, y tienen que ser más persistentes para probar sus conocimientos, habilidades y capacidades, y poder acceder a la financiación que precisan.

- Reconocer el valor del emprendimiento para el equilibrio entre la vida laboral y la vida privada de mujeres y hombres y que eliminen las barreras que dificultan e incluso impiden el emprendimiento de las mujeres y que adopten un marco coherente de medidas para apoyar la participación de las mujeres en el mercado laboral.
- Creación de redes, prácticas, tutorías y modelos femeninos para apoyar a las emprendedoras, incluso con vistas a avanzar hacia sectores más innovadores, sostenibles y rentable.
- Colaboración con el sector financiero por parte de Organismos como Gobiernos, a administraciones y otros organismos para la igualdad de los Estados miembros, teniendo en cuenta su obligación de garantizar la igualdad entre mujeres y hombres en el acceso al capital para autónomos y pymes; así como analizar las posibilidades de introducir la igualdad de género en sus estructuras de información sobre la concesión de préstamos, en la adaptación de sus perfiles de riesgo.
- Promover una cultura del emprendimiento en la educación y la formación; destaca la importancia de una educación a todos los niveles, tanto formal como informal y de incluir el aprendizaje a lo largo de la vida, con el fin de fomentar el emprendimiento y la creación de nuevas empresas.

8.3. HACIA UNA MAYOR DIVERSIDAD DE GÉNERO EN ESPAÑA: CAMBIOS NORMATIVOS.

La brecha de género existente en el emprendimiento es un problema en los códigos de gobierno corporativo en todo el mundo. A lo largo de los últimos años, en España se han llevado a cabo políticas y programas orientados a combatir dicha brecha. El Ministerio de Sanidad Consumo y Bienestar Social (2018a) proporciona visibilidad a programas nacionales dedicados a impulsar el emprendimiento femenino y apoyar a las mujeres emprendedoras, autónomas y empresarias, mediante las siguientes actuaciones:

- Programa Innovatia 8.3: Este programa ha sido fundado en el año 2011 por el Instituto de la Mujer y está cofinanciado por el Fondo Social Europeo, para la incorporación de la igualdad de género a todos los espacios en los que se genere y se transfiera conocimiento, especialmente en universidades y centros de investigación. Así, el objetivo del programa es fomentar el espíritu empresarial de las mujeres en el sector científico y tecnológico e integrar la perspectiva de género en los procesos de creación de empresas de base tecnológica, apostando por incrementar la participación de las mujeres en sectores de alto valor añadido.
- Programa de apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM): Es un programa a nivel nacional, promovido por el Instituto de la mujer y la Cámara de Comercio de España, cofinanciado por el Fondo Social Europeo. Con más de quince años en activo, es un programa en el ámbito de asesoramiento empresarial dirigido a empresarias y emprendedoras, con una idea o proyecto de negocio o con un plan de modernización y ampliación.
- Programas para facilitar la financiación: Estas medidas financieras para impulsar el emprendimiento femenino se dividen en dos tipos: a) programa de microcréditos y b) apoyo para la obtención de avales. La primera medida tiene como objetivo facilitar el acceso al crédito a mujeres emprendedoras, que no tienen acceso al mercado financiero tradicional, a través de microcréditos y sin necesidad de avales personales. Por otro lado, la segunda medida está destinada a empresas ya consolidadas, que necesitan mejoras o mayor crecimiento, el Instituto de la Mujer bonifica la comisión de tramitación de los avales solicitados por mujeres empresarias y emprendedoras.

Respecto a las medidas orientadas a eliminar las barreras para la promoción a las principales posiciones corporativas que la mujer debe enfrentar, el Gobierno aprobó la Ley de igualdad efectiva de hombres y mujeres (España, 2007), cuya última modificación ha sido realizada en 2013, con el objetivo de promover la igualdad de oportunidades tanto en empresas privadas, como en organismos públicos. En lo que respecta a la representación de las mujeres en los consejos de administración, esta ley estipula que las empresas más grandes deben intentar incluir a algunas mujeres en sus directorios con el fin de alcanzar una presencia equilibrada de hombres y mujeres. Esta regulación establece los criterios para la incorporación de los miembros de la junta en

términos de talento y desempeño profesional, para garantizar que el género no sea un factor de selección adverso.

La Ley de Sociedades de Capital publicada en el Boletín Oficial del Estado también defiende la diversidad de género en los gobiernos corporativos mediante el Artículo 529 bis:

“El consejo de administración deberá velar porque los procedimientos de selección de sus miembros favorezcan la diversidad de género, de experiencias y de conocimientos, y no adolezcan de sesgos implícitos que puedan implicar discriminación alguna y, en particular, que faciliten la selección de consejeras.” (España, 2010, p. 128)

Por último, la Comisión Nacional del Mercado de Valores (2015) menciona explícitamente en el Principio 10 del “Código Unificado de Buen Gobierno” la necesidad de una adecuada diversidad de género en los consejos:

“El consejo de administración tendrá la dimensión precisa para favorecer su eficaz funcionamiento, la participación de todos los consejeros y la agilidad en la toma de decisiones, y la política de selección de consejeros promoverá la diversidad de conocimientos, experiencias y género en su composición.” (Comisión Nacional del Mercado de Valores, 2015, p. 25)

De acuerdo con este código, la diversidad no solo representa un desafío desde una perspectiva ética, política y de responsabilidad social corporativa, sino que está ligada a la eficiencia que las empresas públicas deberían perseguir en el mediano y largo plazo.

9. CASO PRÁCTICO

9.1. OBJETIVO

Este estudio está enfocado a entender las diferencias de género dentro del emprendimiento, así como la influencia que tiene el contexto político, económico y social de los distintos países en los resultados. El principal objetivo es analizar la relación entre las variables de cada país y su efecto sobre el emprendimiento del año siguiente, tanto femenino como masculino, a nivel internacional.

9.2. MUESTRA Y BASE DE DATOS

La información necesaria para este análisis ha sido recogida de diversas fuentes:

- La base de datos del proyecto *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*.
- La base de datos del Banco Mundial.
- La base de datos de la Organización para la Cooperación de Desarrollos Económicos (OECD).
- Publicaciones anuales de *IMD World Competitiveness Center*.

Inicialmente la muestra constaba de 28 países y un periodo comprendido entre 2006 y 2016, sin embargo, dado que no existe información para todos los años, y para todas las variables, algunos países y/o algunos años se han caído de la muestra. Finalmente, se ha realizado un panel de datos para 21 países entre los años 2006 y 2014, donde el tamaño efectivo de la muestra ha sido 144. Según la diferenciación GEM basado en el desarrollo económico, la mayoría de los países analizados corresponden a economías impulsadas por la innovación⁶. Las respectivas observaciones son especificadas detalladamente en la Tabla 9.1.

⁶ En la clasificación de las economías GEM por nivel de desarrollo económico basada en las fases establecidas por el Foro Económico Mundial (FEM) en su Informe de Competitividad Global, las economías impulsadas por la innovación son las más desarrolladas. En esta fase, las empresas son más intensivas en conocimiento y el sector de servicios se expande.

Tabla 9.1: Estadísticos descriptivos por país.

País	Freq	País	Freq
Austria	3	Islandia	3
Bélgica	9	Italia	8
Canadá	3	Luxemburgo	2
España	9	Noruega	9
Estados Unidos	9	Polonia	4
Finlandia	9	Portugal	6
Francia	9	Reino Unido	9
Grecia	9	Rep. Checa	3
Holanda	9	Suecia	7
Hungría	9	Suiza	7
Irlanda	8		

Fuente: Elaboración propia.

9.3. VARIABLES ANALIZADAS

Las variables han sido divididas en tres tipos: variables dependientes, variables independientes y variables de control. Todas ellas se explican a continuación, así como en la Tabla 9.2, donde se presenta la media, la desviación estándar, así como los valores mínimos y máximos.

9.3.1. Variables dependientes

Para realizar este estudio, han sido elegidas dos variables principales que se compararán posteriormente y sobre las que afectan el resto de factores: **la tasa de emprendimiento femenino (MUJEMPR)** (% del empleo femenino) **y la tasa de emprendimiento masculino (HOMEMPR)** (% del empleo masculino). La información de ambas variables ha sido recogida para el periodo comprendido entre 2006 y 2016 de la base de datos del Banco Mundial (Grupo Banco Mundial, 2018), la cual forma parte de las estimaciones de la OIT (Organización Internacional del Trabajo), basadas principalmente en encuestas de fuerza de trabajo representativas a nivel nacional.

9.3.2. Variables independientes

El resto de variables independientes de cada país se explican a continuación. Todas las variables independientes han sido retardadas un periodo.

- **Brecha salarial (BRECHA):** Porcentaje de la brecha salarial de género definida como la diferencia entre los salarios medios de hombres y mujeres en relación con el salario medio de los hombres. Esta información ha sido obtenida para un periodo comprendido entre 2006 y 2016 desde la base de datos de la OECD⁷.
- **Tasa de desempleo sobre la población activa (DESEEMPL):** Proporción de fuerza laboral que no tiene trabajo, pero que está disponible para buscar empleo. Hay una fuerte relación entre desempleo y emprendimiento, dado que el aumento de desempleo provoca un impacto positivo en posteriores tasas de emprendimiento y, a su vez, el aumento de la tasa de autoempleo tiene un impacto negativo en posteriores tasas de desempleo (Minniti, 2012). Estos datos han sido recopilados de los indicadores del Banco Mundial para los años comprendidos entre 2006 y 2016.
- **Oportunidades (OPORT):** Porcentaje de población adulta (entre 18 y 64 años de edad) que considera emprender un negocio como una oportunidad. Según GEM, fuente de la cual se han obtenido dichos datos para el periodo entre 2006 y 2016, la actividad emprendedora suele ser un reflejo de las oportunidades y las capacidades percibidas por parte de la población, entendiendo esto como la identificación o generación de una idea de negocio que responda a una necesidad o crear una nueva necesidad en el mercado.
- **Marco legal (LEGAL):** Esta información ha sido obtenida las publicaciones anuales de IMD World Competitiveness Center (2015), hasta el año 2014. El marco legal corresponde al nivel de medidas o decisiones políticas, a nivel nacional, que apoyan la iniciativa y el espíritu empresarial como una cuestión económica. Tal y como ha sido explicado en el apartado relacionado con la Responsabilidad Social, el intervencionismo político juega un papel fundamental con cualquier decisión empresarial. En el caso del emprendimiento, son necesarias políticas públicas que respalden e impulsen el emprendimiento sostenible, así como lograr una estabilidad que garantice su sostenibilidad

⁷ (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2018)

(Stam, Suddle, Hessels, y Stel, 2006). Por tanto es necesario analizar esta variable, teniendo en cuenta que cada país posee distintos marcos legales, para corroborar si es un factor significativo en la tasa de autoempleo a nivel internacional.

- **Cultura emprendedora:** Según GEM, fuente de la cual se han obtenido los datos (2006-2016), la cultura emprendedora se define como las normas sociales y culturales que fomentan o permiten acciones que conducen a nuevos métodos de negocios o actividades que pueden potencialmente aumentar la riqueza personal y los ingresos. Esta variable es uno de los principales determinantes para las varias actividades emprendedoras emprendidas en diferentes países, aunque es posible que sea necesaria una mayor exploración para comprender mejor el papel de los aspectos sociales del espíritu empresarial (Wach, 2015).
- **Nivel de educación superior (EDSUPMUJ y EDSUPHOM):** Porcentaje de población entre 25 y 64 años de edad, que haya completado algún nivel de formación post-obligatoria. Esta variable se ha obtenido de la base de datos de la OECD, desde el año 2006 hasta 2016. Como ha sido explicado anteriormente, el nivel de formación profesional, especialmente la tasa femenina, ha ido aumentando a lo largo de los últimos años. De este modo, se cuestiona si este incremento influye significativamente en la tasa de emprendimiento, tanto en el caso de hombres, como en de mujeres. Para que el análisis sea más preciso, ha sido dividida por géneros, ya que para saber cómo influye el nivel de educación en el número de mujeres emprendedoras, se ha aplicado la tasa de educación superior femenina, así como en el análisis masculino, se ha aplicado el porcentaje correspondiente de hombres con estudios superiores.

9.3.3. Variables de control.

Como ha sido mencionado anteriormente, el contexto económico y/o político de cada país puede ser un factor muy influyente en cualquier tipo de decisión empresarial, por lo que, se han incluido variables de control como el PIB per cápita y el nivel de transparencia gubernamental con el fin de obtener resultados más precisos. Al igual que las variables dependientes, todas las variables han control han sido retardadas un periodo.

- **PIB Per Cápita (PIB):** Tal y como se mencionó anteriormente, GEM categorizó a los países según tres etapas de desarrollo económico: impulsada por factores, impulsada por la eficiencia e impulsada por la innovación. Esta clasificación en fases de desarrollo económico se basa en el nivel de PIB per cápita. A medida que los países se desarrollan económicamente, tienden a pasar de una fase a la siguiente, y la iniciativa empresarial es a la vez un factor impulsor y un subproducto de esta transición económica. Del mismo modo, a medida que los países evolucionan y se modernizan en sus perspectivas y estilos de vida, es probable que surjan empresarios (Paul y Shrivatava, 2016). La mayoría de los países analizados en este caso práctico, corresponden a la economía impulsada por la innovación. Los datos están medidos en dólares americanos a precios actuales y basados en los indicadores del Banco Mundial (periodo entre 2006 y 2016).

- **Transparencia (TRANS):** Obteniendo los datos del libro anual IMD World Competitiveness Center (2015), desde el año 2006 hasta el año 2014, esta variable se entiende como la percepción de los ciudadanos de cada país del nivel de confianza, seguridad y veracidad entre el gobierno y la sociedad, de tal manera que la población esté informada y conozca las responsabilidades, procedimientos, reglas, normas que provienen del sector público. Algunos estudios prueban que un Gobierno que tenga buena reputación, además de plasmar una imagen de confianza a los ciudadanos, velará por los valores y principios que fomentan el emprendimiento, así como normas que inciden en el Buen Gobierno de las empresas (Rivero Torre, 2005).

- **Dummies anuales:** También se han incluido variables ficticias anuales para analizar si los años considerados en nuestra muestra tuvieron el mismo efecto en las variables dependientes.

9.4. RESULTADOS

Como se puede observar en los estadísticos descriptivos, Tabla 9.2, la tasa de emprendimiento femenino (MUJEMPR) es menor que la masculina (HOMEMPR) a nivel internacional, siendo un 15,15% y un 20,83% de media, respectivamente. Los últimos datos recogidos apuntan que el país con la tasa de emprendimiento más baja, para ambos géneros, es Noruega, con un 4,57% y un 9,16%, mientras que los valores

máximos de la muestra corresponden a Turquía, siendo un 36,55% la tasa femenina, y Grecia con una tasa masculina del 37,46%.

Respecto a las variables independientes, se debe tener en consideración que, aunque todos los países incluidos en el análisis sean países desarrollados y algunos tengan ciertas similitudes entre sí, todos ellos se encuentran o se han encontrado, en situaciones económicas muy diferentes. Una de las variables que muestran resultados más heterogéneos según el país analizado es la diferencia de ganancias entre hombres y mujeres (BRECHA). La brecha es bastante evidente (32,98%), pero es notable una gran diferencia entre la pequeña tasa de República Checa (0,38%) en el año 2013 y la tasa de Japón, donde la brecha salarial ronda el 30% a lo largo de los diez años. Así como las oportunidades percibidas por los ciudadanos para iniciar un negocio (OPORT), aunque países como Hungría o Grecia hayan aumentado su tasa considerablemente a lo largo de los años, todavía no alcanzan ni la mitad del porcentaje de los países escandinavos.⁸

También se puede observar que hay una importante brecha con relación al nivel de formación. En la mayoría de los países incluidos en el análisis, el porcentaje femenino supera al masculino, obteniendo una media de 31,15% y 28,44% respectivamente, pero es importante destacar las diferencias entre las distintas regiones ya que, mientras en Norte América, entorno al 60% de las mujeres y el 50% de los hombres poseen estudios universitarios o post-obligatorios, en países como Italia o República Checa, ambos géneros se encuentran por debajo del 25% actualmente.

⁸ En los últimos años, según la base de datos del proyecto GEM, Suecia ha alcanzado el primer puesto promoviendo el emprendimiento, ya que el 78,5% de la población adulta considera emprender un negocio como una oportunidad. Le siguen Noruega y Polonia con un 69% y un 68,7%, respectivamente.

Tabla 9.2: Estadísticos descriptivos.

	Media	Desviación Típica	Mín.	Máx.
MUJEMPR	15,15	9,37	4,05	49,28
HOMEMPR	20,83	7,63	6,60	40,56
BRECHA	14,27	6,10	0,38	32,98
DESEMP	8,39	5,19	2,25	27,47
OPORT	36,64	15,26	2,85	78,5
LEGAL	4,64	1,40	1,98	7,54
CULT	2,78	0,48	1,88	4,47
EDSUPMUJ	31,15	12,21	9,01	62,39
EDSUPHOM	28,44	10,61	8,68	50,34
PIB	38831,58	24597,74	5274,55	119225,4
TRANS	4,84	1,66	1,44	8,26

n=144

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 9.3 muestra las correlaciones entre las variables, las cuales son generalmente significativas, ya que la mayoría se encuentra por debajo de un nivel de significación de $p < 0,01$. En primer lugar, entre las variables positivamente correlacionadas, cabe destacar la correlación entre el marco legal y la transparencia gubernamental, que alcanza una cifra de 0,83, así como entre el marco legal y cultura emprendedora, 0,57. De esto se puede interpretar que a medida que el Gobierno impulse el emprendimiento con políticas e iniciativas empresariales, además de mejorar su imagen de cara a los ciudadanos, éstos verán más factible la idea de iniciar un negocio.

El PIB per cápita también está positivamente relacionado con las variables que reflejan el contexto legal y político de cada país (TRANS y LEGAL). Se puede deducir que los países más ricos, o que se encuentren en una situación de crecimiento económico, proporcionan un entorno político y burocrático más favorable para los ciudadanos. A su vez, el PIB y el nivel de educación superior de ambos géneros están relacionados entre sí (0,57 y 0,67), por lo que las oportunidades de formación profesional, serán incrementadas en los países donde la renta per cápita sea mayor.

Las variables dependientes muestran una correlación positiva es con la tasa de desempleo (DESEMPL). Si se incrementa la tasa de desempleo, aumenta el porcentaje de emprendedores y emprendedoras, y viceversa. De hecho, es posible que algunas empresas hayan sido creadas como escapatoria a esta situación⁹.

En relación con esto, la tasa de desempleo también muestra resultados negativos con el resto de variables, como puede ser el PIB per cápita (-0,41), el marco legal (-0,29) o la transparencia gubernamental (-0,36), por lo tanto, la situación económica y política de cada país influye inversamente en la tasa de autoempleo. Si se trata de países que no poseen mucha riqueza o que todavía se encuentran en desarrollo económico, además de no mostrar una imagen de confianza y seguridad de cara a sus ciudadanos, el número de personas desempleadas aumentará, y viceversa.

⁹ Según el informe sobre mujeres emprendedores realizado por Global Entrepreneurship Monitor (2017b), existen dos tipos de motivaciones a la hora de poner en marcha un negocio: emprendimiento por necesidad y emprendimiento por oportunidad. En este caso, se trataría de necesidad, ya que no existen posibilidades laborales satisfactorias y es necesario encontrar una alternativa ocupacional.

Tabla 9.3: Matriz de correlaciones.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
MUJEMPR	1										
HOMEMPR	0,86**	1									
BRECHA	-0,14*	-0,18**	1								
DESEMP	0,19**	0,27**	-0,26**	1							
OPORT	-0,01	-0,13*	-0,02	-0,34**	1						
LEGAL	-0,42**	-0,48**	0,21**	-0,29**	0,52**	1					
CULT	-0,14*	-0,18**	0,36**	-0,35**	0,39**	0,57**	1				
EDSUPMUJ	-0,62**	-0,56**	0,29**	-0,22**	0,19**	0,54**	0,33**	1			
EDSUPHOM	-0,54**	-0,56**	0,43**	-0,30**	0,09	0,58**	0,40**	0,87**	1		
PIB	-0,60**	-0,62**	0,06	-0,41**	0,28**	0,56**	0,30**	0,57**	0,67**	1	
TRANS	-0,39**	-0,47**	0,14*	-0,36**	0,57**	0,83**	0,44**	0,51**	0,56**	0,64**	1

n=144 † p<0,10; * p<0,05 ** p<0,01
Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 9.4 recoge los resultados obtenidos en el análisis de regresión, siendo Modelo 1 la tasa de emprendimiento femenina y Modelo 2 su correspondiente masculina.

En el caso del Modelo 1, la percepción de oportunidades de negocio muestra un efecto positivo en la tasa de emprendimiento femenino ($\beta=0,12$), así como la cultura emprendedora ($\beta=3,06$) y la transparencia gubernamental ($\beta=2,04$). En países en los que la enseñanza de emprendimiento ha tenido mayor implicación, convirtiéndose en una verdadera “cultura”, se dota a los estudiantes de herramientas teórico-prácticas y capacidades a lo largo del proceso educativo, desarrollando así sus competencias empresariales para estar más capacitados a la hora de visualizar oportunidades de negocio. Respecto a la última variable mencionada, los países con más transparencia y normas de buen gobierno tienen instituciones más fuertes, las cuales incrementan el crecimiento económico y el desarrollo social, por lo tanto, facilitará cualquier cuestión relacionada con el ámbito empresarial.

A su vez, se observan variables con las que el modelo muestra una relación negativa, como el marco legal, deduciendo que en entornos legales más burocráticos las mujeres no son tan propensas a iniciarse en el mundo empresarial, o el nivel de formación académica, en el que caben dos formas de interpretación. En primer lugar, ya que dentro de la tasa de emprendimiento femenino un alto porcentaje corresponde a mujeres que emprenden por necesidad, en estos casos, es más factible que no posean estudios superiores. Por otra parte, en un estudio realizado por Estrin y Mickiewicz, (2011) se descubrió que en los países con un gran tamaño de gobierno (proporción entre el gasto gubernamental y el PIB), las mujeres tienen menos probabilidades de comenzar negocios y menos probabilidades de comenzar negocios de aspiración alta¹⁰. Su interpretación es que, cuando hay menos servicios proporcionados por el gobierno, como los relacionados con la educación y la salud, las mujeres se verán más obligadas a buscar otras fuentes de ingresos. Mientras que, cuando hay altos niveles de servicios gubernamentales y altos impuestos, las mujeres pueden asumir responsabilidades domésticas más a menudo.

¹⁰ Los negocios de aspiración alta son aquellos en los que se espera contratar diez o más empleados en cinco años.

En el caso del Modelo 2, que corresponde a los hombres emprendedores, no se muestra tan sensible a las variables relacionadas con el entorno económico y legal como en el modelo anterior. La variable con la que este modelo tiene mayor relación es con el desempleo ($\beta=0,63$), con un nivel de confianza del 90%. Si la tasa de desempleo aumenta, también se incrementará la respectiva tasa de emprendimiento, lo que supone destacar un porcentaje dentro de los hombres emprendedores que también son motivados por la necesidad.

Por lo tanto, comparando los dos modelos, las mujeres emprendedoras son más susceptibles que los hombres a los cambios políticos, legales o económicos. Las normas y medidas gubernamentales que fomenten la cultura empresarial son necesarias para lograr un aumento del TEA femenino, reduciendo así la brecha de género en el emprendimiento.

Tabla 9.4: Análisis de regresión.

	Modelo 1	Modelo 2
BRECHA	0,01 (0,27)	-0,003 (0,25)
DESEMP	0,39 (0,37)	0,63 † (0,34)
OPORT	0,12 † (0,06)	0,02 (0,08)
LEGAL	-2,34 † (1,26)	-1,65 (1,64)
CULT	3,06 † (1,69)	2,50 (2,78)
EDSUPMUJ	-0,49** (0,15)	
EDSUPHOM		-0,22 (0,17)
PIB	-1,4 e ⁻⁴ † (7,6 e ⁻⁵)	-1,2 e ⁻⁴ (7,3 e ⁻⁵)
TRANS	2,04 † (1,14)	1,13 (0,98)
Efecto Anual	Sí	Sí
R ²	0,60	0,51
F	3,15**	19,21**

V.D.: MUJEMPR y HOMEMPR; COEf: Errores estándar robustos entre paréntesis; n=144;
 †p<0,10; * p<0,05; ** p<0,01

Fuente: Elaboración propia.

10. CONCLUSIONES

Reflexionar en torno a las mujeres que forman parte del ámbito empresarial, haciendo especial hincapié en el análisis de la posición que ocupan dentro de los cargos de dirección, así como aquellas que tienen intenciones de crear su propio negocio es una tarea de incuestionable importancia en la actualidad. Tal y como se ha analizado en la parte empírica, la tasa de emprendimiento femenino varía según las condiciones de cada país, siendo mucho más afectado por los cambios económicos, políticos y legales que el emprendimiento masculino.

Por una parte, al analizar contextos económicos de distintos países, así como su respectiva tasa de emprendimiento femenino, se concluye que en los países con un gran tamaño de gobierno, las mujeres tienen menos probabilidades de comenzar un negocio. En aquellos países que posean menos riqueza y que proporcionen menos prestaciones a sus ciudadanos, las mujeres se verán obligadas a buscar otras fuentes de ingresos, por estos motivos se obtienen las altas tasa de emprendimiento femenino por necesidad. Mientras que, cuando hay altos niveles de prestaciones gubernamentales y mayores rentas, las mujeres pueden asumir responsabilidades domésticas más a menudo y no son tan propensas a asumir el riesgo de emprender. Estrin y Mickiewicz (2011) afirman que la regulación gubernamental en el ámbito económico puede ser percibida negativamente, especialmente por aquellos interesados en crear nuevas empresas.

Sin embargo, la inestabilidad política y la presencia de la corrupción incrementan el riesgo del empresario ya que otras personas que participan en este proceso podrían tener comportamientos oportunistas y aprovecharse de sus beneficios o rentas; situaciones que son factibles debido a los niveles relativamente elevados de asimetrías de información que caracterizan a cualquier actividad económica (Anokhin y Schulze, 2009). De igual forma, la evidencia empírica sugiere que los emprendedores pueden declinar sus intenciones de crear una empresa si tienen que seguir muchas reglas y procedimientos, reportarse a muchas instituciones, obtener muchas licencias y seguir muchos trámites (Begley, Tan, y Schoch, 2005).

Por otro lado, respecto a la formación profesional, se puede concluir que el aumento o la disminución de la TEA femenina no depende tanto de la educación general, sino de la cultura emprendedora y empresarial que haya adquirido a lo largo de su vida. Si bien es cierto que en los últimos años se ha puesto más atención en este factor y las medidas e instituciones que apoyan a las mujeres en la empresa hayan aumentado, aún queda un largo camino por recorrer. Aquellos países que posean acciones que desarrollen la cultura empresarial desde etapas tempranas, lograrán aprovechar el talento femenino en el futuro. Estas acciones tendrían como objetivo inculcar las competencias y habilidades empresariales necesarias, de forma que, éstas sean capaces de detectar las demandas del mercado y aprovechen las oportunidades de negocio (Lozano y Sánchez, 2014).

10.1. IMPLICACIONES Y LIMITACIONES DEL ESTUDIO

En base a los resultados obtenidos, para alcanzar la igualdad dentro del mundo empresarial son necesarias las medidas de Responsabilidad Social Empresarial, entre las que cabe destacar los siguientes puntos (Rovayo, 2009):

- Potenciar “modelos de rol positivos”. Esto puede ser a través de la difusión y comunicación de experiencias exitosas.
- Mejorar las condiciones de entorno y financiamiento: incrementando la financiación para aquellas mujeres que decidan crear una empresa (capital de riesgo, préstamos simplificados, etc.), que permitirán mejorar no solo el inicio, sino también el mantenimiento del negocio. El Estado juega un papel fundamental en este caso, ya que puede incentivar y eliminar barreras como altos costes o trabas burocráticas.
- Promover habilidades y competencias emprendedoras, ya sea a través del sistema educativo de las universidades, ya que allí se apoya a los estudiantes en el desarrollo de actitudes y capacidades empresariales, o a través de instituciones únicamente dedicadas a promover el emprendimiento, mediante la creación de redes de contacto, potenciando la innovación o ampliando el espacio de oportunidades para emprender.

Es evidente que aún queda mucho por hacer para reducir las brechas de género en todos los países. La intención de lograr la igualdad de género es necesaria, pero por sí sola es insuficiente. Estos retos no podrán ser superados sin la conciencia y los esfuerzos del Estado, las empresas y la sociedad en general, así como las instituciones y entidades educativas, como fuentes de desarrollo profesional, para llevar a cabo un cambio de actitud empresarial y fomentar un entorno ético y justo.

Por otro lado, a lo largo del trabajo se han encontrado ciertas limitaciones, especialmente en la recopilación de datos para el caso práctico. En primer lugar, no ha sido posible obtener suficientes datos sobre mujeres que ocupan cargos directivos, dado que algunas de las barreras especificadas en dicho apartado, a pesar de su fuerte influencia, son susceptibles e incuantificables, como la influencia de los roles de género o los estilos de liderazgo.

En segundo lugar, respecto a los países seleccionados, como ha sido apuntado en el apartado correspondiente a la metodología, en un principio la muestra constaba de más países, a pesar de que algunos se hayan caído ya que no hay suficiente información para todos los años y/o variables. Añadido a esto, los datos de países subdesarrollados son escasos en comparación a los países europeos o americanos, por ejemplo. Por ese motivo, el análisis de regresión se ha orientado a países cuya economía es impulsada por la eficiencia o por la innovación.

11. REFERENCIAS

- Adler, N. J. (2002). Global managers: no longer men alone. *The International Journal of Human Resource Management*, 13(5), 743-760.
<https://doi.org/10.1080/09585190210125895>
- Aldrich, H. E., y Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, (18), 573 – 596. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00011-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00011-9)
- Alegría Montes, L. (2014). *El liderazgo de la mujer en el entorno empresarial*. (Trabajo de Fin de Grado). Universidad de Cantabria. Recuperado a partir de <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/6476/ALEGRIAMONTESLUCIA.pdf?sequence=1>
- Álvarez, C., Noguera, M., y Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino: un estudio cuantitativo en España. *Economía industrial*, (383), 43-52. Recuperado a partir de http://www.mincotur.gob.es/publicaciones/publicacionesperiodicas/economiaindustrial/revistaeconomiaindustrial/383/claudia_alvarez.pdf
- Anokhin, S., y Schulze, W. S. (2009). Entrepreneurship, innovation, and corruption. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 465-476.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.06.001>
- Barberá, E. (2004). Diversidad de género, igualdad de oportunidades y entornos laborales. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (50), 37-53. <https://doi.org/0213893>
- Begley, T. M., Tan, W. L., y Schoch, H. (2005). Politico-economic factors associated with interest in starting a business: A multi-country study. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(1), 35-55. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00068.x>

- Berbel Sánchez, S. (2013). *Directivas y empresarias Mujeres rompiendo el techo de cristal* (2.^a ed.). Bellcaire (Gerona): Aresta.
- Briseño, O., Briseño, A., y Lira, A. (2016). El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México. *Innovaciones de Negocios*, 13(25), 23-46. Recuperado a partir de http://www.web.facpya.uanl.mx/rev_in/Revistas/13_25/13.25_A2.pdf
- Brunet, I., y Alarcón, A. (2004). Teorías sobre la figura del emprendedor. *Papers. Revista de Sociología*, 73, 81-103. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v73n0.1108>
- Brush, C. G. (2002). Research on Women Business Owners; Past Trends, a New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, 5-30. <https://doi.org/10.1177/104225879201600401>
- Castaño, C., Laffarga, J., De Fuentes, P., Martín, J., Llorente, R., Charlo, M. J., ... Martínez, J. L. (2009). *Mujeres y poder empresarial en España. Ministerio de Igualdad, Instituto de la Mujer*. Madrid. Recuperado a partir de <http://www.igualdadenaempresa.es/enlaces/webgrafia/docs/mujeres-poder-empresarial-espanya-2009.pdf>
- Coleman, S. (2000). Access to capital and terms of credit: A comparison of men- and women-owned small businesses. *Journal of Small Business Management*, 38(3), 37-52.
- Comisión Nacional del Mercado de Valores. (2015). *Código de Buen Gobierno de las sociedades cotizadas*. Recuperado a partir de https://www.cnmv.es/docportal/publicaciones/codigogov/codigo_buen_gobierno.pdf
- Cuadrado, I., Molero, F., y Navas, M. (2003). El liderazgo de hombres y mujeres: diferencias en estilos de liderazgo, relaciones entre estilos y predictores de variables de resultado organizacional. *Acción Psicológica*, 2(2), 115-129.

<https://doi.org/10.5944/ap.2.2.525>

Eagly, A. H., y Johannesen-Schmidt, M. C. (2001). The Leadership Styles of Women and Men. *Journal of Social Issues*, 57(4), 781-797.

Eagly, A. H., Johannesen-Schmidt, M. C., y Van Engen, M. L. (2003). Transformational, Transactional, and Laissez-Faire Leadership Styles: A Meta-Analysis Comparing Women and Men. *Psychological Bulletin*, 129(4), 569-591. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.129.4.569>

Eagly, A. H., y Karau, S. J. (2002). Role Congruity Theory of Prejudice Toward Female Leaders. *Psychological Review*, 109(3), 573-598. <https://doi.org/10.1037//0033-295X.109.3.573>

Eagly, A. H., Wood, W., y Diekmann, A. B. (2000). Social role theory of sex differences and similarities: A current appraisal. En T. Eckes y H. M. Trautner (Eds.), *The developmental social psychology of gender* (pp. 123-174). Mahwah, New Jersey: Erlbaum. Recuperado a partir de <https://www.scholars.northwestern.edu/en/publications/social-role-theory-of-sex-differences-and-similarities-a-current->

España. (2007). Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. *Boletín Oficial del Estado*, (71). Recuperado a partir de <https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-6115-consolidado.pdf>

España. (2010). Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital. *Boletín Oficial del Estado*, (161), 128. Recuperado a partir de <https://www.boe.es/buscar/pdf/2010/BOE-A-2010-10544-consolidado.pdf>

Espinosa, J. C., Contreras, F., y Barbosa, D. (2015). Prácticas de liderazgo y su relación con la cultura en grupos de países latinoamericanos. *Diversitas: perspectivas en psicología*, 11(2), 303-317.

- Estrin, S., y Mickiewicz, T. (2011). Institutions and female entrepreneurship. *Small Business Economics*, 37(4), 397-415. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9373-0>
- Gholipour, A., Bod, M., Zehtabi, M., Pirannejad, A., y Kozekanan, S. F. (2010). The Feasibility of Job Sharing as a Mechanism to Balance Work and Life of Female Entrepreneurs. *International Business Research*, 3(3), 133-140. <https://doi.org/10.5539/ibr.v3n3p133>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2014). *Informe GEM España 2014*. Recuperado a partir de http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/04/GEM_es_2014.pdf
- Global Entrepreneurship Monitor. (2016). *Global Report 2015/2016*. Recuperado a partir de <https://www.gemconsortium.org/report/49480>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2017a). *Global Report 2016/2017*. Recuperado a partir de <https://www.gemconsortium.org/report/49812>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2017b). *Women's Entrepreneurship 2016/2017*. Recuperado a partir de [https://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM 2016-2017 Womens Report.pdf](https://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM%2016-2017%20Womens%20Report.pdf)
- Grant Thornton. (2017). *Women in business*. Recuperado a partir de https://www.grantthornton.es/globalassets/___spain___/insights/women-in-business-2017.pdf
- Grupo Banco Mundial. (2018). Datos de libre acceso del Banco Mundial. Recuperado 11 de junio de 2018, a partir de <https://datos.bancomundial.org>
- Instituto Nacional de Estadística. (2015). Encuesta de Condiciones de Trabajo 2015. Recuperado 11 de mayo de 2018, a partir de <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=26059>

- International Institute for Management Development. (2015). *IMD World Competitiveness Yearbook, 2014*. Lausanne: International Institute for Management Development.
- Junquera, B., y Fernández, E. (2001). Factores determinantes en la creación de pequeñas empresas. *Papeles de economía española*, (89/90), 322-342.
- Kochan, T., Bezrukova, K., Ely, R., Jackson, S., Joshi, A., Jehn, K., ... Thomas, D. (2003). The effects of diversity on business performance: Report of the diversity research network. *Human Resource Management*, 42(1), 3-21.
<https://doi.org/10.1002/hrm.10061>
- López Fernández, M., Romero Fernández, P. M., y Díaz Carrión, R. (2012). Motivaciones para emprender: Un análisis de diferencias entre hombres y mujeres. *Economía Industrial*, (383), 75-84.
- Lozano, Á., y Sánchez, J. C. (2014). *Características personales y culturales de los emprendedores potenciales y su influencia en el autoempleo* (Tesis doctoral). Universidad de Salamanca. Recuperado a partir de <https://gredos.usal.es/jspui/handle/10366/125442>
- Lupiáñez Carrillo, L., Priede Bergamini, T., y López-Cozar Navarro, C. (2014). El emprendimiento como motor del crecimiento económico. *Boletín Económico de ICE*, (3048), 55-63. Recuperado a partir de http://www.revistasice.com/cache/pdf/bice_3048_55__24385f894c3ef154d0382ebb24b0889d.pdf
- Ministerio de Sanidad Consumo y Bienestar Social. (2018a). Igualdad de Oportunidades. Emprendimiento. Recuperado 23 de junio de 2018, a partir de <https://www.msssi.gob.es/ssi/igualdadOportunidades/iEmpleo/emprendimiento.htm>

- Ministerio de Sanidad Consumo y Bienestar Social. (2018b). Promoción Profesional. Recuperado 23 de junio de 2018, a partir de <https://www.msssi.gob.es/ssi/igualdadOportunidades/iEmpleo/promocionprofesionalfoto.htm>
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía industrial*, (383), 23-30.
- National Women's Business Council. (2017). *Accelerating the Future of Women Entrepreneurs*. Recuperado a partir de <https://s3.amazonaws.com/nwbc-prod.sba.fun/wp-content/uploads/2017/12/05040802/2017-annual-report.pdf>
- Neira Gómez, I., Portela Maseda, M., Fernández Fernández, L., y Rodeiro Pazos, D. (2013). Actitud empededora: un enfoque a través de los jóvenes y el género. En A. J. López Díaz (Ed.), *Emprender: Una perspectiva de género* (pp. 69-85). A Coruña: Universidade da Coruña, Servizo de Publicacions. Recuperado a partir de https://www.udc.es/export/sites/udc/oficinaigualdade/_galeria_down/documentos/EMPRENDER_UNA_PERSPECTIVA_DE_GENERO_reducido.pdf
- Nel, P., Maritz, A., y Thongprovati, O. (2010). Motherhood and Entrepreneurship: The mumpreneur phenomenon. *The International Journal of Organizational Innovation*, 3(1), 6-34. Recuperado a partir de <https://researchbank.swinburne.edu.au/file/8cd97c0e-3eff-49b3-9e6e-264d662cd880/1/PDF> (Published version).pdf
- North, D. (2005). *Understanding the Process of Economic Change*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2018). OECD Data. Recuperado 17 de mayo de 2018, a partir de <https://data.oecd.org>
- Organización Internacional del Trabajo. (2018). *Perspectivas Sociales Empleo Mundo*. Ginebra. Recuperado a partir de

<http://www.fsc.ccoo.es/913ab51f42eee2f22fc81274ae40ac03000050.pdf>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2017). Los avances en materia de igualdad de género son demasiado lentos. Recuperado 11 de junio de 2018, a partir de <http://www.oecd.org/centrodemexico/medios/los-avances-en-materia-de-igualdad-de-genero-son-demasiado-lentos-dice-ocde.htm>

Orozco Triana, J., y Arraut Camargo, L. (2010). El entorno competitivo para el emprendimiento en la región Caribe de Colombia: caso de Barranquilla, Cartagena, Santa Marta y Sincelejo. *Revista Escuela de Administración y Negocios*, (74), 86-105. Recuperado a partir de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n74/n74a07.pdf>

Parlamento Europeo. (2016). Resolución del Parlamento Europeo, de 19 de enero de 2016, sobre factores externos que representan obstáculos para el emprendimiento de las mujeres europeas. Recuperado 19 de junio de 2018, a partir de <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P8-TA-2016-0007&language=ES&ring=A8-2015-0369>

Paul, J., y Shrivatava, A. (2016). Do young managers in a developing country have stronger entrepreneurial intentions? Theory and debate. *International Business Review*, 25(6), 1197-1210. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.03.003>

Pizarro, O., y Guerra, M. (2010). *Rol de la Mujer en la gran Empresa*. Santiago, Chile: Banco Interamericano de Desarrollo.

Portillo Navarro, M. J., y Millán Jiménez, A. (2016). Moderators elements of entrepreneurship. Gender differences. *Suma de Negocios*, 7(15), 47-53. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.002>

Puga Villarreal, J., y Martínez Cerna, L. (2008). Competencias Directivas En Escenarios Globales. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 87-103. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(08\)70054-8](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(08)70054-8)

- Reyes Burguete, M. A. (2012). Manejo de redes empresariales y su relación con el género. Recuperado 22 de junio de 2018, a partir de <https://www.gestiopolis.com/manejo-redes-empresariales-relacion-genero/>
- Reyes Recio, L. E. (2008). La investigación en responsabilidad social en los últimos diez años: Un análisis de las publicaciones en business and management. En J. Pindado García y G. Payne (Eds.), *Estableciendo puentes en una economía global* (p. 96).
- Rivero Torre, P. (2005). Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo: Información y transparencia. *RAE: Revista Asturiana de Economía*, (34), 9-29. Recuperado a partir de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2232816&info=resumen&idioma=SPA>
- Rovayo, G. (2009). El emprendimiento y la educación no siempre van en la misma dirección. *Polemika*, (2), 96-103. Recuperado a partir de http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/polemika/Documents/polemika002/polemika002_014_articulo010.pdf
- Stam, E., Suddle, K., Hessels, S. J. A., y Stel, A. van. (2006). Los emprendedores con potencial de crecimiento y el desarrollo económico . Políticas públicas de apoyo a los emprendedores. *Ekonomiaz*, 62, 1-26. Recuperado a partir de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2291447>
- Wach, K. (2015). Impact of Cultural and Social Norms on Entrepreneurship in the EU: Cross-Country Evidence based on GEM Survey Results. *Zarządzanie w Kulturze*, 16(1), 15-29. <https://doi.org/10.4467/20843976ZK.15.002.3037>
- Williams, D. R. (2004). Effects of childcare activities on the duration of self-employment in Europe. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 28(5), 467-484. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2004.00058.x>

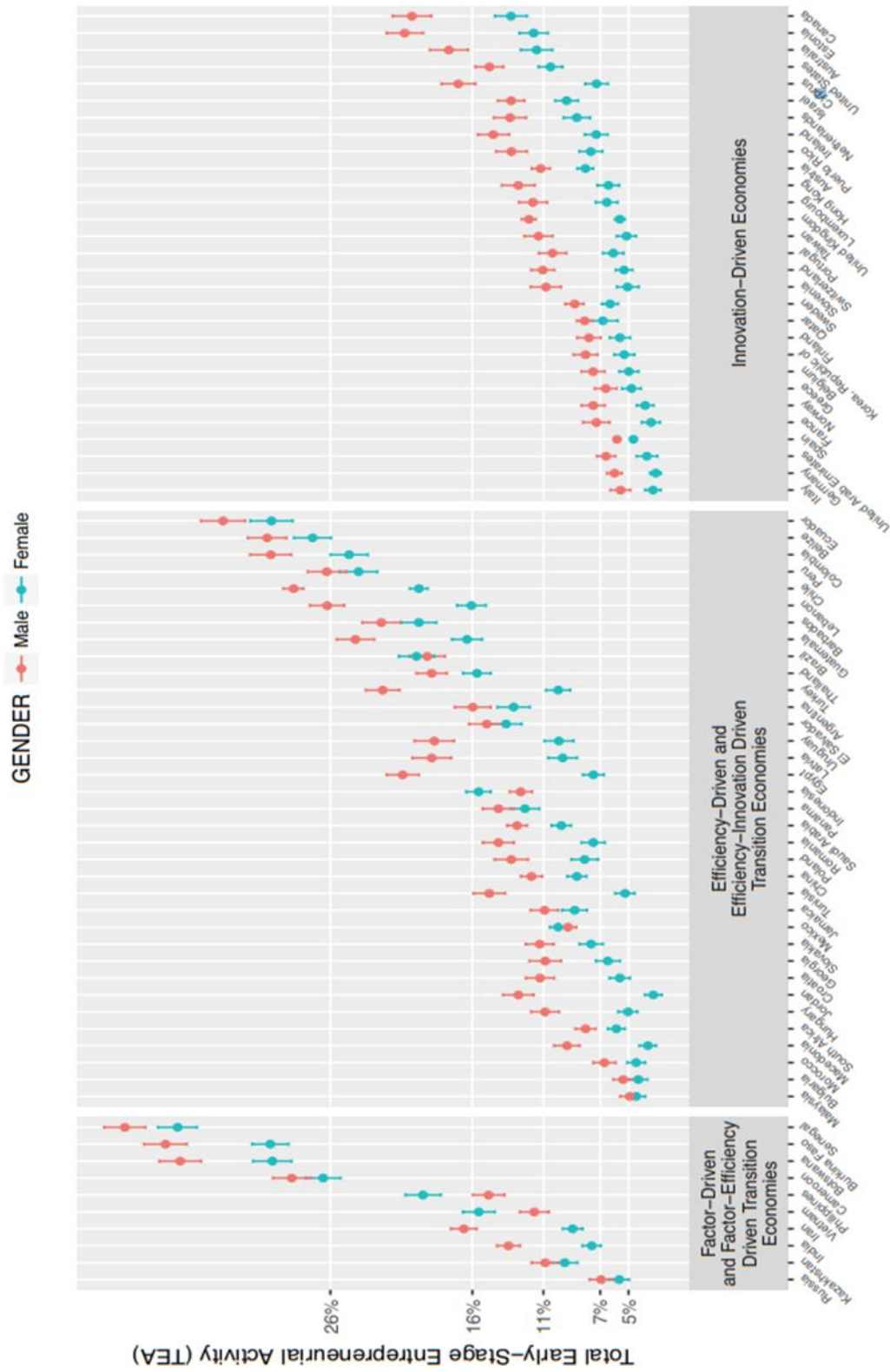
12. ANEXOS

Anexo 1: División de economías en distintos niveles de desarrollo según GEM.

	Economías <i>factor-driven</i>	Transición entre <i>factor-driven</i> y eficiencia	Economías impulsadas por la eficiencia	Transición entre eficiencia e innovación	Economías impulsadas por la innovación
Este y sur de Asia y Pacífico	India	Filipinas Vietnam	China Indonesia Tailandia	Malasia	Australia Hong Kong Corea Taiwán China
Europa y Asia Central			Bulgaria Georgia Macedonia	Croacia Hungría Kazakstán Letonia Polonia Rumania Rusia Turquía	Austria Bélgica Estonia Finlandia Francia Alemania Grecia Irlanda Italia Luxemburgo Holanda Noruega Portugal República checa Eslovenia España Suiza Suecia Reino Unido
Latino América y Caribe			Colombia Ecuador El Salvador Guatemala Jamaica Perú	Argentina Barbados Brasil Chile México Panamá Uruguay	Puerto Rico
Este y Norte de África		Irán Arabia Saudí	Egipto, Jordania Marruecos Túnez	Líbano	Israel Qatar Emiratos Árabes
Norte América					Canadá Estados Unidos
África Subsahariana	Burkina Faso Camerún Senegal	Botsuana			

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (2017a)

Anexo 2: Tasa de Actividad Empresarial Total, dividido por género, agrupadas en tres niveles de desarrollo económico.



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (2017b)