



Universidad & Empresa

ISSN: 0124-4639

editorial@urosario.edu.co

Universidad del Rosario

Colombia

Amorós Espinosa, José Ernesto; Pizarro Stiepoviæ, Olga
Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio
Universidad & Empresa, vol. 5, núm. 11, diciembre, 2006, pp. 15-32
Universidad del Rosario
Bogota, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187217476002>

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

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio*

José Ernesto Amorós Espinosa**

Olga Pizarro Stjepoviæ***

Recibido: septiembre de 2006 - Aprobado: octubre de 2006

RESUMEN

El avance cualitativo y cuantitativo de las mujeres en la actividad emprendedora alrededor del mundo, representa un interesante factor a considerar dentro del desarrollo económico y el progreso social (Mimiti *et ál.*, 2005, 2006a). Este trabajo analiza de forma exploratoria los indicadores de la dinámica emprendedora de las mujeres en el ámbito latinoamericano, tomando como caso de estudio una muestra de mujeres en Chile. Los indicadores de la dinámica emprendedora son tomados de los datos proporcionados por el Global Entrepreneurship Monitor, GEM (2005), y una serie de entrevistas que nos proporcionan información de índole cualitativa. Los principales resultados nos indican que no hay diferencias significativas en cuanto a la percepción de la dinámica emprendedora entre mujeres y hombres que ya se encuentran involucrados en algún tipo de emprendimiento, no así para las mujeres que no están en algún tipo de actividad emprendedora, quienes perciben mayores dificultades para emprender. Esto se confirma con los resultados de las entrevistas que indican que aun cuando es socialmente aceptado que las mujeres inicien nuevos negocios, están más alejadas de las oportunidades y no existen los incentivos suficientes para iniciarlos. Se discuten implicaciones y conclusiones sobre ver el fenómeno del emprendimiento en mujeres como un buen indicador de desarrollo social.

Palabras clave: Emprendimiento de mujeres, percepción, oportunidades, igualdad de género.

ABSTRACT

The qualitative and quantitative advance of the women on entrepreneurship activity around the world represents an interesting factor to consider within the economic development and the social progress (Mimiti et ál., 2005, 2006a). This exploratory work analyzes the entre-

* Una primera versión de este trabajo fue presentada en el XVII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial. 4, 5 y 6 de octubre de 2006. Panamá, Republica de Panamá.

** Es Ph.D. en Management Sciences. Investigador de la Universidad del Desarrollo. Centro de Emprendimiento e Innovación en Santiago de Chile. E-mail: eamoros@udd.cl.

***Universidad del Desarrollo. Centro de Estudios Empresariales de la Mujer. E-mail: opizarro@udd.cl.

preneurial dynamics indicators of Latin American women, taking the case study from a sample of women in Chile. The indicators of entrepreneurial dynamics are taken from the data provided by the Global Entrepreneurship Monitor, GEM (2005), and a series of interviews that provide us qualitative information. The main results indicate that there are no significant differences as far as the perception of entrepreneurial dynamics between women and men who already are involved in some type of entrepreneurship activity, not thus for the women who are not in some type of entrepreneurship activity, that greater difficulties perceive to undertake. This is confirmed with the results of the interviews that indicate that even though is socially accepted that the women initiate new businesses, they are far of the opportunities and do not exist sufficient incentives to initiate a business venturing. Implications and conclusions are discussed for women entrepreneurship, like a good indicator of social development.

Key words: *women entrepreneurship, perception, opportunities, gender equality.*

1. Introducción

Sin duda, el avance cualitativo y cuantitativo de las mujeres en la actividad emprendedora alrededor del mundo representa un interesante factor a considerar dentro del desarrollo económico y el progreso social (Minniti *et al.*, 2005, 2006a). Actualmente las mujeres son más de un tercio de las personas involucradas en la actividad emprendedora del mundo. Este fenómeno no ha quedado exento en Latinoamérica y se observa cómo la mujer toma un rol cada vez más importante en la generación de nuevas empresas. Sin embargo, si se comparan los indicadores de los países emergentes, y en concreto los latinoamericanos con algunas economías más avanzadas, se observa que las mujeres presentan una menor propensión a involucrarse en la actividad emprendedora. Las diferencias de género en el campo laboral se agudizan, al incorporarse un mayor número de mujeres a este mercado; como lo señala Kanter (1994), uno de los

fenómenos demográficos más importantes de la segunda mitad del siglo XX es la incorporación cada vez más frecuente de mujeres al mundo del trabajo. Esto concuerda con lo escrito por Heller (2004, p. 26): “(Cuando se estudia administración)... Uno de los principios básicos indicaba que las ‘funciones son neutras’ en lo referido a la gestión. Es decir, no está indicado en ningún manual de procedimientos administrativos que las funciones de planificación, dirección, control y supervisión deban ser ejercidas por varones”. Sin embargo, la práctica cotidiana muestra el escaso número de mujeres ejerciendo dichas funciones, que son realizadas tradicionalmente por hombres.

Un informe del Centro de Estudios Empresariales de la Mujer, CEEM (2006a, p. 1), menciona: “La participación de la mujer en la actividad económica es un fenómeno creciente. En Chile, según el censo del año 2002, un 46,7% de las mujeres entre 25 y 54 años participa laboralmente.

Existe una correlación positiva entre la tasa de participación femenina en el mercado laboral y el ingreso per cápita de los países. Si bien esta relación no necesariamente implica causalidad, si nos muestra que en países más desarrollados, con niveles de ingreso per cápita que triplican el de Chile, la tasa de participación femenina es mucho más alta que la chilena, situándose en torno al 80%”. Esto también se ve reflejado en el campo del emprendimiento, y por esta razón resulta de utilidad el comprender cómo se están relacionando las mujeres en la creación de nuevas empresas, y por consiguiente considerar que el emprendimiento liderado por ellas es también un factor clave para incrementar el dinamismo en la economía (de Bruin *et ál.*, 2006).

Este trabajo analiza de forma exploratoria los indicadores de la dinámica emprendedora de las mujeres en el ámbito latinoamericano, tomando como caso de estudio una muestra de mujeres en Chile. La base de los indicadores de la dinámica emprendedora de mujeres la hemos analizado a partir de los datos proporcionados por el Global Entrepreneurship Monitor, GEM 2005, y una serie de casos de estudio particulares que nos proporcionan información de índole cualitativa. La actividad emprendedora de las mujeres es diversa y abarca casi todos los sectores de la actividad económica; sin embargo, las diferencias de género aún son importantes, sobre todo cuando medimos la motivación para emprender (Minniti &

Nardone, en prensa). En proporción, son los hombres quienes mayoritariamente están emprendiendo, más orientados por la búsqueda de oportunidades y, por consecuencia, son las mujeres quienes proporcionalmente emprenden más por necesidad (Verheul *et ál.*, 2003; Minniti *et ál.*, 2006a). Distintos autores señalan que el patrón diferente de las ocupaciones entre hombres y mujeres viene dado por un conjunto de factores como los intereses, la socialización, los factores institucionales y la discriminación (Reskin & Hartman, 1985).

La continuación del trabajo está estructurada de la siguiente forma. En la sección 2 discutimos la literatura relevante relacionada con mujeres y actividad emprendedora. En la siguiente sección presentamos el modelo de análisis y la descripción de las variables de estudio. La sección 4 muestra los resultados, y finalmente en la sección 5 presentamos nuestras conclusiones.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Estudios de género y actividad emprendedora

Existen varios estudios asociados con mujeres. Estos se ven reducidos cuando queremos adentrarnos en el mundo de los negocios. Por tal razón, los documentos que hablan de empre-

dimiento en el caso de las mujeres son menores. No por eso su consistencia se ve aminorada (Valencia, 2005).

Nuestra forma de abordar el tema de emprendimiento será un acercamiento desde la perspectiva del modelo de Gartner (1985) planteado por Valencia (2005). Este modelo presenta cuatro dimensiones desde las que debe ser evaluado un emprendimiento. Éste resulta beneficioso para analizar específicamente el emprendimiento femenino. Las dimensiones son: el individuo (en nuestro caso las características de las emprendedoras), en segundo lugar la organización (que corresponde al modelo de negocio en que se desempeñan o el cual les acomoda más), en tercer lugar el proceso previo (cuáles son los antecedentes previos antes de iniciar un negocio) y finalmente el medio ambiente (los factores del medio).

En la dimensión individual nos encontramos con el Reporte GEM Mujer (Minniti *et al.*, 2005, 2006a), donde se plantea que los emprendimientos en países desarrollados provienen de mujeres con estudios superiores, versus los emprendimientos de mujeres en países subdesarrollados, en los cuales se puede observar menor preparación académica. Adicionalmente, en Tiffin (2004) se analiza el caso chileno, donde se muestra que las empresarias establecidas cuentan en su gran mayoría con estudios superiores (p. 275).

En la dimensión de la organización no se presentan grandes diferencias

según lo plantean Rosa & Hamilton (1994), salvo en el tema del número de asociados. En el caso de emprendimientos de mujeres, es usual que el número de socios sea menor y que, además, busquen en parientes sus primeros socios. La forma como se desarrollan los negocios tiene diferencia en los autores; algunos como Watson (2002) plantean que no existen diferencias entre hombres y mujeres; otros plantean diferencias en las que las mujeres ven disminuidas sus posibilidades frente a los hombres (Sexton & Robinson, 1989).

En la dimensión del proceso, nos encontramos con el estudio de Gatewood *et al.* (1995), que se enfoca más en el inicio de los negocios. Es así como Alsos & Ljunggren (1998) muestran una diferencia en el proceso de inicio de los negocios, específicamente en el plan de negocio. Esto se ve reforzado en el caso del GEM, Mujeres en Chile (Amorós & Pizarro, 2006), donde se puede apreciar la diferencia en expectativas de crecimiento de los negocios, según el número de nuevos contratos a realizar.

La dimensión medioambiental es percibida de acuerdo con Fay & Williams (1993) y Coleman (1998), como que las mujeres sufren discriminación de género cuando están en busca de capital inicial para sus negocios, lo que sólo puede ser compensado por educación superior y buen nivel de contactos. Es así como Greene *et al.* (1999) muestran que existe un medioambiente cerrado en cuanto a

capitales de riesgo, y las mujeres quedan fuera de este círculo cerrado.

2.2. Evidencia empírica: la aproximación desde GEM

El fenómeno del emprendimiento es complejo y relacionado con diversos factores. Es por esto que resulta difícil tratar de hacer una aproximación única que explique el emprendimiento en determinado país. El proyecto GEM realiza una aproximación comprensiva (de ningún modo totalmente exhaustiva) que aporta una serie de medidas que nos permiten conocer el emprendimiento y algunas de sus implicaciones en el país (Minniti *et ál.*, 2006b).

Con la finalidad de tener una mayor comprensión de cómo las mujeres están relacionadas en el ciclo del proceso emprendedor, el GEM distingue entre emprendedoras, para aquellas que no ha pagado sueldos o salarios por más de tres meses; nuevas empresarias, aquellas que ha pagado sueldos o salarios en el periodo comprendido entre los tres y los 42 meses; y empresarias establecidas, aquellas que han desarrollado una empresa o negocio y que han pagado sueldos o salarios por más de 42 meses. Cuando se consideran ambas, las emprendedoras nacientes y nuevas, este indicador se denomina actividad emprendedora en etapas

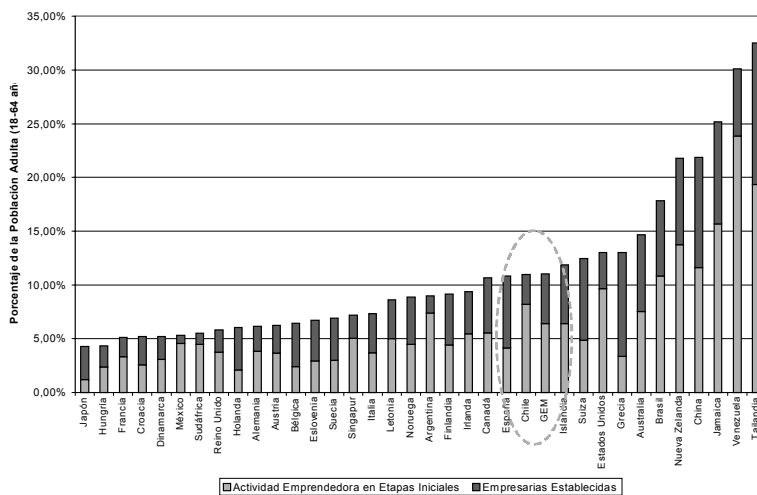
iniciales.¹ El primer indicador que muestra el GEM estima el nivel de participación de la población adulta económicamente activa² del país que está directamente involucrada en etapas iniciales de la actividad emprendedora. La **figura 1** muestra estos indicadores y en el anexo están los resultados de los países participantes en el GEM en el año 2005.

En el marco del estudio GEM se estudian las diferentes motivaciones que tienen las mujeres (y los hombres) para iniciar un nuevo negocio o empresa. Esta motivación puede ser dada por el deseo de explotar una oportunidad de negocio o bien porque las condiciones laborales no son satisfactorias o se carece de algún trabajo estable como empleado, lo que se denomina emprendedor por necesidad. La **figura 2** muestra la distribución del emprendimiento femenino en etapas iniciales según la motivación en los países participantes del GEM 2005.

¹ En ediciones pasadas del GEM, a esta medida de la actividad emprendedora se le denominaba índice TEA (Total Entrepreneurial Activity).

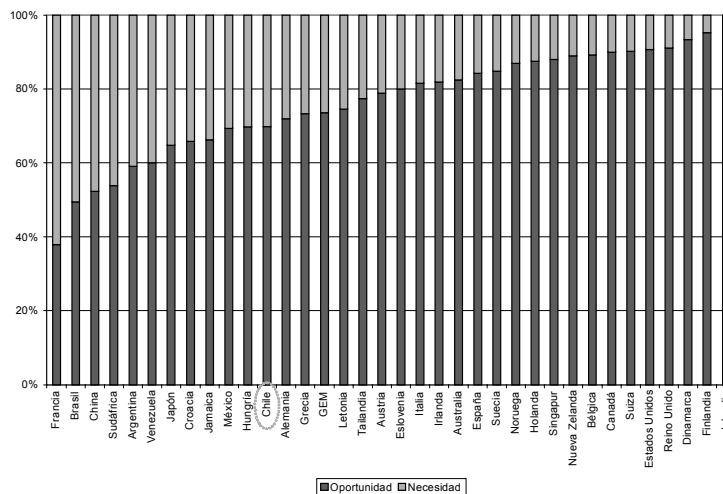
² La fuente estandarizada de la estructura de población total de los países participantes corresponde la US Census Bureau International Database (<http://www.census.gov/ipc/www/didbnew.html>). El rango de edad de 18 a 64 años es el que se toma en todas las muestras de todos los países y es considerado el rango en el cual está la gran mayoría de la fuerza laboral de un país.

FIGURA 1. Actividad emprendedora de mujeres por país, GEM 2005



Fuente: GEM 2005.

FIGURA 2. Motivación para emprender en mujeres por país, GEM 2005



Fuente: GEM 2005.

Como se observa, predomina la motivación por oportunidad, pero el ratio de oportunidad a necesidad varía de forma importante entre países (el gráfico está ordenado por este ratio de menor a mayor). Esto también es cierto para los hombres pero se acentúa de forma importante en las mujeres emprendedoras. En proporción, son los hombres quienes mayoritariamente están emprendiendo más orientados por la búsqueda de oportunidades (Amorós *et ál.*, 2006), y como consecuencia son las mujeres quienes proporcionalmente emprenden más por necesidad (Verheul *et ál.*, 2003; Minniti *et ál.*, 2006a). Como el mismo gráfico muestra, los países que mayores porcentajes de oportunidad presentan son aquellos que también tienen un nivel de desarrollo alto. En general son estos países los que dadas sus condiciones de estabilidad y diversidad de mercados laborales que presentan ratios más altos de oportunidad contra necesidad.

3. DATOS Y METODOLOGÍA

3.1. Variables de categorización, actitudes y percepciones de la actividad emprendedora

Como se explicó en la sección 2, la metodología del GEM permite clasificar la actividad emprendedora en

tres categorías: emprendedores nacientes (menos de 3 meses de inicio de actividades), nuevos empresarios (3 a 42 meses) y establecidos (más de 42 meses). Esta clasificación se obtiene a partir de una encuesta a la población adulta. Para el periodo 2005, en Chile se aplicó esta encuesta a una muestra de población adulta de 2000 personas, siendo válidas 1992 (99%). El número de mujeres que respondieron válidamente la encuesta es de 1326 (66.34%). Del total de respuestas válidas (hombres y mujeres), a un total de 1278 (64%) le correspondió responder a las cuatro preguntas relativas a actitudes individuales respecto del emprendimiento que se pueden relacionar con las dimensiones de Gartner (1985). La proporción de mujeres que respondió a estas preguntas fue de 64.1%. Para cada pregunta existen cuatro posibles respuestas: “sí”, “no”, “no sabe” o “rechaza”.

Las preguntas y su relación con las dimensiones de Gartner, entre paréntesis, son las siguientes:

- a) ¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio o empresa en los últimos dos años? (Organización y medio ambiente).
- b) ¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive? (Medio ambiente y proceso previo).

- c) ¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio o empresa? (Proceso previo).
- d) ¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio? (Individual).

El número de respuestas afirmativas por género y categoría de actividades emprendedoras nos permite tener un análisis exploratorio para comparar si existen diferencias significativas entre los grupos, poniendo especial énfasis en la variable de género. Por el tipo de variables, recurriremos a una serie de pruebas no paramétricas para analizar las diferentes respuestas. Utilizamos una serie de pruebas *U de Mann-Whitney* para contrastar si efectivamente existen diferencias significativas entre hombres y mujeres para cada pregunta. Adicionalmente, utilizamos una serie de pruebas de *chi-cuadrado*, como prueba de bondad de ajuste, para contrastar las respuestas afirmativas por género y tipo de actividad emprendedora. Finalmente contrastamos la independencia entre las cuatro preguntas con una prueba de *Friedman*.

3.2. Entrevistas a expertos

La metodología de GEM incluye el hacer una serie de entrevistas a profundidad y una encuesta estandarizada a un grupo no menor de 30 expertos en tópicos de emprendimiento. La finalidad de esta encuesta es

tener una medición de factores o variables que inciden en la actividad emprendedora del propio país (Reynolds *et al.*, 2005). De las 82 preguntas que tiene dicha encuesta, hay un apartado de cinco preguntas que hacen referencia directa a cuestiones de género y oportunidad de las mujeres en actividades de emprendimiento. Dichas preguntas son las siguientes:

- a) En mi país hay suficiente disponibilidad de servicios sociales que permiten que las mujeres puedan continuar trabajando, incluso después de haber tenido hijos.
- b) En mi país, iniciar un negocio o empresa es una opción de carrera socialmente aceptable para una mujer.
- c) En mi país, las mujeres son incentivadas a ser empresarias independientes o iniciar un nuevo negocio.
- d) En mi país, los hombres y las mujeres están igualmente expuestos a buenas oportunidades de comenzar un nuevo negocio o empresa.
- e) En mi país, los hombres y las mujeres poseen el mismo nivel de conocimiento y habilidades para comenzar un nuevo negocio o empresa.

El análisis de dichas preguntas nos permite tener elementos adicionales para conocer la situación general del emprendimiento de mujeres y también inferir alguna relación entre los indicadores de la encuesta a la población adulta y la opinión de los expertos, enfatizando la percepción del

medio ambiente de la dinámica emprendedora. En el periodo 2005 recogimos la opinión y encuesta de 33 expertos. Adicionalmente, para aumentar la representatividad de mujeres en la muestra consultamos a un panel de 16 empresarias, utilizando estas mismas preguntas durante los primeros meses de 2006.

Para medir la percepción de cada pregunta se utilizó una escala de Likert de cinco puntos,³ que permite formar una opinión de cada una de las variables. Se analizó el rango de las respuestas para identificar hacia dónde se desplaza el grueso de las mismas. Para ello se grafican los porcentajes de personas que indican desacuerdo (completo + parcial) contra el porcentaje que indican acuerdo (completo + parcial). Asimismo, se descartan las respuestas que no muestran preferencia (es decir, las respuestas “ni acuerdo ni desacuerdo”), recalculándose los porcentajes sobre aquellos que sí marcaron preferencia. Esta metodología tiene el mérito de destacar la varianza de las respuestas.

4. RESULTADOS

4.1. Percepción de la población adulta

En un primer análisis descartamos las respuestas ‘no sabe’ y ‘no res-

ponde’, ya que su tasa de respuesta no presenta una proporción crítica, que es menor al 0.3%. Las cuatro pruebas de *Friedman*, una para cada tipo de actividad emprendedora, contrastando las preguntas, resultaron significativas a un nivel de 0.05, por lo que podemos concluir que al menos las respuestas a cada una de las cuatro preguntas difieren unas de otras, y podría no haber un “efecto” de responder “sí” sistemáticamente a cada una.

La **tabla 1** muestra la proporción de respuestas afirmativas por género, expresado en las filas, y por tipo de actividad emprendedora, representado en las columnas para cada una de las cuatro preguntas. Asimismo se muestran las significaciones de las pruebas U de *Mann-Whitney* y *Chi-cuadrada* para cada tipo de actividad.

Los resultados de las pruebas no paramétricas sobre cada una de las preguntas indican que para los tres tipos de actividad emprendedora no existen diferencias significativas entre hombres y mujeres, en cuanto a los cuatro factores de percepción. El menor valor en la prueba U de *Mann-Whitney* corresponde al factor del temor al fracaso para iniciar un nuevo negocio en emprendedores nacientes. Si bien no es significativa, nos da indicios de que probablemente las mujeres sí manifiesten mayor temor al fracaso en emprendimiento en etapas iniciales, si bien lo destacable es que emprenden al igual que los hombres.

³ Completo desacuerdo, desacuerdo parcial, ni acuerdo ni desacuerdo, acuerdo parcial y completo acuerdo.

Respecto de las personas que manifestaron no tener actividad emprendedora, los resultados nos muestran que sí hay diferencias significativas tanto en hombres y mujeres, como en los porcentajes de respuestas afirmativas. Esto conlleva a tener una primera aproximación a que las mujeres que no están involucradas en actividad emprendedora perciben de forma diferente los factores que están implicados en la dinámica emprendedora, y como una posible consecuencia, esto da indicios de que efectivamente las mujeres analizadas en esta muestra presentan ‘mayores desventajas’ para iniciarse en la actividad emprendedora.

4.2. Análisis de la entrevista a expertos

Como se comentó en el apartado de la metodología, una parte del estudio GEM recoge la opinión de 33 expertos nacionales en tópicos de género y emprendimiento. La **figura 3** muestra los resultados de las preguntas específicas de género. Adicionalmente, se obtuvieron las respuestas de 16 mujeres empresarias, cuyos resultados se muestran en la **figura 4**. Si bien existen algunas diferencias entre ambos grupos, no encontramos que éstas fueran estadísticamente significativas.⁴ La **figura 5** muestra el resultado de todos los entrevistados.

⁴ Prueba Z de Kolmogorov-Smirnov para dos muestras independientes $p > 0,05$.

En el caso de la opinión de los expertos, ésta muestra una marcada visión de desigualdad de género respecto del emprendimiento. Por una parte, se plantea que un tercio de los encuestados ven diferencias en el nivel de conocimiento y habilidades para comenzar un negocio. Se explica también que, en opinión de los expertos, las mujeres no tienen incentivos para iniciar negocios, aún cuando se vea como una opción aceptable socialmente y que se considera la existencia de algunos apoyos de servicios sociales.

En el caso de la opinión de mujeres empresarias, aún cuando existen diferencias desde su perspectiva en cuanto al nivel de conocimiento y habilidades para comenzar un negocio o empresa, perciben menos diferencias que la muestra de expertos. Uno de los aspectos que no presenta diferencias significativas es la percepción de que hombres y mujeres están igualmente expuestos a buenas oportunidades de comenzar un nuevo negocio o empresa; en este caso, ambos grupos coinciden en que hay marcadas diferencias. Las empresarias ven menos favorable la percepción de que iniciar un negocio es socialmente aceptable para una mujer. Por último, las empresarias consideran que existe disponibilidad de servicios sociales, para que la mujer pueda seguir trabajando, considerablemente mejor que la opinión opuesta que tiene el grupo de expertos.

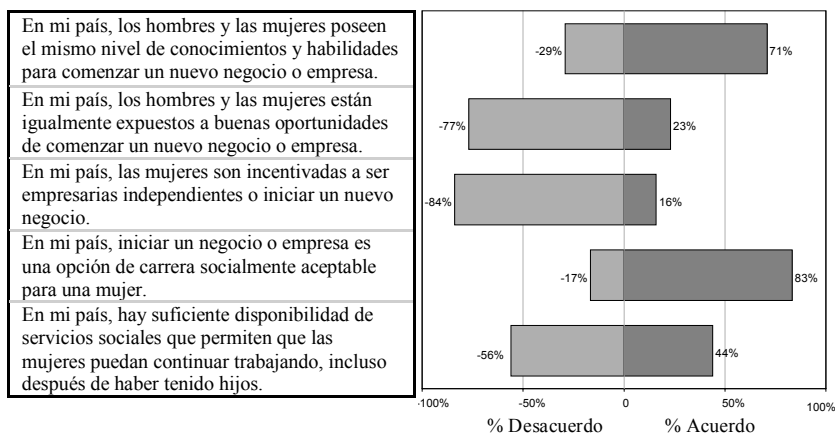
TABLA I. Factores de influencia en la percepción de los emprendedores por género y etapa del emprendimiento (Porcentaje de respuestas afirmativas y pruebas de significación)

¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio o empresa en los últimos dos años?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Actividad emprendedora establecida
Hombres	47.5%	71.7%	83.3%	74.2%
Mujeres	35.5%	65.5%	66.7%	56.8%
<i>Sig. (U de Mann-Whitney)</i>	.000 *	.470	.084	.137
<i>Sig(χ^2)</i>	.000 *	.467	0.83	.134
¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Actividad emprendedora establecida
Hombres	46.7%	60.9%	73.8%	74.2%
Mujeres	36.0%	60.3%	66.7%	54.1%
<i>Sig. (U de Mann-Whitney)</i>	.003 *	.850	.931	.175
<i>Sig(χ^2)</i>	.003 *	.850	.931	.171
¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio o empresa?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Actividad emprendedora establecida
Hombres	66.1%	91.3%	85.7%	96.8%
Mujeres	55.9%	81.9%	89.7%	86.5%
<i>Sig. (U de Mann-Whitney)</i>	.001 *	.149	.584	.224
<i>Sig(χ^2)</i>	.001 *	.147	.582	.221
¿El temor al fracaso le impide el iniciar un nuevo negocio?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Actividad emprendedora establecida
Hombres	31.6%	26.1%	19.0%	22.6%
Mujeres	44.4%	43.1%	15.4%	24.5%
<i>Sig. (U de Mann-Whitney)</i>	.000 *	.063	.629	.718
<i>Sig(χ^2)</i>	.000 *	.062	.627	.716

* Significativa a 0.05.

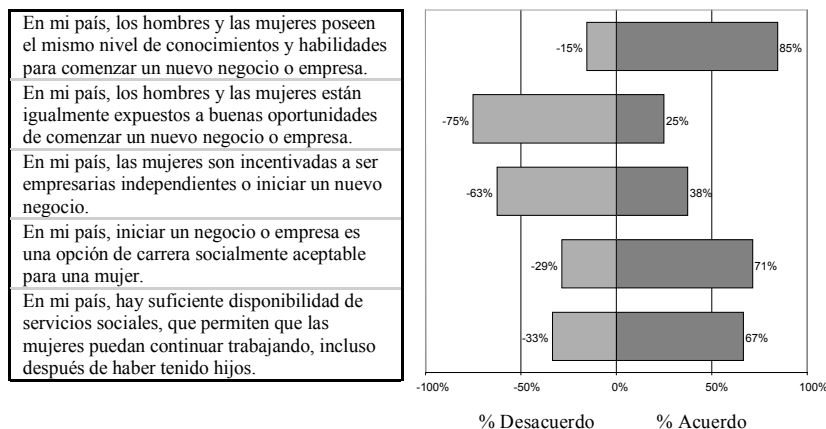
Fuente: GEM Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2005/2006.

FIGURA 3. Opinión de los expertos en tópicos de emprendimiento y género (n=33)



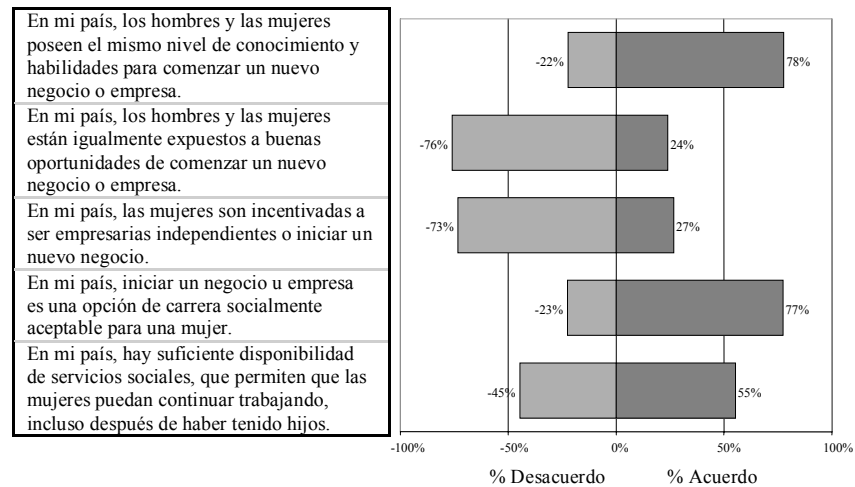
Fuente: GEM Mujeres y Actividad Emrendedora Chile 2005/2006.

FIGURA 4. Opinión de mujeres empresarias en tópicos de emprendimiento y género (n=16)



Fuente: GEM Mujeres y Actividad Emrendedora Chile 2005/2006.

FIGURA 5. Opinión de entrevistados en tópicos de emprendimiento y género (n=49)



Fuente: GEM Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2005/2006.

Al unir ambos gráficos podemos observar que culturalmente existe una percepción de que las oportunidades y los incentivos son desfavorables para que las mujeres inicien negocios. Aún cuando exista una visión más favorable respecto de la preparación en habilidades y conocimientos de ambos grupos y una percepción favorable socialmente a que las mujeres puedan emprender.

Entonces se puede concluir que aún cuando es socialmente aceptado que las mujeres inicien nuevos negocios, están más alejadas de las oportunidades y no existen los in-

centivos suficientes en nuestro país para iniciarlos.

El último estudio del CEEM (2006b) refleja que el 61% de las emprendedoras había trabajado dependiente anteriormente, y que la oportunidad es la más representativa de las razones para iniciar un nuevo negocio. Es así como la pregunta “en mi país, los hombres y las mujeres están igualmente expuestos a buenas oportunidades de comenzar un nuevo negocio o empresa” se torna como fundamental en el caso de las mujeres. De seguir con esa percepción y diferencia de género, se verá afectada la generación de nuevas empresas.

5. CONCLUSIONES

Sin duda el avance cualitativo y cuantitativo de las mujeres en la actividad emprendedora alrededor del mundo representa un interesante factor a considerar dentro del desarrollo económico y el progreso social. Evidentemente, Chile no es la excepción y vemos con beneplácito cómo la mujer toma un rol cada vez más importante en la generación de nuevas empresas. Sin embargo, aún falta camino por recorrer, sobre todo si se comparan los indicadores de Chile con algunas economías más avanzadas.

En Chile la actividad emprendedora de las mujeres es diversa y abarca casi todos los sectores de la actividad económica; sin embargo, las diferencias de género aún son importantes, sobre todo cuando medimos la motivación para emprender. En proporción son los hombres quienes mayoritariamente están emprendiendo, más orientados por la búsqueda de oportunidades, y, como consecuencia, son las mujeres quienes proporcionalmente emprenden más por necesidad. Adicionalmente, encontramos que las mujeres emprenden en sectores de actividad económica orientada a consumidores (comercialización), que si bien muchas son genuinamente oportunidades, en muchos casos no son actividades de gran valor agregado. De hecho, un indicador del estudio GEM de Mujeres en Chile (Amorós &

Pizarro, 2006) muestra que sólo el 13% de las mujeres emprendedoras cree que su empresa o negocio será de alto impacto o alto crecimiento en 5 años.

Otros resultados del informe nos muestran que el perfil general de las mujeres emprendedoras en Chile presenta una mayor edad comparado con otros países del entorno GEM. También las mujeres emprendedoras manifiestan tener una estabilidad laboral, ya sea dada por el propio emprendimiento o bien por un trabajo paralelo. En su mayoría tienen estudios de educación superior y son casadas o viven en pareja. Como reflexión, sin que esto represente un hecho categórico, el emprendimiento de mujeres pudiera estar relacionado con la propia estabilidad familiar. Infortunadamente en el país, tal como lo indican las conclusiones de las entrevistas con expertos y mujeres empresarias, se percibe que las mujeres no son incentivadas a ser empresarias independientes o iniciar un nuevo negocio. Se piensa generalmente que una empresa dirigida por una mujer es una actividad suplementaria, es decir, una 'extensión de la familia'. Sin embargo, es muy loable que las mujeres, adicionalmente al rol tradicional familiar que les ha imputado la sociedad, estén desarrollando con mucha capacidad actividades emprendedoras. Por esto es muy importante ver el fenómeno del emprendimiento en mujeres como un buen indicador de desarrollo social.

Finalmente, enfatizar que el rol de las mujeres en nuestra sociedad es cada vez más trascendente, pero que presenta particularidades que deben ser abordadas como tales. Este trabajo, si bien es exploratorio, ayuda a comprender y enfatizar el rol de la mujer emprendedora y mostrar datos que sean de utilidad tanto para las personas que estudian el emprendimiento en su conjunto, así como un punto de reflexión importante para las instituciones públicas, educativas o sociales, quienes pueden incidir a través de políticas, programas o iniciativas que fomenten y soporten la actividad emprendedora de las mujeres. Seguramente futuras investigaciones nos podrán dar una mejor perspectiva y aportar más y mejores datos para poder hacer conclusiones e inferencias sobre el complejo fenómeno del emprendimiento. Creemos que esfuerzos como este trabajo, bajo los parámetros y rigurosidad del GEM, son de gran ayuda para situar mejor a las mujeres en el contexto del emprendimiento y, consecuentemente, en el contexto del desarrollo económico y social del país.

Cabe destacar que esto abre una perspectiva para poder analizar con mayor profundidad temas como capital de riesgo para mujeres que quieren emprender (Orser, *et al.*, 2006); adicionalmente, sugerir políticas públicas relativas a financiamiento. Para el desarrollo de un país es necesario no sólo tener nuevos emprendimientos sino que, además, estos debieran

ser de mayor impacto en lo relativo a contratación de personas. En la medida que las empresas crecen y se aumenta la contratación, la probabilidad de que las empresas trasciendan en el tiempo ayudará a incentivar que otras empresas puedan aparecer, para el beneficio del país.

AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen al consorcio Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a los investigadores y auspiciadores que hacen posible este proyecto de investigación. Asimismo agradecen la colaboración de Mujeres Empresarias (Chile), organización que junto a la Universidad del Desarrollo formó el Centro de Estudios Empresariales de la Mujer.

BIBLIOGRAFÍA

- Alsos, G., & E. Ljunggren. (1998). "Does the business start-up process differ by gender? A longitudinal study of nascent entrepreneurs". *Frontiers of Entrepreneurship*, Babson College.
- ACS Z.J., P. Arenius, M. Hay, & M. Minniti. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report 2004*. Babson Collage y London Business School. Babson Park, MA. y Londres, UK.
- Amorós, J.E., P. Cortés, G. Echecopar & T. Flores. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor, Re-*

- porte Nacional Chile 2005. Universidad Adolfo Ibáñez y Universidad del Desarrollo: Santiago, Chile.
- Amorós, J.E. & O. Pizarro. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor, Reporte Mujeres y actividad Emprendedora, Chile, 2005/2006*. Universidad del Desarrollo: Santiago, Chile.
- Coleman, S. (1998). Access to capital: A comparison of men and women-owned small business. *Frontiers of Entrepreneurship*, Babson College.
- CEEM. (2006a). *Características y perfil de la mujer chilena en el mundo de los negocios: ejecutivas y empresarias*. Informe 1. Universidad del Desarrollo: Santiago, Chile.
- CEEM. (2006b). *Estudio comparativo de calidad de vida: hombres y mujeres ejecutivos en el mercado laboral*. Informe 2. Universidad del Desarrollo: Santiago, Chile.
- De Bruin, A, C. Brush, & F. Welter. (2006). Introduction to the Special Issue: Towards Building Cumulative Knowledge on Women's Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice* 30 (5), 585-593.
- Fay, M., & L. Williams. (1993). Gender Bias and the Availability of Business Loans. *Journal of Business Venturing*, 8(4), 363-376.
- Gartner, W. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Gatewood, E. J., K.G. Shaver, & W.B. Gartner. (1995). A Longitudinal Study on Cognitive Factors Influencing Start-up Behaviors and Success at Venture Creation. *Journal of Business Venturing*, 10(5), 371-391.
- Greene, P., C. Brush, M. Hart, & P. Shapiro. (1999). Exploration of the Venture Capital Industry: Is Gender an Issue? *Frontiers of Entrepreneurship*, Babson College.
- Heller, L. (2004). "Nuevas voces del liderazgo": dilemas y estrategias de las mujeres que trabajan. Nuevo hacer, Grupo Editor Latinoamericano: Buenos Aires.
- Kanter, R. (1994). "Forward" a Nancy Nichols (ed.), *Reach for the Top: Women and the Changing Facts of Work Life*, Harvard Business School Press. Cambridge MA.
- Minniti, M., P. Arenius & N. Langowitz. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor, 2004. Report on Women and Entrepreneurship*. Babson College y London Business School: Babson Park, MA. y Londres, UK.
- Minniti, M., I. E. Allen & N. Langowitz. (2006a) *Global Entrepreneurship Monitor, 2005. Report on Women and Entrepreneurship*. Babson College y London Business School: Babson Park, MA. y Londres, UK.
- Minniti, M., W.D. Bygrave & E. Autio. (2006b) *Global Entrepreneurship Monitor, 2005. Report on Women and Entrepreneurship*. Babson College y London Business School: Babson Park, MA. y Londres, UK.

- neurship Monitor, Executive Report 2005. Babson College y London Business School. Babson Park, MA. y Londres, UK.
- Minniti, M., & C. Nardone. (en prensa). Being in Someone Else's Shoes: Gender and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics Journal*.
- Orser, B. J., A. L. Riding, & K. Manley (2006). Women Entrepreneurs and Financial Capital. *Entrepreneurship Theory and Practice* 30 (5), 643-665.
- Rosa, P., & D. Hamilton. (1994). Gender and ownership in U.K. small firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (3), 11-27.
- Reskin, B. & H. Hartman. (1985): *Women's work, men's work: Sex segregation on the job*. National Academy Press. Washington D.C.
- Reynolds, P., N. Bosma & E. Autio. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24 (3), 205-231.
- Sexton, E. A. & P. B. Robinson. (1989). The Economic and Demographic Determinants of Self-Employment. *Frontiers of Entrepreneurship*, Babson College.
- Tiffins, S. (2004). *Entrepreneurship in Latin America: Perspectives on Education and Innovation*. Praeger Publishers. Westport CT.
- Valencia, M. (2005) *The female-entrepreneurship field: 1990-2004*. Paper presentado en IV Iberoamerican Academy of Management, Lisboa. Diciembre 8-10, 2005.
- Verheul, I., L.Uhlaner & R. Thurik. (2003) *Business Accomplishments, Gender and Entrepreneurial Self-Image*. SACELES-paper N200312. The Netherlands.
- Watson, J. (2002). Comparing the Performance of Male and Female Controlled Businesses: Relating Outputs to Inputs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 91-100. &

ANEXO ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN PAÍSES GEM POR GÉNERO 2005

País	Actividad emprendedora en etapas iniciales		Empresarios establecidos		Total actividad emprendedora	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Alemania	6,92%	3,82%	5,99%	2,35%	12,91%	6,17%
Argentina	11,62%	7,39%	8,38%	1,58%	20,00%	8,97%
Australia	14,17%	7,55%	12,08%	7,09%	26,25%	14,64%
Austria	6,90%	3,66%	5,10%	2,58%	12,00%	6,24%
Bélgica	5,43%	2,42%	7,23%	4,03%	12,66%	6,45%
Brasil	11,82%	10,83%	13,33%	7,00%	25,15%	17,83%
Canadá	13,11%	5,56%	9,72%	5,09%	22,83%	10,65%
Chile	14,15%	8,21%	4,82%	2,76%	18,97%	10,97%
China	15,73%	11,60%	16,06%	10,27%	31,79%	21,87%
Croacia	9,78%	2,58%	4,74%	2,61%	14,52%	5,19%
Dinamarca	6,40%	3,09%	6,56%	2,12%	12,96%	5,21%
Eslovenia	5,79%	2,92%	8,74%	3,78%	14,53%	6,70%
España	7,17%	4,15%	8,75%	6,68%	15,92%	10,83%
Estados Unidos	15,24%	9,65%	6,01%	3,35%	21,25%	13,00%
Finlandia	5,52%	4,41%	12,43%	4,73%	17,95%	9,14%
Francia	7,40%	3,33%	2,76%	1,79%	10,16%	5,12%
Grecia	9,68%	3,37%	11,36%	9,63%	21,04%	13,00%
Holanda	6,58%	2,11%	7,35%	3,94%	13,93%	6,05%
Hungría	1,39%	2,39%	2,08%	1,95%	3,47%	4,34%
Irlanda	14,21%	5,48%	12,26%	3,88%	26,47%	9,36%
Islandia	14,82%	6,40%	9,05%	5,48%	23,87%	11,88%
Italia	6,17%	3,70%	9,17%	3,64%	15,34%	7,34%
Jamaica	18,37%	15,69%	9,57%	9,49%	27,94%	25,18%
Japón	3,20%	1,20%	7,67%	3,11%	10,87%	4,31%
Letonia	8,47%	5,02%	6,57%	3,60%	15,04%	8,62%
México	7,38%	4,55%	3,11%	0,77%	10,49%	5,32%
Noruega	13,91%	4,47%	10,10%	4,38%	24,01%	8,85%
Nueva Zelanda	21,65%	13,75%	13,83%	8,03%	35,48%	21,78%
Reino Unido	8,67%	3,74%	8,06%	2,08%	16,73%	5,82%
Singapur	9,56%	5,04%	7,49%	2,15%	17,05%	7,19%
Sudáfrica	5,88%	4,49%	1,63%	1,00%	7,51%	5,49%
Suecia	5,08%	2,99%	8,68%	3,91%	13,76%	6,90%
Suiza	7,28%	4,89%	11,86%	7,59%	19,14%	12,48%
Tailandia	22,20%	19,33%	15,09%	13,15%	37,29%	32,48%
Venezuela	26,13%	23,86%	10,93%	6,25%	37,06%	30,11%
GEM	10,51%	6,39%	8,53%	4,62%	19,04%	11,01%