



Entreciencias: diálogos en la Sociedad
del Conocimiento

E-ISSN: 2007-8064

entreciencias@enes.unam.mx

Universidad Nacional Autónoma de

México

México

Escamilla Salazar, Zugaide; Caldera González, Diana del Consuelo; Cruz del Castillo,
Cinthia

El emprendedor potencial: identificación de oportunidades relacionadas con algunas
variables del capital humano y social

Entreciencias: diálogos en la Sociedad del Conocimiento, vol. 2, núm. 5, diciembre, 2014,
pp. 245-261

Universidad Nacional Autónoma de México

León, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=457645127004>

- 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



El emprendedor potencial: identificación de oportunidades relacionadas con algunas variables del capital humano y social

The entrepreneurial potential: identifying opportunities related to some social and human capital variables

Recibido: 9 de septiembre de 2014; aceptado: 23 de octubre de 2014

*Zugaide Escamilla Salazar*¹, *Diana del Consuelo Caldera González*², *Cinthia Cruz del Castillo*³

Centro Universitario Atlacomulco, Universidad de Guanajuato, Universidad Iberoamericana

Resumen

En las últimas décadas, el emprendimiento ha adquirido gran importancia por su relación con el crecimiento y desarrollo económico de un país a través de la creación de empresas. En este sentido, el descubrimiento de oportunidades resulta un aspecto clave en la actividad empresarial y con ello convirtiéndose en un punto muy importante en las investigaciones (las cuales han mejorado con datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM)).

El objetivo principal de este trabajo es analizar los factores del capital humano y del capital social que se relacionan con el descubrimiento de oportunidades para mujeres y hombres de Latinoamérica a partir de la base de datos del proyecto GEM para ocho países latinoamericanos mediante un análisis de regresión logística. Se demuestra en la presente investigación, estadísticamente, el significado de la mayor parte de las variables consideradas en este trabajo. También se corrobora que los factores utilizados en otros estudios y ámbitos geográficos son igualmente valiosos en países latinoamericanos.

Palabras clave: emprendimiento, capital humano y social.

Abstract

In the last decades, entrepreneurship has acquired great importance due to its relationship with growth and economic development of a country through the development of companies. The Entrepreneurship process involves the presence of lucrative opportunities and the presence of enterprising individuals. In this sense, the discovery of opportunities is a fundamental aspect in business activity thus becoming a key point in investigations, which have improved with data from the Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

The main objective of this study is to analyze the factors of human capital and social capital that are related to the discovery of opportunities for women and men from Latin America starting from the GEM database project for eight Latin American countries through an analysis of logistic regression. Through logistic regression analysis, the significance of most of the variables considered in this study statistically are verified. It also confirms that the factors used in other studies and geographical fields are equally significant in Latin American countries.

Keywords: entrepreneurship, human and social capital.

INTRODUCCIÓN

En las últimas dos décadas el emprendimiento y su relación con el desarrollo económico han adquirido gran importancia en el plano científico de la investigación (Reynolds *et al.*, 2001). Esta línea de investigación se ha enriquecido aún más con los datos que el Global

Entrepreneurship Monitor (GEM) aporta. En los datos de este proyecto se constata la existencia de un vínculo significativo entre el nivel de actividad emprendedora y el crecimiento económico.

Los estudios académicos sobre creación de empresas

¹ Profesora de tiempo completo, Centro Universitario Atlacomulco. Correo electrónico: zugaidees@hotmail.com.

² Profesora de tiempo completo, Universidad de Guanajuato, campus Guanajuato. Correo electrónico: dccaldera@ugto.mx

³ Profesora de tiempo completo, Universidad Iberoamericana, campus Santa Fé. Correo electrónico: cinthia.cruz@uia.mx.

tienden generalmente a centrarse en la fase de explotación, donde ya está en marcha un negocio. Aunado a esto, se ha definido el campo de los emprendedores solamente en términos de quién es el emprendedor y lo que él o ella hacen.

Sin embargo, la actividad empresarial involucra la presencia de oportunidades lucrativas y la presencia de individuos emprendedores, tal y como lo ha señalado Venkataraman (1997); y Shane y Venkataraman (2000), quienes, además, han establecido que el proceso de creación de empresas se basa en las oportunidades empresariales. Estos autores han enfatizado en que la creación de empresas se compone de dos procesos relacionados: 1) el descubrimiento de oportunidades empresariales; y, 2) la explotación de esas oportunidades.

En este sentido, el descubrimiento de oportunidades empresariales aparece como un aspecto fundamental en los estudios académicos sobre creación de empresas, convirtiéndose en un aspecto clave de investigación en dicho campo (Buenstorf, 2007; De Tienne y Chandler, 2007), ya que el tópico representa una condición necesaria para la actividad emprendedora, pero no es suficiente; después de esta etapa, un emprendedor potencial debe decidir explotar el nicho hallado, pues el número de oportunidades explotadas resulta ser el proceso sustancial y explicativo de la relación entre el proceso emprendedor y el crecimiento de una región o país.

Uno de los debates teóricos planteados en las publicaciones al respecto en torno a la teoría del descubrimiento de oportunidades de negocio ha sido *por qué unas personas y no otras descubren oportunidades empresariales, resultando que son muchos los factores que influyen en la probabilidad de que las personas descubran oportunidades particulares*. Entre los principales factores se encuentran: el estado de alerta empresarial, el conocimiento previo, las redes sociales y una amplia gama de factores cognitivos (Singh *et al.*, 1999; Shane, 2001; Ardichvili, Cardozo y Ray, 2003; Krueger, 2003; McKelvie y Wicklund, 2004; Ozgen y Baron, 2006).

Estos factores han sido abordados en la mayoría de los estudios sobre descubrimiento de oportunidades como capital social y capital humano (Ucbasaran *et al.*, 2003), argumentado que a mayor nivel de capital humano y capital social en los individuos mayor facilidad para el descubrimiento empresarial y, por tanto, los que desencadenan la explotación del negocio poseen estos capita-

les⁴ (Davidsson y Honig, 2003). En este sentido, estudios que han analizado diferencias de género sugieren que las divergencias resultantes se explican parcialmente por el capital humano y social (Changanti y Parasuraman, 1996; Boden y Nucci, 2000; Shim y Eastlick, 1998) en los procesos de identificación de oportunidades (Shepherd y De Tienne, 2005).⁵

Numerosos modelos de reconocimiento de oportunidades se han presentado en los últimos años (Kirzner, 1973; De Koning, 1999; Schwartz y Teach, 2000; Singh *et al.*, 1999). Nuestra línea de argumentos se sitúa con la idea de varios autores que han estudiado que, durante el proceso de descubrimiento, el capital social o la red social es fundamental para los empresarios, tanto en hombres como mujeres (Nelson, 1987; Lin, Ensel y Vaughn 1981; Portes, 1998; Davidsson y Honig, 2003; Arenius y De Clercq, 2005; Verhuel y Thurik, 2001); y con aquellos que han mostrado que el capital humano, como la educación, el conocimiento previo, la experiencia, la edad y la percepción individual de una elevada autoconfianza son fuertes vínculos en la identificación de oportunidades (Busenitz y Barney, 1997; Shane, 2000; Arenius y Minniti, 2005; Shepherd y De Tienne, 2005). Las oportunidades existen como realidades objetivas, pero se necesita para su descubrimiento la acción creativa del emprendedor (Shane, 2003) además de la voluntad del individuo, que es la que da inicio al proceso empresarial.

En general en las referencias consultadas se muestra un avance en el campo del descubrimiento de oportunidades (Carter, Gartner y Reynolds, 1996; Casson y Wadeson, 2007; Ucbasaran, Westhead y Wright, 2008), también estudios con datos del GEM han abordado este tema (Arenius y De Clercq, 2005).

Si bien es cierto que el estudio sobre mujeres empresarias se ha hecho extenso (Baker, Aldrich, y Liou, 1997) aún quedan varios vacíos que atender. La bibliografía

⁴ Entiéndase “capital humano” como el conjunto de capacidades, habilidades, conocimientos y destrezas que poseen los individuos y que impactan positivamente en la productividad de un país; y “capital social” como la red de relaciones que poseen los individuos entre sí y que permiten el intercambio de experiencias y conocimientos.

⁵ Hablando de la variable de género, es preciso aclarar que existen diversos postulados respecto a la diferencia entre hombres y mujeres, lo cual proviene principalmente de la disciplina que se trate. Por ejemplo, Hyde (1995 y 2005) desde la psicología y estudiando la personalidad, asume una perspectiva evolutiva, argumentando que las diferencias son mínimas y provienen de la forma en la cual tanto hombres como mujeres han tenido que adaptarse y enfrentarse a distintos contextos y situaciones; por su parte, Burin y Meler (2000) sostienen que la causa de las diferencias proviene de los contextos histórico y geográfico, cuestión que se asemeja a la diferencia atribuida a la división sexual del trabajo donde se asume un sistema de roles atribuidos al hombre y a la mujer (Burin, Jiménez y Burin, 2007).

revisada se centra en analizar empresarios nacientes, nuevos y consolidados, muy pocos son estudios sobre emprendedores potenciales⁶ (Greene *et al.*, 2003; Harada, 2005), aunado a esto, dichos estudios se realizan en países desarrollados, resultan escasos los estudios en países latinoamericanos (Álvarez y Urbano, 2009).

Por tanto, en este trabajo se considera al emprendedor potencial como una aproximación⁷ al descubrimiento de una nueva oportunidad empresarial incorporando el capital humano y el capital social como elementos explicativos del proceso de descubrimiento de oportunidades.

El objetivo principal de este trabajo es analizar los factores del capital humano y del capital social, que se relacionan con el descubrimiento de oportunidades para mujeres y hombres de Latinoamérica, a partir de la base de datos del proyecto GEM para ocho países latinoamericanos (México, Perú, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Bolivia y Uruguay), correspondiente al año 2008 (GEM, 2009); se intenta demostrar estadísticamente la relación que tienen algunas variables sobre la probabilidad de que un individuo descubra más oportunidades de creación empresarial.

Así bien, nuestro trabajo se estructura en cuatro apartados. Se inicia con el análisis de la literatura relevante sobre el descubrimiento de oportunidades, asimismo el capital humano y el capital social y sus respectivas variables en el descubrimiento de oportunidades; después se describe la metodología utilizada; enseguida se presentan los resultados y, finalmente, se presentan las conclusiones y limitaciones del trabajo.

REVISIÓN DE LOS ESTUDIOS ACADÉMICOS Y PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS

En términos generales, las oportunidades empresariales son aquellas situaciones en que los nuevos productos,

servicios, materias primas y métodos de organización pueden ser introducidos y vendidos en el mercado a un precio superior al costo de producirlos (Casson, 1982); recientemente, Eckhardt y Shane (2003) utilizaron la misma definición. Las referencias consultadas presentan que el concepto “oportunidades” y sus orígenes son objeto de discordia. Para algunos autores, las oportunidades están ahí, esperando ser descubiertas, y otros consideran la perspectiva de creación de la oportunidad como tal (Singh, 2000; Shane, 2003; Aldrich y Ruef, 2006; Buenstorf, 2007).

El descubrimiento⁸ de oportunidades requiere de nuevas relaciones medios-fines y ocurre cuando hombres y mujeres hacen la conjetura de que un conjunto de recursos no está puesto a un mejor uso. En esta perspectiva, al emprendedor no se le otorga un papel pasivo. Se dice que los empresarios nacientes y potenciales usan todos los recursos con los que cuentan para identificar las oportunidades (Álvarez y Busenitz, 2001) y de esta manera asegurar la pronta gestación de la actividad empresarial. Sin embargo Shane y Venkataraman (2000), señalan que tres factores influyen en la probabilidad de que un individuo pueda descubrir una oportunidad: primero, los stocks de información que crean los esquemas mentales y que además permiten un marco de referencia para el reconocimiento de nueva información; segundo, las propiedades cognitivas necesarias para evaluar la oportunidad; y tercero, los vínculos o relaciones sociales de los emprendedores.

Por tal motivo, el enfoque que se le dará al emprendedor potencial en este trabajo será el de una aproximación al descubrimiento de una oportunidad empresarial, ya que de acuerdo con la variable dependiente que se está utilizando, los individuos han descubierto una determinada oportunidad y reflejan el compromiso con la oportunidad descubierta. Como ya se mencionó más arriba, existen factores que influyen en la probabilidad de que un individuo descubra una oportunidad, en este trabajo se utilizarán algunos factores del capital humano y capital social como elementos explicativos del proceso de descubrimiento de oportunidades en los emprendedores

⁶ El proceso de creación de empresas, de acuerdo con la clasificación que realiza el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) está constituido por la “actividad emprendedora total”, que incluye a los emprendedores potenciales (aquellos que tienen la intención, pero que hasta el momento no han decidido firmemente la puesta en marcha del negocio), empresas nacientes (3 meses de actividad), empresas nuevas (hasta 3,5 años de actividad) y empresas consolidadas (más de 3,5 años), de acuerdo al GEM (Aragón y Rubio, 2007).

⁷ El emprendedor potencial es aquél individuo que tiene la intención, pero que hasta el momento no ha llevado un comportamiento empresarial, por lo tanto, tiene la intención y ha identificado y evaluado una oportunidad de negocio, estos argumentos son contundentes con lo señalado por Company y McMullen (2007), quienes proponen el proceso empresarial basado en oportunidades que consta de tres etapas y descrito más adelante; dicho proceso centra la relación entre la naturaleza de las oportunidades para el emprendimiento y la base cognitiva de los individuos que reconocen estas oportunidades (Casson, 2005), las etapas reflejan el proceso mediante el cual los agentes económicos identifican, evalúan y deciden explotar oportunidades empresariales.

⁸ Según Company y McMullen (2007) las etapas del proceso empresarial basado en oportunidades son: identificación o descubrimiento, evaluación y explotación. Por tanto, el descubrimiento de oportunidades es importante en parte ya que a menudo es el primer paso en el proceso emprendedor (Baron y Shane, 2005).

potenciales desde una perspectiva de género.⁹

Factores del capital humano

Varios estudios han explorado el papel que desempeña el capital humano en la identificación de oportunidades (Gimeno *et al.*, 1997; Bonden y Nucci, 2000; Arenius y De Clercq, 2005; De Tienne y Chandler, 2007; Bhagavata *et al.*, 2008). Las diferencias entre los individuos en términos de su capital humano resultan importantes para explicar las diferencias en la identificación de oportunidades (Shane, 2000; Shane y Venkataraman, 2000). Los estudios académicos sobre el capital humano giran en torno a los conocimientos individuales y a la aplicación de esos conocimientos (Ulrich, 1998) en el proceso empresarial.

El estudio del papel de capital humano se remonta a Becker (1964), quien adelantó la idea de que factores tales como la educación y la experiencia son importantes, ya que estos sesgos cognitivos miden los conocimientos y las destrezas necesarias para poner en funcionamiento un nuevo negocio. De esta manera, los individuos que posean cierto nivel de capital humano identificarán mejores oportunidades empresariales (Mincer, 1974; Davidsson y Honig, 2003).

Como ya se había argumentado anteriormente, en general, los estudios académicos se centran en la fase de explotación, es decir, en la empresa ya establecida, más que en el descubrimiento de oportunidades por empresarios potenciales (Arenius y De Clercq, 2005); y aún más escasos son aquellos estudios que exploran el género y el descubrimiento de oportunidades, aunque no del todo, ya que existe un trabajo que concluye que los hombres y mujeres utilizan sus *stocks* únicos de capital humano para identificar oportunidades y utilizan diferentes procesos al momento de identificarlas (De Tienne y Chandler, 2007).

Estudios recientes han encontrado que individuos con ciertos niveles de formación tienen más probabilidades de iniciar un negocio ya que disponen de una amplia base de conocimientos que les permite percibir más fácilmente las oportunidades (Bosma *et al.*, 2008). Por su parte, Boden y Nucci (2000) y Shim y Eastlick (1998)

encontraron diferencias en términos de educación y cantidad de experiencia laboral entre las mujeres empresarias, argumentando que ellas padecen desventaja en relación con sus homólogos masculinos. Otros estudios argumentan que no hay diferencias y que, de existir, en realidad son mínimas (Brush, 1990). La educación ha tenido efectos positivos en estudios para países en desarrollo (Blanchflower, 2004). Sin embargo, Naude *et al.* (2008) encontraron que en un país en desarrollo el nivel educativo es determinante en la creación de empresas, ya que la educación aumenta una base de conocimientos y por tanto una mayor probabilidad de que este conocimiento genere las posibles oportunidades empresariales (Cohen y Levinthal, 1990).

El capital humano no está constituido únicamente por los conocimientos proporcionados por la educación formal, también incluye los conocimientos adquiridos a través de la experiencia y el aprendizaje práctico. Es por eso que el razonamiento en este trabajo de la variable situación laboral y el descubrimiento de oportunidades es muy similar al dado para educación. Estudios anteriores han sugerido que una amplia experiencia laboral en un mercado concreto, así como una experiencia vocacional específica orientada, pueden aumentar; en teoría, el capital humano (Becker, 1964). Es decir, aquellas personas que se encuentren empleadas o que hayan estado empleadas, son más propensas a descubrir oportunidades y ponerlas en marcha. Estudios más recientes definen esta variable en términos de la persona que labora frente a aquella que no lo está haciendo en el mercado de trabajo, argumentando que los que se encuentran en una situación activa de empleo tienen más probabilidad de iniciar una actividad empresarial (Boden y Nucci, 2000; Arenius y De Clercq, 2005; Arenius y Minniti, 2005). Incluso se han investigado las diferencias entre los trabajadores a tiempo parcial y trabajadores a tiempo completo, según el sexo (Lohmann, 2001), encontrando que existen muchos retos para las mujeres. Sin embargo, la empresaria de hoy, la llamada “empresaria moderna”, normalmente tiene un historial de empleo con éxito, el cual proviene de una gran organización: ella utiliza la experiencia, la habilidad y los contactos adquiridos en dicho empleo para establecer su propio negocio (Moore, 1990; Marlow y Patton, 2005). Por su parte, De Tienne y Chandler (2007) sugieren que los hombres y mujeres desarrollan un capital humano único que afecta al descubrimiento

⁹ El término “género” en este trabajo se refiere a los significados que las sociedades y los individuos atribuyen a esta categoría. El término “sexo” se refiere a la agrupación de las personas en categorías masculina y femenina (Pines y Schwartz, 2008).

de oportunidades.

En cuanto a la edad, esta ha sido una medida que comúnmente se utiliza en estudios de creación de empresas (Robinson y Sexton, 1994; Busenitz y Barney, 1997; Grilo e Irigoyen, 2006; Langowitz y Minitti, 2007; Minitti y Nardone, 2007) y la cual generalmente tiene efecto positivo sobre la decisión de ser o convertirse en un emprendedor; pocos estudios se han encontrado que relacionen esta variable con el descubrimiento de oportunidades. Tal es el caso de Arenius y De Clercq (2005), quienes la abordaron sólo como una variable de control. Sin embargo, Becker (1975) sugiere que la edad es una medida del “capital humano general”, la cual influye positivamente, idea que recientemente abordaron De Tienne y Chandler (2007) en su estudio sobre identificación de oportunidades desde el género.

Se ha comentado que la educación, la experiencia y la edad son cruciales para el proceso empresarial. Sin embargo, no sólo el capital humano es suficiente para el descubrimiento de oportunidades empresariales, también lo es la percepción que se tenga de los conocimientos y habilidades que se poseen. Estudios anteriores sostienen que la identificación de oportunidades depende de la percepción individual. En este sentido, la percepción de la autoconfianza constituye un antecedente sustancial del reconocimiento de una oportunidad (Krueger, Reilly y Carsrud, 2000). Cabe destacar que, aunque existen algunos trabajos que relacionan la autoconfianza con la intención empresarial, como son los de Boyd y Vozikis (1994); Bandura (1978, 1997); Chen, Greene y Crick (1998); De Noble, Jung y Ehrlich (1999); Segal, Borgia y Schoenfeld (2002); Wang, Wong y Lu (2002), no se encontró ningún trabajo que haya analizado la relación entre la autoconfianza y el descubrimiento de oportunidades.

Factor del capital social

En cuanto al capital social y a la variable que lo integra, que es conocer a otro emprendedor o vínculo social,¹⁰ se refiere a la capacidad de los agentes para obtener beneficios de sus estructuras sociales o redes de pertenencia (Lin, Ensel y Vaughin, 1981; Portes, 1998). Se ha reconocido ampliamente que el capital social es relevante para el análisis de creación de empresas (Weslund y Bolton,

2003). Se dice que la estructura de las relaciones sociales de una persona influye por la información que recibe, generando conocimiento que regularmente se traduce en ideas, las cuales aumentan la probabilidad de descubrir oportunidades y complementa las capacidades cognitivas del potencial emprendedor (Kogut y Zander, 1996; Nahapiet y Ghoshal, 1998; De Koning, 1999; Johansson, 2000), pero sobre todo se le ha relacionado positivamente con la frecuencia y la rapidez con la que se gestan las nuevas actividades empresariales.

Las vivencias obtenidas de otros empresarios disminuyen la incertidumbre que tienen que enfrentar los empresarios potenciales en el proceso empresarial (Bandura, 1978; Johannisson, 1996). En este sentido, Davidsson y Honig (2003), en su estudio con empresarios nacientes suecos de ambos sexos, encontraron que el capital social predice fuertemente el inicio de la actividad empresarial, ya que ser miembro de una red (por ejemplo cámara de comercio, tener padres, amigos o vecinos en los negocios) tuvo un efecto positivo y estadísticamente significativo. Por su parte, Chan y Foster (2001) encontraron que pertenecer a una red como medio de información tiene más importancia para las propietarias mujeres que para los hombres. Similares resultados encontraron Sorenson, Folker y Bringham (2008), quienes utilizaron para su muestra propietarios de negocios pequeños de ambos sexos, revelando que las mujeres muestran mayor preferencia por las redes. En este sentido, entre más grandes sean las redes de vínculos sociales entre los individuos, mayor es la probabilidad de que sean descubiertas las oportunidades (Arenius y De Clercq, 2005).

METODOLOGÍA

Como se indicó anteriormente, este trabajo se desarrolla dentro del marco del proyecto GEM para ocho países latinoamericanos¹¹ (México, Perú, Brasil, Chile, Colombia, Bolivia, Ecuador y Uruguay) tomando la información de la base de datos del año 2008 (GEM, 2009).

¹¹ Es importante destacar que la participación de Latinoamérica en este consorcio ha sido desde el año 2001, por ejemplo: México y Brasil ingresaron en el año 2001, mientras que Chile en el año 2002 y Perú en el año 2004; además la participación anual de los países latinoamericanos no es consecutiva, a diferencia de países como España, quienes año con año reportan datos a través de su equipo nacional, que a su vez son recolectados por el London Business School y el Babson College y son estas instituciones quienes la colocan en la página de internet del consorcio GEM (Global Entrepreneurship Monitor) la información global de los países participantes procesadas en SPSS, por esta razón solo se han considerado en esta investigación estos ocho países.

¹⁰ De acuerdo con el estudio GEM, 2009.

Las variables independientes seleccionadas para la presente investigación y empleadas dentro del capital humano integran las variables: educación, situación laboral y autoconfianza, y la que incluye el capital social, es conocer a otro empresario.

Con base en lo anterior se plantean las siguientes hipótesis:

H1: Existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de las mujeres latinoamericanas y su nivel de estudios.

H2: Existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de los hombres latinoamericanos y su nivel de estudios.

H3: Existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de las mujeres latinoamericanas y su situación activa de empleo.

H4: Existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de los hombres latinoamericanos y su situación activa de empleo.

H5: Existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de las mujeres latinoamericanas y su edad.

H6: Existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de los hombres latinoamericanos y su edad.

H7: Existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de las mujeres latinoamericanas y su nivel de autoconfianza.

H8: Existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de los hombres latinoamericanos y su nivel de autoconfianza.

H9: Existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de las mujeres latinoamericanas y su conocimiento de otros empresarios.

H10: Existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de los hombres

latinoamericanos y su conocimiento de otros empresarios.

El análisis tanto univariante como multivariante que se realiza es a través de muestras de la población adulta total que se encuentren entre los 18 y 64 años de edad, dicha información se obtiene mediante un cuestionario homogenizado denominado APS (Adult Population Survey).¹² El número de total de encuestados fue de 16 mil 827 individuos, al separar los grupos de hombres y mujeres respectivamente,¹³ los resultados de la distribución de frecuencia de aquellos que respondieron a la pregunta 1e¹⁴ de la encuesta APS, muestran que en el grupo de hombres, se cuenta con 7 mil 645 y 9 mil 086 mujeres, haciendo un total de 16 mil 731 individuos latinoamericanos, tal y como se observa en la tabla 1.

Tabla 1. Distribución de frecuencia de la variable “oportunidad” por género y país

País	Total de respuestas	Mujeres	Hombres
México	2509	1274	1235
Perú	2052	1034	1018
Brasil	2000	1025	975
Chile	2000	1171	829
Colombia	2001	1021	980
Bolivia	2000	1114	886
Ecuador	2142	1347	795
Uruguay	2027	1100	927
Total encuestados	16731	9086	7645

Fuente: elaboración propia con base en el análisis de los datos de la base GEM, 2009

¹² Cabe destacar que la Encuesta a la Población Adulta (APS), y la Encuesta Nacional de Expertos (NES) son los dos instrumentos de recolección de información que el GEM emplea: para este caso se han utilizado los datos de la APS; es decir la base de datos procesada en SPSS para Windows que contiene la información correspondiente a la APS del año 2008, para más detalle de la metodología (GEM, 2009) o en su caso puede verse el trabajo de Reynolds *et al.* (2005) el cual muestra el diseño de la metodología y trabajo de campo aplicado, además de la implementación realizada entre los años 1998 y 2003. El archivo que contiene la base de datos APS incluye la variable “weight_1” como parte de la ponderación que se utiliza para armonizar los datos de cada nación participante. “Todas las muestras GEM APS se ponderan, de forma que la distribución general por sexo y grupo de edad en la muestra coincide con la distribución de la población adulta” Sánchez-Escobedo (2011), de la nación participante.

¹³ Mediante la instrucción “selección de casos” del paquete estadístico SPSS.

¹⁴ Sólo los que respondieron a la pregunta: ¿está pensando en poner en marcha un nuevo negocio ya sea sólo o con otros en los próximos tres años, incluyendo cualquier forma de auto empleo?, de la encuesta a la población adulta (APS) ubicada como 1-e (FUTSUP), el resto de los individuos no contestaron y se consideran casos perdidos o muerte experimental (Hernández, Fernández y Baptista, 2007).

Concretamente, México aporta el mayor número de respuestas (2 mil 509), le sigue Ecuador (2 mil 142) y se cifran en algo más de 2 mil las conseguidas en cada una de las restantes naciones consideradas. En cuanto a la distribución de la muestra por género, 54.3% son mujeres y 45.7%, hombres; al respecto, destaca que en todos los países considerados el número de mujeres es mayor al de hombres.

Basándonos en el modelo teórico del apartado anterior, el método empleado para corroborar las hipótesis planteadas acerca de los factores determinantes del descubrimiento de oportunidades ha sido la regresión logística binaria —herramienta estadística que predice directamente la probabilidad de ocurrencia de un suceso (Hair *et al.*, 2008). Ha sido probada en diversas investigaciones de nuestra área (Arenius y De Clercq, 2005) y, particularmente, con un enfoque similar al nuestro, el presentado en el trabajo de De Tienne y Chandler (2007), quienes exploraron las diferencias de género en la identificación de oportunidades.

Para detectar la posible relación que subyace entre las variables independientes propuestas y la variable dependiente, se corrieron dos modelos de regresión logística binaria¹⁵ mediante el método “introducir”.¹⁶ En el modelo 1, analizamos el grupo de las mujeres, mientras que en el modelo 2 se hizo lo propio con el grupo de los hombres. En ambos casos se probó la relación entre las variables independientes consideradas y la probabilidad de que una mujer o un hombre identifique una oportunidad empresarial. La comparación de los resultados obtenidos nos permitirá detectar si existen diferencias en cuanto a las variables que determinan el descubrimiento de oportunidades empresariales según el género de las personas, en este caso, latinoamericanas.

En ambos casos, la variable dependiente utilizada fue el emprendedor potencial, como una aproximación al descubrimiento de oportunidades empresariales (Oportunidad). Esta variable fue medida con la pregunta 1-e de la encuesta a la población adulta (APS), que es la siguiente: *¿está pensando en poner en marcha un nuevo negocio ya sea solo o con otros en los próximos tres años, incluyendo cualquier forma de autoempleo?*¹⁷

Esta cuestión no sólo identifica a los individuos que han descubierto una determinada oportunidad, sino que refleja un mayor compromiso con la oportunidad descubierta, pues afirma que está dispuesto a explotarla en los próximos 3 años. Es una variable dicotómica, que emplea valor 1 si el individuo afirma que está dispuesto a crear una empresa durante ese periodo de tiempo, y valor 0 en caso contrario.

En cuanto a las variables independientes o predictorias,¹⁸ se utilizaron dos grupos de factores. Primeramente, el capital humano, que a su vez integra las variables educación, situación laboral, edad y autoconfianza. En segundo término, el capital social que para este trabajo integra únicamente la variable *conocer a otro empresario*.

RESULTADOS

Los datos contenidos en la tabla 2 nos permiten describir a los individuos que componen nuestro corpus de mujeres y hombres, respectivamente.

Mujeres

Centrándonos en el grupo de mujeres, observamos que más de 50% tiene una edad de 25 y 44 años, y únicamente 12% cuenta con una edad de 55 y 64 años. Aproximadamente 44% ha superado la enseñanza básica; 29.7% cuenta con estudios medios básicos, y únicamente 11% cuenta con estudios superiores.

Respecto a la situación laboral, 38.7% se encuentra en una situación activa de empleo, 48% no trabaja, y 13.5% están jubiladas o se encuentran estudiando. El nivel de autoconfianza de la mujeres encuestadas es de 64.7%, lo que supone un porcentaje alto frente a aquellas que no se percibe con capacidades, habilidades y experiencia necesaria para identificar una oportunidad. En atención a la variable *conocer a otro empresario*, 45.3% sí conoce a otro empresario y 54.7% no.

Hombres

Con respecto al grupo de los hombres, 47.4% tiene una edad de 25 y 44 años y 12% cuenta con una edad entre

¹⁵ Se realizó mediante el programa estadístico SPSS, versión 17.

¹⁶ Método adecuado cuando las variables del modelo se seleccionan sobre una base teórica (Garson, 2010).

¹⁷ Encuesta GEM disponible en: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/407>

¹⁸ Las categorías de referencias de variables independiente fueron tomadas del estudio de Arenius y Minniti (2005). La edad fue recodificada siguiendo la propuesta de medición de Langowitz y Minniti (2007).

Tabla 2. Estadísticos descriptivos mujeres-hombres latinoamericanos

Variables	N-Mujeres	Categorías	Porcentaje	N-Hombres	Porcentaje
Categorías					
Edad	9086	18-24	19.2%	7645	21.0%
		25-34	26.5%		25.0%
		35-44	23.7%		22.4%
		45-54	18.7%		19.2%
		55-64	11.8%		12.3%
		Enseñanza básica	43.9%	7645	40.0%
		Secundaria Bachilleratos	29.7%		29.7%
		Medios todos tipos	15.3%		17.4%
		Superiores Diplomados Licenciaturas	11.0%		12.9%
Situación laboral	9086	Empleado activo	38.7%	7645	71.5%
		No trabaja	47.9%		9.0%
		Jubilado Estudiante	13.5%		19.4%
Dicotómicas					
Autoconfianza	9086	Sí tiene autoconfianza	64.7%	7645	72.4%
		No tiene autoconfianza	35.3%		27.6%
Conocer empresario	9086	Sí conoce otros empresarios	45.3%	7645	53.4%
		No conoce otros empresarios	54.7%		46.6%

Fuente: elaboración propia con base en el análisis de los datos de la base GEM (2009).

55 y 64 años. Atendiendo al nivel de estudios, 40% ha superado la enseñanza básica, 29.7% cuenta con estudios secundarios, mientras que 12.9% disfruta de estudios superiores. En cuanto a situación laboral, 71.5% se encuentran en una situación activa de empleo y 9% no trabaja. El nivel de autoconfianza de los hombres es de 72.4% y sólo 27.6% no se percibe con capacidades, habilidades y experiencia para identificar una oportunidad. En cuanto a la variable *conocer a otro empresario*, 53.4% sí conoce a otro empresario y 46.6% no.

En definitiva, los porcentajes de las variables consideradas son similares entre hombres y mujeres. En cualquier caso, se aprecia que los hombres son más propensos a tener una situación activa de empleo (71.5%) a diferencia de las mujeres que sólo 38.7% corresponde a esta situación. Asimismo, el porcentaje de mujeres que contestó que no trabaja es mucho más alto: 47.9%, en comparación con los hombres: sólo 9.0 por ciento.

Con la intención de determinar qué variables, de acuerdo con la metodología del GEM, condicionan que

una mujer y un hombre en Latinoamérica identifiquen una oportunidad empresarial, procedemos a la obtención de los modelos de regresión logística que especificamos anteriormente. Dado que este procedimiento puede resultar sensible a problemas de multicolinealidad de las variables explicativas, procedemos a conocer el grado de correlación entre las variables empleadas en el estudio a partir de la aplicación del coeficiente de correlación de Spearman.

En las tablas 3 y 4 se muestran las matrices de correlación para el grupo de las mujeres y de los hombres respectivamente. Cabe destacar algunas correlaciones positivas y significativas al nivel (.05 bilateral) que muestra una certeza de 95%, entre las variables independientes de ambos casos. Por ejemplo, puede verse una fuerte relación positiva y significativa entre situación laboral y autoconfianza: a mayor experiencia percibida, más autoconfianza. Asimismo se visualiza una relación positiva y significativa entre autoconfianza y conocer a otro empresario; la autoconfianza aumenta en las personas por

el hecho de tener algún otro contacto que esté involucrado en una actividad empresarial. Sin embargo, para el caso de los hombres, cuatro de las cinco variables se correlacionan negativamente con descubrimiento de oportunidades y, en el caso de las mujeres las cinco variables seleccionadas se correlacionan negativamente con el descubrimiento de oportunidades; es decir, en estas condiciones, los emprendedores potenciales de ambos sexos no necesariamente pueden identificar, evaluar o explotar una oportunidad.

En cualquier caso, las matrices de correlación muestran coeficientes relativamente bajos, no superiores a 0.5, valor absoluto generalmente establecido (Caridad, 1998; Nicolaou y Birley, 2003; Hair *et al.*, 2008), para estos autores, el valor de referencia a partir del cual cabe esperar existencia de multicolinealidad es de 0.7. Por tanto, se descarta problemas de colinealidad entre las variables consideradas.

Respecto al análisis multivariante, se realizó una regresión logística binaria; como ya se señaló anteriormente, las tablas 5 y 6, muestran los modelos tanto para el grupo de hombres como para el de mujeres. Los indicadores de la bondad de ajuste del modelo, la diferencia entre la función de -2 logaritmo de la verosimilitud computada al final ($-2LL$) representa la reducción en el error de estimación debido a la introducción de todas las variables independientes¹⁹ y sigue una distribución mediante el contraste chi-cuadrado el cual es igual a 372.768 para el grupo de las mujeres y 314.293 para el grupo de los hombres.

De este modo, es viable concluir que el poder explicativo global del modelo es considerable en ambos casos (60.6 para mujeres y 60.9 para el caso de hombres); además la varianza explicada dada por el indicador R^2 de Nalgelkerke es de .092 en el grupo de mujeres y .091 en el grupo de hombres, asimismo, los coeficiente de R^2

Tabla 3. Matriz de correlaciones hombres latinoamericanos

Núm.	Variable	1	2	3	4	5	6
1	Oportunidad	1					
2	Educación	-0.004	1				
3	Situación laboral	-0.044**	0.022	1			
4	Autoconfianza	-0.189**	-0.024	0.153**	1		
5	Conocer empresario	-0.13**	-0.060**	0.08**	0.185**	1	
6	Edad	-0.117**	-0.041**	0.016	-0.007	0.065**	1

** Correlación significativa al nivel 0.001

* Correlación significativa al nivel 0.05

Fuente: elaboración propia con base en el análisis de los datos de la base GEM (2009).

Tabla 4. Matriz de correlaciones mujeres latinoamericanas

No.	Variable	1	2	3	4	5	6
1	Oportunidad	1					
2	Educación	-0.031**	1				
3	Situación laboral	-0.064**	-0.062**	1			
4	Autoconfianza	-0.228**	-0.024*	0.139**	1		
5	Conocer empresario	-0.134**	0.060**	0.097**	0.193**	1	
6	Edad	-0.114**	-0.006	0.023*	0.045**	0.070**	1

** Correlación significativa al nivel 0.001

* Correlación significativa al nivel 0.05

Fuente: elaboración propia con base en el análisis de los datos de la base GEM (2009).

¹⁹ Las categorías de referencias de las variables independiente fueron tomadas del estudio de Arenius y Minniti, (2005), a excepción de la categoría de referencia de la variable edad que fue tomada de Langowitz y Minniti (2007), donde el rango de edad es de 25 a 34, ya que de acuerdo a estos autores en estas situaciones de referencia, es más probable que los individuos informen si está tratando de iniciar un negocio.

de Cox y Snell, alcanzaron unos valores de .069 para el caso de las mujeres y .068 en el caso de los hombres, indicando que los modelos de regresión logística estimados explican un porcentaje bastante aceptable la probabilidad de que un individuo latinoamericano detecte buenas oportunidades a partir de los factores considerados.

Considerando el grupo de las mujeres, se destaca que de las tres variables que integran al capital humano, sólo dos resultan ser estadísticamente significativas al .05: las variables *educación* y *autoconfianza*. Sin embargo, el valor de Wald para la variable *autoconfianza* es más robusto, convirtiéndola en una variable relevante. Cabe resaltar el coeficiente Wald de la categoría de referencia en la variable educación (13.515), en tanto, se puede decir que se asocia más con la probabilidad de que una mujer

latinoamericana descubra nuevas oportunidades empresariales. En cuanto a la variable situación laboral, resultó no tener ninguna asociación con la variable dependiente.

Por último, la variable *edad* resultó ser estadísticamente significativa en todas las categorías, los signos de coeficiente de pendiente beta de cada unas de ellas son positivos, mostrando la relevancia de este variable sobre la variable dependiente; cabe resaltar que los coeficientes Wald de los grupos de 25 a 34 años y de 35 a 44 años sobresalen, lo que nos indica que dentro de estos rango de edad se asocia más con la probabilidad de que las mujeres en Latinoamérica descubran más oportunidades emprendedoras. En cuanto a la variable que se considera para este trabajo dentro del capital social y, la cual es conocer a otro emprendedor (vínculo),

Tabla 5. Estimación del modelo de regresión logística para mujeres latinoamericanas

	Coeficiente (error estándar)	Wald	Exp(b)		Coeficiente (error estándar)	Wald	Exp(b)
Capital humano				Variable de control			
Educación				Edad			
Secundarios		13.515*		25-34		64.465*	
Enseñanza obligatoria	.214* (.099)	4.653	1.238	18-24	.639* (.113)	32.25	1.895
Medios	.278* (.100)	7.753	1.321	35-44	.829* (.117)	50.044	2.291
Superiores	.003 (.110)	0.001	1.003	45-54	.405* (.116)	12.22	1.499
Situación laboral				55-64	.346* (.119)	8.44	1.414
Empleado activo		0.329		Capital social			
No trabaja	-.062* (.108)	0.325	0.940	Conocer a empresario	.374* (.060)	39.499	1.454
Jubilado o estudiante	-.047* (.109)	0.188	0.954				
Autoconfianza	.900* (.063)	205.233	2.460				
Constante	-1.638* (.158)	108.088	0.194				
N	9086						
- 2LL	624.208						
R2 Nagelkerker	0.092						
R2 Cox y Snell	0.069						
Chi-cuadrado del modelo	372.768						
% correcto de predicciones	60.6						

* Significativo p <0.05

Fuente: elaboración propia con base en el análisis de los datos de la base GEM.

es una variable estadísticamente significativa al .05. Su signo de coeficiente de pendiente beta es positivo, de tal manera que existe una relación positiva entre conocer a un emprendedor y la probabilidad de que una mujer latinoamericana descubra nuevas oportunidades.

Similar procedimiento seguimos en el grupo de los hombres, conteniéndose la estimación del modelo en la tabla 6.

Se puede observar que, en el caso de los hombres, dos de las tres variables que corresponden al capital humano son estadísticamente significativas, es decir: *situación laboral* y *autoconfianza*. Sobresale por su coeficiente

Wald la autoconfianza (125.985), variable que más afecta la probabilidad de que un hombre en Latinoamérica descubra oportunidades y las ponga en marcha.

En cuanto a la situación laboral, cabe resaltar la categoría de referencia con un signo de coeficiente de pendiente beta positivo y un coeficiente Wald de 18.581, indicándonos la relevancia que esta categoría de referencia tiene sobre la variable dependiente. En el caso de la variable *educación*, los coeficientes de pendiente beta de tres categorías resultaron ser negativos y no significativos. Sin embargo, la categoría de referencia *estudios secundarios*, presenta un coeficiente Wald sig-

Tabla 6. Estimación del modelo de regresión logística para hombres latinoamericanos

	Coeficiente (error estándar)	Wald	Exp(b)		Coeficiente (error estándar)	Wald	Exp(b)
Capital humano				Variable de control			
Educación				Edad			
Secundarios		8.661*		25-34		101.156*	
enseñanza obligatoria	-.039 (.099)	0.158	0.961	18-24	.706* (.119)	35.165	2.025
Medios	-.111 (.099)	1.239	0.895	35-44	.979* (.119)	67.274	2.662
Superiores	-.267* (.106)	6.302	0.766	45-54	.415* (.122)	11.505	1.515
Situación laboral				55-64	.207* (.126)	2.712	1.230
Empleado Activo		18.581*		Capital social			
No trabaja	0.40* (.095)	0.179	1.041	Conocer a empresario	.360* (.064)	31.500	1.433
Jubilado o estudiante	.511* (.135)	14.283	1.667				
Autoconfianza	.811* (.072)	125.985	2.251				
Constante	-1.346* (.154)	76.253	0.260				
N	7645						
- 2LL	5872.228						
R2 Nagelkerker	0.091						
R2 Cox y Snell	0.068						
Chi-cuadrado del modelo	314.293						
% correcto de predicciones	60.9						

* Significativo p <0.05

Fuente: elaboración propia con base en el análisis de los datos de la base GEM (2009).

nificativo además de robusto frente a las otras categorías, con lo cual podemos decir que la probabilidad de que un hombre en Latinoamérica descubra una oportunidad se relaciona más con un nivel de educación secundaria.

Respecto a la variable *conocer a otro emprendedor*, resultó ser estadísticamente significativa al .05. Su signo de coeficiente de pendiente beta es positivo y, por tanto, la asociación con la variable dependiente es positiva. El conocer a otro emprendedor es un vínculo fuerte para que un hombre en Latinoamérica descubra oportunidades y las ponga en marcha, ya que permite la participación, fortalece la confianza y disminuye la probabilidad de comportamientos no oportunos, facilitando así el reconocimiento de nuevas oportunidades emprendedoras (Hills, 1995).

Finalmente, la variable edad, que funge como una variable de control, es estadísticamente significativa. Sobresale por su coeficiente Wald la categoría de referencia (101.156) la cual comprende el rango de 25 a 34 años de edad, seguidamente de la categoría que comprende el rango de edad de 35 a 44. Esta variable muestra la relevancia que tiene sobre la probabilidad de que los hombres en Latinoamérica descubran nuevas oportunidades.

El análisis efectuado nos permite confirmar las hipótesis correspondientes a los factores del capital humano, como la hipótesis 1 (*existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de las mujeres latinoamericanas y su nivel de estudios*), la cual sostiene la influencia que ejerce el nivel de estudios sobre el descubrimiento de oportunidades para las mujeres latinoamericanas. Este resultado es consistente con investigaciones previas, las cuales han presentado la idea de que ciertos niveles educativos propician la acumulación de determinados conocimientos, los cuales son utilizados por los emprendedores para la puesta en marcha de un nuevo negocio (Bosma *et al.*, 2008; De Tienne y Chandler, 2007).

Para el grupo de los hombres latinoamericanos, la variable educación no tuvo ningún efecto sobre la variable dependiente, no pudiendo confirmar así la hipótesis 2 (*existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de los hombres latinoamericanos y su nivel de estudios*). En cuanto a la hipótesis que sostiene que una situación activa de empleo incide en el descubrimiento de oportunidades empresariales, del grupo de mujeres no resultó tener nin-

gún efecto, por tanto, no pudimos confirmar la hipótesis 3 (*existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de las mujeres latinoamericanas y su situación activa de empleo*). Los resultados para el grupo de los hombres nos permiten confirmar la hipótesis 4 (*existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de los hombres latinoamericanos y su situación activa de empleo*), lo cual es congruente con trabajos previos, que han argumentado que un individuo en situación activa de empleo está más propenso a descubrir nuevas oportunidades y por tanto iniciar la puesta en marcha de un nuevo negocio (Boden y Nucci, 2000; Arenius y De Clercq, 2005; Arenius y Minniti, 2005).

Asimismo, podemos confirmar la hipótesis 5 (*existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de las mujeres latinoamericanas y su edad*) y la hipótesis 6 (*existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de los hombres latinoamericanos y su edad*), ya que en principio tienen una relación significativa con la probabilidad de que un individuo descubra oportunidades en Latinoamérica. Así, a medida que aumenta la edad disminuye esta probabilidad, igual resultado hallaron trabajos anteriores como el de Reynolds *et al.*, (2001), Reynolds, Bygrave y Hay (2003) y Levesque y Minniti (2006).

Hemos podido confirmar la hipótesis 7 (*existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de las mujeres latinoamericanas y su nivel de autoconfianza*) y la hipótesis 8 (*existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de los hombres latinoamericanos y su nivel de autoconfianza*); hemos encontrado que no sólo cierto conocimiento dado por la educación formal o por la experiencia laboral se relaciona con el descubrimiento de oportunidades emprendedoras, sino que la percepción que el individuo tenga de los conocimientos y habilidades que posee también influyen, idea que han abordado trabajos recientes (Krueger, Reilly y Carsrud, 2000).

En cuanto al capital social, hemos podido confirmar las hipótesis 9 (*existe una relación positiva entre el descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de las mujeres latinoamericanas y su conocimiento de otros empresarios*) y 10 (*existe una relación positiva entre el*

descubrimiento de oportunidades de creación empresarial de los hombres latinoamericanos y su conocimiento de otros empresarios), que sostienen que el hecho de conocer a otro empresario se relaciona con el descubrimiento de oportunidades, beneficiándose de las estructuras sociales al pertenecer a una red, puesto que estas redes proporcionan a los individuos la información suficiente para emprender, tal y como lo han encontrado estudios previos (Kogut y Zander, 1996; Nahapiet y Ghoshal, 1998; De Koning, 1999; Johansson, 2000).

CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Los resultados más relevantes nos permiten afirmar, como conclusión general, que las diferencias en el ámbito del emprendimiento entre hombres y mujeres de países de Latinoamérica son mínimas, y son más las similitudes encontradas en este estudio; el mismo argumento han encontrado trabajos anteriores (Boden y Nucci, 2000; Shim y Eastlick, 1998; Verheul). Todo esto tiene congruencia con estudios que aluden al mito de las diferencias entre hombres y mujeres y, que han afirmado que son más bien estereotipos dados por la sociedad, que en realidad no existen diferencias entre hombres y mujeres al momento descubrir una oportunidad y decidir ponerla en marcha; más bien los hombres y las mujeres deben centrarse en la importancia de sus propios recursos y ambos deben aprovecharlos, ya que son únicos (De Tienne y Chandler, 2007).

En concreto, se ha podido identificar que el descubrimiento de oportunidades emprendedoras en un individuo en Latinoamérica, tanto mujer como hombre, se relaciona básicamente con factores como autoconfianza y conocer a otro empresario. Aunque la variable *educación* se relacionó sólo para las mujeres latinoamericanas. En ambos grupos, el poseer un nivel de estudios secundarios resultó de relevancia. No fue así para la variable *situación laboral*, la cual se relaciona únicamente para el caso de los hombres latinoamericanos con la probabilidad de que ellos descubran oportunidades nuevas. Los resultados de la variable de control edad permiten identificar que cierto rango de entre los 25 y 44 años está más asociado con el descubrimiento de oportunidades entre las mujeres y hombres de Latinoamérica. Por tanto, al parecer son más las similitudes entre hombres y mujeres de los países latinoamericanos en ambos sexos, en tanto

se puede decir que las variables consideradas en este trabajo se relacionan con el descubrimiento de nuevas oportunidades emprendedoras de mujeres y hombres en Latinoamérica.

Cabe resaltar que los resultados obtenidos deben interpretarse teniendo en cuenta las limitaciones del estudio. La herramienta estadística utilizada ha permitido establecer cómo afecta una variable a la otra, su capacidad explicativa, pero no el sentido de éstas debido a la naturaleza de los datos utilizados. Combinar otras bases de datos y otras técnicas estadísticas que aporten el sentido de las relaciones encontradas o estudios longitudinales sería interesante, además de la actualización de los datos.

Se realizaron análisis estadísticos a la población de ocho países Latinoamericanos en su conjunto, sin embargo, no hemos corrido modelos de regresión logística para cada país, lo cual no ha permitido detectar cómo afectan las variables en cada uno de ellos, por tanto, no mostramos comparaciones entre dichos países, lo cual es una de nuestras grandes limitaciones, debido a que cada uno de los países posee políticas culturales, sociales y jurídicas distintas que afectan desde el género el proceso de emprendimiento; asimismo, se consideraron solamente algunas de las variables relacionadas con el descubrimiento de oportunidades, dejando al margen otras importantes, como, por ejemplo, la percepción de capacidades, el miedo al fallo y la vida familiar, las cuales ya han demostrado incidir en el emprendimiento femenino (Ferreiro y Vaquero, 2013).

Justamente esto lo hemos considerado como una futura línea de investigación, ya que el presente trabajo nos permitió identificar que la clasificación para la comparación entre países latinoamericanos adicionando otras variables podría ser la que el Reporte Global de Competitividad sugiere, y que incluye las economías basadas en recursos, en la eficiencia, y las economías basadas en la innovación.

No obstante, consideramos que los datos aquí presentados abonan a la teoría del emprendimiento en América Latina, y más todavía considerando que las economías de muchos de los países analizados dependen de los pequeños, medianos y grandes negocios que inician los sujetos.

REFERENCIAS

- Aldrich, H. y Ruef, M. (2006). *Organizations Evolving*. Thousand Oaks: Sage.
- Álvarez, C., y Urbano, D. (2009). Contribution of GEM data to advancing Entrepreneurship research. *IV International Workshop of Research based on GEM*. Cádiz: Universidad de Cádiz.
- Álvarez, S. y Busenitz, L. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of Management*, 27, 755-775.
- Aragon, S. y Rubio, B. (2008). Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM 2007. Emprendedores y creación de empresas en la región de Murcia. Murcia: Universidad de Murcia.
- Ardichvili, A., Cardozo, R. y Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing* 18 (1), 105-123.
- Arenius, P. y De Clercq, D. (2005). A network-based approach on opportunity recognition. *Small Business Economics*, 24 (3), 249-265.
- Arenius, P. y Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24, 233-247.
- Baker, T., Aldrich, H. y Liou, N. (1997). Invisible entrepreneurs: The neglect of women business owners by mass media and scholarly journals in the USA. *Entrepreneurship and Regional Development*, 9, 221-238.
- Bandura, A. (1978). Reflections on Self-efficacy. *Advances in Behavioral Research and Therapy*, 1, 237-269.
- ____ (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. Nueva York: Freeman.
- Baron, R. y Shane, S. (2005). *Entrepreneurship: A Process Perspective*. Ohio: South-Western.
- Becker, G. (1964). *Human Capital*. Chicago: Chicago Press.
- ____ (1975). *Human Capital*. Nueva York: NBER.
- Bhagavatula, S., Elfring, T., Van Tilburg, A. y Van de Bunt, G. (2008). How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. *Journal of Business Venturing*, 3 (25), 245-260.
- Blanchflower, D. (2004). *Self-employment: More may not be better* (NBER Working Paper No.10286, February). Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- Boden, R. y Nucci, A. (2000). On the survival prospects of men's and women's new business ventures. *Journal of Business Venturing* 15, 347-362.
- Bosma, N., Jones, K., Autio, E. y Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor: 2007*. Executive Report. Londres: London Business School.
- Boyd, N. y Vozikis, G. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (4), 63-77.
- Brush, C. (1990). Women and enterprise creation: barriers and opportunities. En S. Gould y J. Parzen. *Enterprising Women: Local Initiatives for Job Creation*. Paris: OECD.
- Buenstorf, G. (2007). Creation and Pursuit of Entrepreneurial Opportunities: An Evolutionary Economics Perspective. *Small Business Economics*, 28, 323-337.
- Burin, M. y Meler, I. (2000). *Varones. Género y subjetividad masculina*. Buenos Aires: Librería de las Mujeres.
- Burin M., Jimenez M. y Burin, M. (2007) (Comp.). *Precariedad Laboral y crisis de la masculinidad. Impacto sobre las relaciones de género*. Buenos Aires: Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales.
- Busenitz, L. y Barney, J. (1997). Differences between Entrepreneurs and Managers in Large Organizations: Biases and Heuristics and Strategic Decision- Making. *Journal of Business Venturing*, 12, 9-30.
- Caridad, J. (1998). *Econometría: Modelos Económicos y Series Temporales*. Barcelona: Reverté, S.A.
- Carter, N., Gartner, W. y Reynolds, P. (1996). Exploring start-up event sequences. *J. Bus. Venturing*, 11, 151-166.
- Casson, M. y Wadeson, N. (2007). The Discovery of Opportunities: Extending the Economic Theory of the Entrepreneur. *Small Business Economics*, 28, 285-300.
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur*. Nueva Jersey: Barnes & Noble Books.

- _____ (2005). The individual-opportunity nexus: A review of Scott Shane: A general theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24, 423-430
- Changanti, R. y Parasuraman, S. (1996). A study of the impacts of gender on business performance and management patterns in small business. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21, 73-75.
- Chan, S. y Foster, M. (2001). Strategy formulation in small business: The Hong Kong experience. *International Small Business Journal*, 19 (3), 56-71.
- Chen, C., Greene, P. y Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295-316.
- Cohen, W. y Levinthal, D. (1990). Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35, 128-152.
- Companys, Y. y McMullen, J. (2007). Strategic Entrepreneurs at Work: The Nature, Discovery, and Exploitation of Entrepreneurial Opportunities. *Small Business Economics*, 28, 301-322.
- Davidsson, P. y Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18 (3), 301-323.
- De Koning, A. (1999). *Conceptualizing Opportunity Recognition as a Socio-Cognitive Process*. Stockholm: Centre for Advanced Studies in Leadership.
- De Noble, A., Jung, D. y Ehrlich, S. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurship. En P. Reynolds (Dir.). *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Massachusetts: Babson College.
- De Tienne, D. y Chandler, G. (2007). The Role of Gender in Opportunity Identification. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 3 (31), 365-386.
- Eckhardt, J. y Shane, S. (2003). Opportunities and entrepreneurship. *Journal of Management*, 29 (3), 333-349.
- Ferreiro F. y Vaquero A. (2013). La realidad de la participación femenina en los viveros de empresas en Galicia. En A. López (Coord.). *Emprender. Una perspectiva de género* (pp 57-68). Coruña: Universidad de Coruña.
- Garson, G. (2010). Logistic regression. *Quantitative Research in Public Administration*. Recuperado de <http://faculty.chass.ncsu.edu/garson/PA765/logistic.htm>, consultado el 28 de octubre de 2014.
- Gimeno, J., Folta, T., Cooper, A. y Woo, C. (1997). Survival of the fittest: Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming firms. *Administrative Science Quarterly*, 42, 750-783.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2009). GEM 2008 APS Questionnaire. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/docs/407/gem-2008-aps-questionnaire>, consultado el 28 de octubre de 2014.
- Greene, P., Hart, M., Gatewood, E. Brush, C. y Carter, N. (2003). *Women entrepreneurs: Moving front and center: An overview of research and theory*. Working paper.
- Grilo, I. e Irigoyen, J. (2006). Entrepreneurship in the EU: to wish and not to be. *Small Business Economics*, 26 (4), 305-318.
- Hair, F., Anderson R., Tatham, R. y Black, W. (2008). *Análisis multivariante*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Harada, N. (2005). Potential Entrepreneurship in Japan. *Small Business Economics*, 25 (3), 293-304.
- Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, L. (2007). *Metodología de la investigación*. 4a ed. México: Mc Graw Hill.
- Hills, G. (1995). *Opportunity Recognition by Successful Entrepreneurs: A Pilot Study*, *Frontiers of Entrepreneurial Research*. Wellesley.
- Hyde, J. (1995). *Psicología de la mujer: la otra mitad de la experiencia humana*. Madrid: Morata.
- _____ (2005). The Gender Similarities Hypothesis. *American Psychologist*, 6 (60), 581-592.
- Johannisson, B. (1996). The Dynamics of Entrepreneurial Networks. En P. Reynolds, S. Birley, J. Butler, W. Bygrave, P. Davidsson, W. Gartner y P. McDougall (Eds.). *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Boston: Babson College.
- Johansson, E. (2000). Self-employment and liquidity constrains: Evidence from Finland. *Scandinavian Journal of Economics*, 1 (102), 123-134.

- Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kogut, B. y Zander, U. (1996). What firms do? *Coordination, identity and learning*. *Organization Science*, 7, 502-518.
- Krueger, N. (2003). The cognitive psychology of entrepreneurship. En Z. Acs y D. Audrestsch (Eds). *Handbook of Entrepreneurial Research* (105-140). Londres: Kluwer Law International.
- Krueger, N., Reilly, M. y Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Langowitz, N. y Minitti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (3), 341-364.
- Lévesque, M. y Minitti, M. (2006). The Effect of Aging on Entrepreneurial Behavior. *The Journal of Business Venturing*. 21 (2), 177-194.
- Lin, N., Ensel, W. y Vaughn, J. (1981). Social resources and strength of ties: structural factors in occupational status attainment. *Am. Sociol. Rev.* 46 (4), 393-405.
- Lohmann, H. (2001). Self-employed or employee, full-time or part-time? Gender differences in the determinants and conditions for self-employment in Europe and the US. *Arbeitspapiere-Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung*, 38.
- Marlow, S. y Patton, D. (2005). All credit to men? Entrepreneurship, finance, and gender. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (6), 717-735.
- McKelvie, A. y Wicklund, J. (2004). How knowledge affects opportunity discovery and exploitation among new ventures in dynamic markets. En J. Butler (Ed). *Opportunity Identification and Entrepreneurial Behavior* (pp 219-239). Connecticut: Information Age Publishing.
- Mincer, J. (1974). *Schooling, Experience and Earnings*. Nueva York: Columbia University Press.
- Minitti, M., y Nardone, C. (2007). Being in Someone Else's Shoes: Gender and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28 (2), 223-239.
- Moore, D. (1990). An examination of present research on the female entrepreneur. *Journal of Business Ethics*, 9 (4/5), 275-281.
- Nahapiet, J. y Ghoshal, S. (1998). Social Capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23 (2) 242-266.
- Naude, W., Gries, T., Wood, E. y Meintjies, A. (2008). Regional determinants of entrepreneurial startups in a developing country. *Entrepreneurship & Regional Development*, 20 (2), 111-124.
- Nelson, G. (1987). Information needs of female entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 3 (25), 22-29.
- Nicolaou, N. y Birley, S. (2003). Social Networks in organizational emergence: the university spinout phenomenon. *Management Sciences*, 49 (12), 1702-1725.
- Ozgen, E. y Baron, R. (2006). *Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums*. Forthcoming: J. Bus.
- Pines, M. y Schwartz, D. (2008). Now you see them, now you don't: gender differences in entrepreneurship. *Journal of Managerial Psychology*, 7 (23), 186-198.
- Portes, A. (1998). Social capital. *Annual Review of Sociology*, 23, 1-24.
- Reynolds, P., Camp, S., Bygrave, W., Autio, E. y Hay, M. (2001). *Global Entrepreneurship Monitor 2001. Summary Report*. GEM.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N. y Servais, I. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003*. *Small Business Economics*, 24 (3), 205-231.
- Reynolds, P., Bygrave, B. y Hay, M. (2003). *Global entrepreneurship monitor report*. Kansas City: E. M. Kauffmann Foundation.
- Robinson, P. y Sexton, E. (1994). The effect of education on self-employment success. *Journal of Business Venturing*, 9, 141-156.
- Sánchez-Escobedo, M. (2011). *Análisis del género en las distintas fases del proceso de creación de empresas*. Tesis doctoral con mención europea, Extremadura: Universidad de Extremadura.
- Schwartz, R. y Teach, R. (2000). A Model of Opportunity Recognition and Exploitation: An Empirical

- Study of Incubator Firms. *Journal of Research in Marketing & Entrepreneurship*, 2 (2), 93-107.
- Segal, G., Borgia, D. y Schoenfeld, J. (2002). Using social cognitive career theory to predict self-employment goals. *New England Journal of Entrepreneurship*, 5, 47-56.
- Shane, S. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, 11 (4), 448-469.
- _____ (2001). Technology opportunities and new firm creation. *Management Science*, 47 (2) 205-220.
- _____ (2003). *A general theory of entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar
- Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 26 (1), 13-17.
- Shepherd, D. y De Tienne, D. (2005). Prior Knowledge, Potential Financial Reward, and Opportunity Identification. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1 (29), 91-112.
- Shim, S. y Eastlick, M. (1998). Characteristics of Hispanic Female Business Owners: An Exploratory Study. *Journal of small business management*, 37, 18-34.
- Singh, R. (2000). *Entrepreneurial opportunity recognition through social networks*. Nueva York: Garland publishing, Inc. Taylor and Francis Group.
- Singh, R., Hills, G. Hybels, R. y Lumpkin, G. (1999). Opportunity recognition through social network characteristics of entrepreneurs. En P. Reynolds, W. Bygrave, S. Manigart, C. Mason, G. Meyer, H. Sapienza y K. Shaver (Eds). *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp 228-241). Massachusetts: Babson College.
- Sorenson, R., Folker, C. y Brigham, K. (2008). The Collaborative Network Orientation: Achieving Business Success through Collaborative Relationships. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32 (4), 615-634.
- Ucbasaran, D. Westhead, P. y Wright, M. (2008). Opportunity Identification and Pursuit: Does an Entrepreneurs Human Capital Matter? *Small Business Economics* 30, 153-173.
- Ucbasaran, D., Westhead, P., Wright, M. y Binks, M. (2003). Does entrepreneurial experience influence opportunity identification? *Journal of Private Equity*, 7 (1), 7-14.
- Ulrich, D. (1998). A new mandate for human resources. *Harvard Business Review*, 76 (1), 124-134.
- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research. En J. Katz, (Ed.). *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth* 3 (119-138). Connecticut: JAI Press.
- Verheul, I. y Thurik, I. (2001). Start-up Capital: Does Gender Matter? *Small Business Economics* 16, 329-345.
- Wang, C., Wong, P. y Lu, Q. (2002). Tertiary education and entrepreneurial intentions. En P. Phan (Dir.). *Technological Entrepreneurship*. Connecticut: Information Age Publishing.
- Weslund, H. y Bolton, R. (2003). Local social capital and entrepreneurship. *Small Business Economic*. 21 (2) 77-33.