

Análisis del emprendimiento femenino atendiendo a la influencia del rol de la mujer en el acceso al mercado laboral y a la educación superior

Úrsula Navarro Hermoso

*Universidad de Jaén, España
nhursula@gmail.com*

Resumen

La influencia determinante del emprendimiento sobre el desarrollo económico de los países está ampliamente documentada en la literatura. No obstante, resulta interesante diferenciar entre las motivaciones para emprender, ya sea porque los emprendedores detecten y decidan aprovechar una oportunidad, o por necesidad del emprendedor. Además, la desigualdad en el acceso al mercado laboral y a la educación superior vinculada al género puede contribuir a comprender la realidad económica de cada país.

Palabras clave: Emprendimiento, desigualdad, género, oportunidad, necesidad.

Analysis of the Feminine Entrepreneurship Attending to the Influence of the Role of the Woman in the Access to the Labor Market and to Higher Education

Abstract

The decisive influence of entrepreneurship on the economic development of countries is well documented in the literature. Nevertheless, it is interesting to go further differentiating between the motivations to start a business, because entrepreneurs detect and decide to take advantage of any opportunity, or because of the entrepreneur's needs. Also, inequalities in the access to the labor market and to higher education linked to gender can help to understand the economic reality of countries.

Keywords: Entrepreneurship, inequality, gender, opportunity, need.

1. INTRODUCCIÓN

En la literatura se reconoce de forma generalizada el papel del emprendimiento como motor de desarrollo económico, tanto local como global (Audretsch, y Keilbach, 2005; Bygrave y Zacharakis, 2010; GEM Global Report, 2014), aunque resulta necesario diferenciar entre emprender por necesidad (push) o por oportunidad (pull) (Stoner y Fry, 1982). Así, las personas que inician su negocio motivadas por el aprovechamiento de una oportunidad perduran más a lo largo del tiempo como emprendedores que aquéllas cuya motivación se basa en la necesidad, debido, sobre todo, a que los emprendedores motivados por oportunidad inician su negocio con un capital humano y financiero más adecuado y adaptado a su nueva empresa (Block y Sandner, 2009; Stephan et al., 2015).

Atendiendo al género, las tasas de emprendimiento femenino suelen ser inferiores a las masculinas (Singer et al., 2015). Algunas investigaciones que han explorado las causas de esta diferencia (Jayawarna et al., 2011; Reynolds y Curtin, 2008) sugieren que las mujeres tienen razones distintas a las de los hombres a la hora de poner en marcha un negocio.

En este trabajo se afronta un análisis global de la relación entre desigualdad de género y emprendimiento, empleando las respuestas (tanto

de hombres, como de mujeres) a las preguntas sobre el rol de la mujer en el acceso al mercado laboral y a la educación superior que se incluyen en la Encuesta Mundial de Valores (WVS), además del Índice de Desigualdad de Género de Naciones Unidas, y los datos de emprendimiento del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Al comparar a nivel global la opinión de hombres y mujeres sobre el rol de la mujer y observar su relación con la actividad emprendedora en los países con información disponible, será posible obtener conclusiones que permitan recomendar estrategias para potenciar el emprendimiento femenino, y obtener el mayor aprovechamiento posible de su capacidad y habilidades.

2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1. Motivaciones para emprender (necesidad/oportunidad)

Aunque se reconoce la influencia determinante del emprendimiento sobre el desarrollo económico de los países, resulta relevante profundizar en su conocimiento, diferenciando entre las motivaciones para emprender, ya sea por aprovechamiento de oportunidades, como por necesidad.

Los estudios de Acs *et al.* (2013), sugieren que a pesar de que las personas que emprenden tengan diferentes objetivos iniciales para sus negocios (sociales o financieros), puede que ambos tipos de emprendimiento concluyan produciendo los mismos efectos finales para la sociedad.

Ahora bien, al vincular el emprendimiento por oportunidad y por necesidad con el crecimiento de empleo, el emprendimiento por necesidad se apoya en estrategias de ingenio aprendidas, incluyendo el ingenio de comportamiento (conductas de resolución enfocadas en el conflicto) y el ingenio social (beneficios de las relaciones sociales). Por el contrario, el emprendimiento por oportunidad logra el crecimiento del empleo a través de la innovación (Bradley *et al.*, 2011; Stephan *et al.*, 2015).

De hecho, los emprendedores motivados por oportunidad están más satisfechos con sus negocios que los emprendedores motivados por necesidad (Block y Koellinger, 2009). Por su parte, los emprendedores motivados por objetivos no monetarios invierten más tiempo y dinero propios en su empresa (Dunkelberg *et al.*, 2013) que los emprendedores por oportunidad (Jayawarna *et al.*, 2011).

El emprendimiento por necesidad comúnmente se vincula a un menor nivel de habilidades empresariales (Block y Sandner, 2009), aunque es

probable que en ciertas épocas de recesión económica y alto desempleo, las habilidades empresariales de este grupo aumenten debido a la coyuntura de la situación que viven (Stephan *et al.*, 2015). También, cabe la posibilidad de que aun eligiendo emprender por oportunidad, este grupo pertenezca a minorías o a mujeres empresarias, que encuentran más dificultades e impedimentos a la hora de iniciar su negocio e incluso que padecen discriminación en el lugar de trabajo (Levie y Hart, 2013).

Hay que destacar que la motivación por necesidad y por oportunidad puede variar a lo largo del desarrollo del negocio, desde su inicio hasta su ejecución (Cassar 2007; Estrin *et al.*, 2013). De manera que la persona que inicia un negocio por necesidad, finalmente, puede aprender a dirigirlo y conseguir tales beneficios, que cambie su motivación (Stephan *et al.*, 2015).

2.2. Dimensiones de la motivación emprendedora

La investigación de Stephan *et al.* (2015) basada en diversas muestras de empresarios y una amplia gama de países, amplía el horizonte tradicional de la diferenciación entre motivación de emprender por oportunidad y por necesidad, llegando a concluir en siete dimensiones (Stephan *et al.*, 2015) que muestran, de esta manera, suficiente evidencia para describir la motivación emprendedora (Williams y Williams, 2012; Jayawarna *et al.*, 2011; Edelman *et al.*, 2010; Lukes y Stephan, 2012; Friedman *et al.*, 2012; Giacomini *et al.*, 2011; Akehurst *et al.*, 2012; Gorgievski *et al.*, 2011; Renko *et al.*, 2012; Uddin y Kanti, 2013; Dej *et al.*, 2012; Reynolds y Curtin, 2008; Benzing *et al.*, 2009; Aziz *et al.*, 2013; Fernández-Serrano y Romero, 2013):

1. Logro, desafío y aprendizaje: el objetivo final sería el desarrollo personal a través de la iniciativa emprendedora.
2. Independencia y autonomía: concibe la actividad emprendedora como una herramienta para el control de la vida en el trabajo, incluyendo la dedicación, el esfuerzo, la conciliación de vida familiar, etc.
3. Seguridad de los ingresos y el éxito financiero: esta dimensión hace referencia a la estabilidad financiera que aporta la puesta en marcha del propio negocio.
4. Reconocimiento y estado: se destaca el propósito de conseguir el estado social deseado, y el reconocimiento del entorno debido al trabajo como empresario.

5. Familia y papeles: se trata de continuar con la tradición o el legado familiar.
6. La insatisfacción: esta dimensión hace alusión a buscar el emprendimiento como solución a la insatisfacción del trabajo realizado en la vida laboral anterior.
7. Comunidad y motivaciones sociales: se relaciona con el emprendimiento social, la vinculación del negocio con el medio ambiente, y con la sociedad en general.

Las dimensiones 5-7 suelen aparecer menos nombradas en los estudios sobre emprendimiento, lo que da a entender una omisión importante en las motivaciones de grupos concretos de personas, como son las mujeres emprendedoras o grupos de población minoritarios. A pesar de las cuantiosas investigaciones acerca las dimensiones de la motivación emprendedora, son escasos los estudios de los distintos perfiles de emprendedores combinando estas dimensiones (Stephan et al., 2015).

2.3. Emprendimiento y género

El estudio del papel de la mujer en diferentes roles, y concretamente, en el mercado laboral sigue suscitando un interés generalizado. Se continúa intentando eliminar los prejuicios, los estereotipos y sobrecargas de responsabilidades que lleva consigo la mujer, y que hace peligrar su bienestar vital. Sin embargo, en bastantes lugares del mundo estas reflexiones no han sido aún tenidas en cuenta o, existe una clara marginación de la mujer, por ejemplo, en la cultura latinoamericana (Hidalgo, 2010).

Las dimensiones de autonomía, flexibilidad y motivos sociales parecen estar más acordes con los objetivos de las mujeres emprendedoras que entre los hombres. Así, la alta cantidad de tiempo exigido, y la sensación de culpabilidad vinculada a la conciliación de la vida familiar, constituyen algunos motivos principales por los que las mujeres disminuyen su motivación en el momento de crear su propio negocio (McGowan, *et al.*, 2012; Levie y Hart, 2013). Por tanto, en ocasiones es la propia mujer la que se autolimita para desarrollar un proyecto empresarial como consecuencia de los valores predominantes en su entorno social, además de las desigualdades en el acceso a la formación en general y a la educación superior en particular, que condicionan su acceso al mercado laboral.

En cuanto a la educación referida a la igualdad de género, el hecho de que las mujeres puedan acceder a estudios superiores tiene una in-

fluencia directa en el desarrollo económico y la productividad de cualquier país, siendo la brecha de género en la educación una importante barrera para el crecimiento económico (Knowles, *et al.*, 2002).

Se hace necesario, de esta forma, profundizar en las causas de las diferencias de género a la hora de emprender, así como en el tipo de emprendimiento. La influencia de las desigualdades de género, la percepción de hombres y mujeres sobre el rol de la mujer en la sociedad, y sus posibilidades de acceso al mercado laboral y a la educación superior pueden contribuir a explicar el menor emprendimiento femenino y su motivación.

METODOLOGÍA

En este estudio se utilizan el Índice de Desigualdad de Género (IDG) de Naciones Unidas, las preguntas relacionadas con la desigualdad en el acceso al mercado de trabajo y a la educación superior de la Encuesta Mundial de Valores (WVS, Ola 6) y, la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) del Global Entrepreneurship Monitor, diferenciando entre emprendimiento por oportunidad y por necesidad, además de por género. De esta forma, los objetivos que se persiguen son:

- Comprobar hasta qué punto son coincidentes el Índice de Desigualdad de Género de Naciones Unidas, y las cuestiones que hacen referencia a la desigualdad en el acceso al mercado de trabajo y a la educación superior de la Encuesta Mundial de Valores.
- Comprobar la relación entre desigualdad de género y emprendimiento (TEA diferenciando por oportunidad y necesidad), empleando el IDG y las cuestiones sobre desigualdad del WVS.

El IDG¹ mide las desigualdades de género en tres aspectos: la tasa de mortalidad materna y las tasas de natalidad en la adolescencia; el empoderamiento, medido por la proporción de escaños parlamentarios ocupados por mujeres y la proporción de mujeres adultas y, los varones de 25 años y más, con al menos educación secundaria; y, finalmente, la situación económica expresada en la participación del mercado de trabajo, medida por la tasa de participación laboral de la población femenina y masculina de 15 años y mayores. Cuanto mayor sea el IDG, mayores serán las diferencias entre hombres y mujeres. Esta medida ofrece datos sobre la situación de las mujeres en más de 150 países.

Los datos sobre emprendimiento proceden del Global Entrepreneurship Monitor (GEM)² (Amorós y Bosma, 2014). El TEA (tasa de actividad emprendedora), se define como el porcentaje de la población comprendida entre los 18 y 64 años que inician una aventura emprendedora o son los dueños de sus negocios. En este indicador se diferencia entre el TEA por oportunidad, que representa el total de la población emprendedora que considera la oportunidad como el principal motivo para emprender, y el TEA por necesidad, que representa el total de la población emprendedora que considera la necesidad como el principal motivo para emprender. Los datos recogidos se refieren al año 2013 en más de 70 países.

Y por último, la Encuesta Mundial de Valores (WVS)³ es un trabajo de investigación llevado a cabo en casi 100 países. En ella participan numerosos científicos sociales especialistas en cuestiones de valores y su influencia en la sociedad. Las preguntas seleccionadas para medir la desigualdad de género son las expuestas en la Tabla 1.

Tabla 1. Cuestiones relacionadas con la desigualdad de género en WVS

Ítems en WVS	Cuestiones en WVS
V45	When jobs are scarce, men should have more right to a job than women
V47	If a woman earns more money than her husband, it's almost certain to cause problems
V48	Having a job is the best way for a woman to be an independent person
V50	When a mother works for pay, the children suffer
V51	On the whole, men make better political leaders than women do
V52	A university education is more important for a boy than for a girl
V53	On the whole, men make better business executives than women do
V54	Being a housewife is just as fulfilling as working for pay

Fuente: Elaboración propia a partir del WVS.

Aunque cada fuente recoge información de un gran número de países, al seleccionar aquellos en los que existen datos para todas las variables anteriores la muestra se reduce a 29 países.

3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para determinar hasta qué punto el IDG y las variables seleccionadas del WVS son coincidentes para medir la desigualdad de género se estudia su correlación (Tabla 2).

Las escalas de medida son inversas para el IDG y para las variables del WVS. Los valores más altos en el Índice de Desigualdad de Género indican más desigualdades, es decir, cuanto mayor sea el IDG más disparidades existirá entre hombres y mujeres, de ahí que la correlación sea negativa. El IDG correlaciona significativamente al nivel de 0,01 con las variables V47, V50 y V52 y, al nivel 0,05 con las variables V45, V51 y V3.

La variable V45 correlaciona con todas demás tanto al nivel 0,05 como al 0,01, excepto con la variable V48, de hecho, esta última no correlaciona con las demás variables del WVS ni con el IDG. Esto puede tener sentido, puesto que la variable V48 corresponde a la cuestión: *Having a job is the best way for a woman to be an independent person*. Puede ser que esta pregunta se relacione más con ser o sentirse independiente que con la desigualdad de género. Las variables V51, V52 y V53 correlacionan entre sí y, por su parte, V54 solo establece relación con V45, V51 y V53.

Dado que existe correlación entre las variables del WVS es posible hacer un análisis factorial para agruparlas en factores. Previamente se comprueba el alfa de Cronbach para todas las cuestiones del WVS para determinar la fiabilidad de la escala de medida de la desigualdad de género compuesta por las variables seleccionadas del WVS. Si el alfa es suficiente (mayor de 0,7) se comprueba la unidimensionalidad de la escala de medida mediante un análisis factorial. En el análisis de la fiabilidad se comprueba cómo mejora ésta cuando se eliminan algunos ítems, hasta llegar a un grupo de ítems con un alfa de Cronbach suficiente que no pueda ser mejorado, o que pudiendo ser mejorado no compense hacerlo por mantener algún ítem que tenga interés teórico dentro de la escala de medida. Con los ítems resultantes se realiza un análisis factorial para observar el número de factores que se obtienen, además de qué variables cargan menos y podrían eliminarse. Una vez obtenido el factor se calcula su correlación con el IDG para comprobar hasta qué punto las variables del WVS agrupadas en ese factor representan la desigualdad de género que mide el IDG.

El factor compuesto por las variables del WVS correlaciona de forma negativa (porque se miden en escalas inversas el factor y el IDG) como se aprecia en la Tabla 3, pero de forma significativa e importante.

Tabla 2 (Continuación)

	IDG 2013	V45	V47	V48	V50	V51	V52	V53	V54
V52	Correl. Pearson	-,492(**)	,825(**)	,531(**)	-,277	,529(**)	,749(**)	1	,846(**)
	Sig.(bilateral)	,007	,000	,003	,145	,003	,000	,000	,296
	N	29	29	29	29	29	29	29	29
V53	Correl. Pearson	-,436(*)	,904(**)	,509(**)	-,168	,515(**)	,946(**)	,846(**)	1
	Sig.(bilateral)	,018	,000	,005	,384	,004	,000	,000	,017
	N	29	29	29	29	29	29	29	29
V54	Correl. Pearson	-,144	,384(*)	,289	-,194	,052	,452(*)	,201	,440(*)
	Sig.(bilateral)	,456	,040	,128	,312	,789	,014	,296	,017
	N	29	29	29	29	29	29	29	29

Fuente: Elaboración propia a partir de IDG y WVS.

Tabla 3. Correlación entre IDG y Factor con V47, V50 y V52

		IDG_2013	Factor con V47, V50 y V52
IDG_2013	Correl. Pearson	1	-,750(**)
	Sig. (bilateral)		,000
	N	29	29
Factor con V47, V50 y V52	Correl. Pearson	-,750(**)	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	29	29

Fuente: Elaboración propia a partir de IDG y WVS.

Así, resulta un alfa de Cronbach de 0,727 (aceptable), donde el factor incluye las siguientes variables:

- V47 - If a woman earns more money than her husband, it's almost certain to cause problems
- V50 - When a mother works for pay, the children suffer
- V52 - A university education is more important for a boy than for a girl

De esta forma, con un solo factor compuesto por las variables que se obtienen, se consigue explicar más de un 65% de la varianza (Tabla 4) de las variables incluidas en el análisis factorial.

Una vez comprobada la relación entre IDG y el Factor que representa la desigualdad con los ítems del WVS, se comprueba hasta qué punto existe correlación entre el IDG y las respuestas dadas por hombres

Tabla 4. Varianza total explicada y Matriz de Componentes

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Componente 1
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	
1	1,960	65,323	65,323	1,960	65,323	65,323	V47
2	,626	20,879	86,202				V50
3	,414	13,798	100,000				V52

Fuente: Elaboración propia a partir de WVS.

y por mujeres a los ítems del WVS que pretenden medir la desigualdad en el acceso al mercado laboral y a la educación superior, así como su relación con la iniciativa emprendedora. Se persigue, de esta forma, comprobar la relación entre la desigualdad (medida con el IDG y el Factor de los ítems del WVS) y el emprendimiento, tanto masculino y femenino, por oportunidad y por necesidad, con los datos del TEA del GEM.

Como se observa en la Tabla 5 el IDG tiene unas puntuaciones de correlación mayores en el Factor nuevo de mujeres (V47M, V50M y V52M) que en el de hombres, lo que indica que la opinión de las mujeres sobre la desigualdad de acceso al mercado laboral y a la educación superior correlaciona en mayor medida con el IDG. La correlación con la opinión de los hombres es algo menor que la que se observa en las mujeres. Ocurre lo mismo con el TEA por oportunidad y necesidad en mujeres. El TEA general tanto de hombres como de mujeres, correlaciona significativamente al nivel 0,01 con el IDG, es decir, a mayor desigualdad más disparidad en el emprendimiento entre hombres y mujeres. El Factor V47, V50 y V52 solo correlaciona en una escala inversa con los hombres que emprenden por necesidad, así cuanto mayor sea la desigualdad medida con el nuevo Factor, menos emprendimiento existirá por parte de hombres que emprenden por necesidad.

El Factor V47H, V50H y V52H no correlaciona con el TEA general de hombres, pero sí que lo hace inversamente y con un nivel de significación de 0,05 con el TEA general de mujeres. Significa que cuanto mayor es la desigualdad medida con este factor, menor será el emprendimiento femenino. Se observa, también, que el Factor nuevo en hombres (V47H, V50H y V52H) se correlaciona tanto con mujeres que emprenden por oportunidad como por necesidad, no existiendo correlación entre los emprendedores masculinos.

Por otra parte, el Factor V47M, V50M y V52M tampoco correlaciona con el TEA general de hombres y mujeres. Sin embargo, se observa una correlación negativa con los hombres que emprenden por necesidad, por tanto, según la opinión de las mujeres, a mayor desigualdad de género, menor será el emprendimiento de hombres por necesidad.

Las tres cuestiones que se incorporan de la Encuesta Mundial de Valores sirven como una aproximación para medir la desigualdad y, de hecho presentan una correlación significativa de 0,75 con la desigualdad de género medida con el IDG, pero no incorporan el mismo nivel de información que el Índice de Desigualdad de Género, que sí correlaciona con el emprendimiento masculino y femenino tanto por oportunidad, como por necesidad.

Tabla 5. Correlaciones entre IDG, Factor general, Factor para hombres, Factor para mujeres, TEA general y TEA por oportunidad y por necesidad

	IDG_2013	Factor con V47, V47H, V50H1 y V52M	Factor con V47, V47H, V50H1 y V52M	Factor con V47, V47H, V50H1 y V52M	% Emprendedores entre 18-64 años	% Hombres que emprenden por oportunidad	% Hombres que emprenden por necesidad	% Mujeres que emprenden por oportunidad	% Mujeres que emprenden por necesidad
IDG_2013	1	-.750(***)	-.693(***)	-.779(***)	.485(***)	.430(*)	.519(***)	-.490(***)	-.571(***)
		.000	.000	.000	.008	.020	.004	.007	.004
		29	29	29	29	29	29	29	29
Factor con V47, V50 y V52		1	.883(***)	.986(***)	-.179	-.113	-.368(*)	-.229	-.343
		.000	.000	.000	.352	.559	.049	.232	.069
		29	29	29	29	29	29	29	29
Factor con V47H, V50H1 y V52H		1	.883(***)	.847(***)	-.289	-.252	-.329	-.382(*)	-.376(*)
		.000	.000	.000	.129	.188	.081	.041	.044
		29	29	29	29	29	29	29	29
Factor con V47M, V50M1 y V52M		1	.986(***)	.847(***)	-.213	-.142	-.404(*)	-.253	-.356
		.000	.000	.000	.268	.463	.030	.185	.058
		29	29	29	29	29	29	29	29
% Emprendedores entre 18-64 años		1	.914(***)	.982(***)	.982(***)	.707(***)	.919(***)	.763(***)	.763(***)
		.008	.129	.268	.000	.000	.000	.000	.000
		29	29	29	29	29	29	29	29
% Emprendedores entre 18-64 años		1	.914(***)	.907(***)	.914(***)	.634(***)	.982(***)	.893(***)	.893(***)
		.004	.125	.125	.000	.000	.000	.000	.000
		29	29	29	29	29	29	29	29
% Hombres que emprenden por oportunidad		1	.563(***)	.932(***)	.907(***)	1	.563(***)	.932(***)	.712(***)
		.020	.463	.463	.000	.001	.001	.000	.000
		29	29	29	29	29	29	29	29
% Hombres que emprenden por necesidad		1	.557(***)	.721(***)	.707(***)	.563(***)	1	.557(***)	.721(***)
		.004	.030	.030	.000	.001	.001	.002	.000
		29	29	29	29	29	29	29	29
% Mujeres que emprenden por oportunidad		1	.792(***)	.932(***)	.982(***)	.932(***)	.557(***)	1	.792(***)
		.007	.041	.185	.000	.000	.002	.000	.000
		29	29	29	29	29	29	29	29
% Mujeres que emprenden por necesidad		1	.792(***)	.792(***)	.893(***)	.712(***)	.721(***)	.792(***)	1
		.004	.044	.058	.000	.000	.000	.000	.000
		29	29	29	29	29	29	29	29

Fuente: Elaboración propia a partir de IDG, WVS y TEA

4. CONCLUSIONES

La primera conclusión clara que se obtiene es que el Índice de Desigualdad de Género de Naciones Unidas es mejor que las variables relacionadas con la desigualdad en el acceso al mercado laboral y a la educación superior de las mujeres de la WVS, para explicar la relación entre la desigualdad de género y el emprendimiento.

A pesar de no ser una medida que ofrezca tanta información sobre la desigualdad de género como el IDG, con estas tres cuestiones de la Encuesta Mundial de Valores es posible aproximarse a la situación de desigualdad de género en estos países.

Otra de las conclusiones es que la desigualdad de género tiene una relación mayor con el emprendimiento por necesidad, tanto en hombres como en mujeres. En este caso, al estar más relacionada la desigualdad de género con el emprendimiento femenino por necesidad, hace referencia a que sigue existiendo el rol de la mujer como estereotipo a la hora de poner en marcha un negocio. Esto parece relacionarse con otras investigaciones relacionadas con el género y el tipo de emprendimiento atendiendo a características sociodemográficas (Block y Sandner, 2009; Verheul *et al.*, 2010), ya que no se encuentra que el género sea elemento de distinción entre emprendimiento por necesidad o por oportunidad. A partir de unos resultados descriptivos sugiere que las mujeres son más propensas al emprendimiento por necesidad (Bosma *et al.*, 2011; Stephan *et al.*, 2015).

Según este estudio, las mujeres que emprenden por oportunidad tienen una relación más fuerte con los hombres que emprenden por oportunidad, que con las propias mujeres. Así que las propias mujeres, según los países estudiados y dependiendo de las diferentes culturas, apoyan a los hombres a crear su negocio y establecen más barreras para ellas mismas.

Finalmente, a través de esta investigación se pone de manifiesto que, probablemente, influya más el hecho del tipo de emprendimiento, oportunidad o necesidad, que el propio género a la hora de emprender, puesto que el IDG afecta tanto a los hombres como a las mujeres que emprenden.

Al existir una correlación entre las mujeres emprendedoras y, concretamente, más fuerte entre emprendimiento por necesidad y la desigualdad de género, se deben proponer estrategias adecuadas para potenciar el emprendimiento femenino. Una de ellas, como se mencionaba al principio, es el acceso a la educación superior. La educación supone una

herramienta imprescindible para desarrollar habilidades adecuadas tanto para erradicar la desigualdad de género, como para otorgar la confianza necesaria para evolucionar y, más aún para la motivación emprendedora (Stephan et al., 2015).

Según los datos del Informe de Brecha de Género Mundial 2012⁴, en los países que tienen un mayor nivel de desarrollo, la desigualdad de género aparece reducida. Con lo que una estrategia conveniente sería la de proporcionar los medios necesarios para que, en los países donde mayor desigualdad de género existe, las mujeres tengan la posibilidad de iniciar su propio negocio, no tanto por necesidad, como motivadas por la oportunidad. Sería recomendable averiguar los motivos por los que, en determinados países, las propias mujeres apoyan más a los hombres a hora de emprender, que a ellas mismas, favoreciendo el crecimiento de esa brecha de género tanto en el acceso al mercado laboral como a la educación superior. El Grupo del Banco Mundial también resalta que si las mujeres que viven en la pobreza tuvieran oportunidad de poseer más recursos necesarios para acabar con la desigualdad, se conseguirían grandes beneficios y avances en cuestiones relacionadas con el desarrollo de su entorno.

Entre las limitaciones que tiene este trabajo destaca el número reducido de países, debido a la falta de datos si se utilizan como base del estudio el IDG, el WVS y el TEA. También podría otorgar información relevante el hecho de analizar las culturas de los países utilizados, para observar hasta qué punto pueden influir en los resultados obtenidos.

Notas

1. <http://hdr.undp.org/es/content/el-%C3%A9ndice-de-desigualdad-de-g%C3%A9nero-idg>
2. <http://www.gemconsortium.org/report>
3. <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>
4. http://www3.weforum.org/docs/WEF_NR_GlobalGenderGapReport

Referencias Bibliográficas

- ACS, Zoltan; BOARDMAN, Mary & MCNEELY, Connie. 2013. "The social value of productive entrepreneurship". *Small Business Economics*. Vol. 40. N° 3: 785-796.
- AKEHURST, Gary; SIMARRO, Enrique & MAS?TUR, Alicia. 2012. "Women entrepreneurship in small service firms: motivations, barriers and performance". *The Service Industries Journal*. Vol. 32. N° 15: 2489-2505.
- AMORÓS, José Ernesto & BOSMA, Niels. 2014. *Global Entrepreneurship Monitor 2013. Global Report: Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe*. Babson Park, MA: Babson College; Santiago de Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur: Universiti Tun Abdul Razak; London: London Business School. Disponible en: http://www.babson.edu/academics/centers/blank-center/global_research/gem/documents/gem%202013%20global%20report.pdf. Consultado el 10.09.2015.
- AUDRETSCH, David & KEILBACH, Max. 2005. "Entrepreneurship capital and regional growth". *The Annals of Regional Science*. Vol. 39. N° 3: 457-469.
- AZIZ, Nergis; FRIEDMAN, Barry; BOPIEVA, Aichurek & KELES, Ibrahim. 2013. "Entrepreneurial Motives and Perceived Problems: An Empirical Study of Entrepreneurs in Kyrgyzstan". *International Journal of Business Research*. Vol. 18. N° 2: 163-176.
- BENZING, Cynthia & CHU, Hung. 2009. "A comparison of the motivations of small business owners in Africa". *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 16. N° 1: 60-77.
- BLOCK, Joern & KOELLINGER, Philipp. 2009. "I can't get no satisfaction-Necessity entrepreneurship and procedural utility". *Kyklos*. Vol. 62. N° 2: 191-209.
- BLOCK, Joern & SANDNER, Philipp. 2009. "Necessity and opportunity entrepreneurs and their duration in self-employment: evidence from German micro data". *Journal of Industry, Competition and Trade*. Vol. 9. N° 2: 117-137.
- BRADLEY, Steven; MCMULLEN, Jeffery; ATMADJA, Adwin; SIMIYU, Edward & ARTZ, Kendall. 2011. "Self-employed or employing others? Pre-entry capabilities, entrepreneurial action, and the learned resourcefulness of microcredit firm founders". *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Vol. 31. Iss. 19: Artículo 2.
- BYGRAVE, William & ZACHARAKIS, Andrew. 2010. *The Portable MBA in Entrepreneurship*. Fourth edition. Ed. John Wiley & Sons. New York.
- CASSAR, Gavin. 2007. "Money, money, money? A longitudinal investigation of entrepreneur career reasons, growth preferences and achieved

- growth". *Entrepreneurship and Regional Development*. Vol. 19. N° 1: 89-107.
- DEJ, Dominika; STEPHAN, Ute & GORGIEVSKI, Marjan. 2012. Subjective entrepreneurial success: Development of a multi-dimensional measurement instrument. In *Academy of Management Annual Meeting*. MA. Boston (USA).
- DUNKELBERG, William; MOORE, Carmen; SCOTT, Jonathan & STULL, William. 2013. "Do entrepreneurial goals matter? Resource allocation in new owner-managed firms". *Journal of Business Venturing*. Vol. 28. N° 2: 225-240.
- EDELMAN, Linda; BRUSH, Candida; MANOLOVA, Tatiana & GREENE, Patricia. 2010. "Start-up motivations and growth intentions of minority nascent entrepreneurs". *Journal of Small Business Management*. Vol. 48. N° 2: 174-196.
- ESTRIN, Saul; KOROSTELEVA, Julia & MICKIEWICZ, Tomasz. 2013. "Which institutions encourage entrepreneurial growth aspirations?" *Journal of Business Venturing*. Vol. 28. N° 4: 564-580.
- FERNÁNDEZ-SERRANO, José & ROMERO, Isidoro. 2013. "Entrepreneurial quality and regional development: Characterizing SME sectors in low income areas". *Papers in Regional Science*. Vol. 92. N° 3: 495-513.
- FRIEDMAN, Barry; AZIZ, Nergis; KELES, Ibrahim & SAYFULLIN, Salavat. 2012. "Predictors of Students' Desire to be an Entrepreneur: Kyrgyzstan, Georgia, and the United States". *Eurasian Journal of Business and Economics*. Vol. 5. N° 9: 129-140.
- GIACOMIN, Olivier; JANSSEN, Frank; PRUETT, Mark; SHINNAR, Rachel; LLOPIS, Francisco & TONEY, Bryan. 2011. "Entrepreneurial intentions, motivations and barriers: Differences among American, Asian and European students". *International Entrepreneurship and Management Journal*. Vol. 7. N° 2: 219-238.
- GORGIEVSKI, Marjan; ASCALON, Evelina & STEPHAN, Ute. 2011. "Small business owners' success criteria, a values approach to personal differences". *Journal of Small Business Management*. Vol. 49. N° 2: 207-232.
- HIDALGO, Ruth. 2010. "Reflexión ética sobre la mujer". *Horiz Enferm*. Vol. 21. N° 2: 73-75.
- JAYAWARNA, Dilani; ROUSE, Julia & KITCHING, John. 2011. "Entrepreneur motivations and life course". *International Small Business Journal*. Vol. 31. N° 1: 34-56.
- KNOWLES, Stephen; LORGELLY, Paula & OWEN, Dorian. 2002. "Are educational gender gaps a brake on economic development? Some

- cross?country empirical evidence". Oxford economic papers. Vol. 54. N° 1: 118-149.
- LEVIE, Jonathan & HART, Mark. 2013. "The contribution of migrants and ethnic minorities to entrepreneurship in the United Kingdom". In M. Minniti (Ed.). *The Dynamics of Entrepreneurial Activity* (pp.101-123). Oxford University Press. Oxford (Reino Unido).
- LUKES, Martin & STEPHAN, Ute. 2012. "Nonprofit leaders and for-profit entrepreneurs: similar people with different motivation". *Ceskoslovenska psychologie*. Vol. 56. N° 1: 41-55.
- MCGOWAN, Paucic; REDEKER, Caroline; COOPER, Sarah & GREENAN, Kate. 2012. "Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities". *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 24. N° 1-2: 53-72.
- RENKO, Maija; KROECK, Galen & BULLOUGH, Amanda. 2012. "Expectancy theory and nascent entrepreneurship". *Small Business Economics*. Vol. 39. N° 3: 667-684.
- REYNOLDS, Paul & CURTIN, Richark. 2008. "Business Creation in the United States: Panel Study of Entrepreneurial Dynamics II Initial Assessment". *Foundations and Trends in Entrepreneurship*. Vol. 4. N° 3: 155-307.
- SINGER, Slavica; AMORÓS, José Ernesto & MOSKA, Daniel. 2015. *Global Entrepreneurship Monitor. 2014 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA). Disponible en: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/3616>. Consultado el 1.09.15.
- STEPHAN, Ute; HART, Mark & DREWS, Christian. 2015. *Understanding motivations for entrepreneurship: a review of recent research evidence*. Enterprise Research Centre and Aston Business School. Aston University, Birmingham. Disponible en: http://eprints.aston.ac.uk/25172/1/Understanding_motivations_for_entrepreneurship.pdf. Consultado el 1.09.15.
- STONER, Charles & FRY, Fred. 1982. "The entrepreneurial decision: Dissatisfaction or opportunity?". *Journal of Small Business Management*. Vol. 20. N° 2: 39-44.
- UDDIN, Reaz & KANTI, Tarum. 2013. "Motivation, success actors and challenges of entrepreneurs in Khulna City of Bangladesh". *European Journal of Business and Management*. Vol. 5. N° 16: 148-157.
- WILLIAMS, Nick & WILLIAMS, Colin. 2012. "Evaluating the socio-spatial contingency of entrepreneurial motivations: A case study of English deprived urban neighbourhoods". *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 24. N° 7-8: 661-684.