

## **PANORAMA Y CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRENDEDORAS EN ESPAÑA**

En este trabajo, se describen a partir de una encuesta específica realizada en 2009 entre 579 empresas, las principales características de las mujeres empresarias españolas y se analiza económicamente la existencia entre las mujeres de pautas significativamente distintas de las de los hombres en tres ámbitos: características personales, motivaciones y resultados. El perfil de las mujeres es distinto del de los hombres en términos de edad, formación, dedicación a las tareas del hogar, apoyo familiar y objetivos. Si se compara la actividad y resultados de las mujeres con la de los hombres que realizan su actividad empresarial en su mismo entorno -la economía en su conjunto o la de los sectores tradicionales con una mayor presencia femenina- no se aprecian diferencias relevantes, pero si compara directamente por géneros las diferencias pueden ser muy notables.

L26 - Entrepreneurship

Antonio García Tabuenca ([antonio.gtabuenca@uah.es](mailto:antonio.gtabuenca@uah.es))

José Luis Crespo Espert ([jose Luis.crespo@uah.es](mailto:jose Luis.crespo@uah.es))

Federico Pablo Martí ([Federico.pablo@uah.es](mailto:Federico.pablo@uah.es))

Instituto Universitario de Análisis Económico y Social-Universidad de Alcalá

Plaza de la Victoria, 2. 28802 Alcalá de Henares  
Telf.: 91 885 52 25 Fax: 91 885 52 11

# PANORAMA Y CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRENDEDORAS EN ESPAÑA

## 1. Introducción

Aunque ahora las mujeres empresarias son un fenómeno importante, tanto social como económicamente, hace apenas treinta años eran la excepción. En todo el mundo, las mujeres se han constituido en el elemento más dinámico de la economía. Desde principios de la década de los setenta del pasado siglo en que su participación en la fuerza de trabajo no agrícola era casi testimonial ha pasado a suponer entre el 10 y el 12 por ciento en la actualidad.

Como señalan Coughlin y Thomas (2002) en la actualidad el dinamismo económico proviene fundamentalmente de las mujeres. Cada vez más, las mujeres se están abriendo paso en nuevas áreas, incluso en las que se consideraban tradicionalmente masculinas como ser emprendedor. Se ha pasado rápidamente de una situación en la que se excluía a las mujeres de los puestos de dirección de las empresas a que resulte cada vez más frecuente encontrar exitosas mujeres empresarias que han superado obstáculos que hace sólo unas décadas aparecían como imposibles de alcanzar.

El fenómeno es importante no sólo desde el punto cuantitativo. La posibilidad de que las características personales, motivaciones y formas de gestión de las mujeres sean diferentes de las de los hombres introduce un elemento que, aunque todavía es objeto de debate, resulta, sin duda, de enorme interés. Las diferencias derivadas del género puede ser el vehículo por donde se introduzcan aspectos innovadores que podrían ser determinantes en el nuevo entorno económico, especialmente en todos los campos donde los negocios se ocupan de cuestiones como la calidad de vida.

Las mujeres que son empresarias o que aspiran a crear su propio negocio tienen características muy heterogéneas, especialmente en los países desarrollados. Mientras que algunas son profesionales o personas bien educadas, incluso con experiencia de gestión empresarial, para otras, su única experiencia previa es la que han obtenido a través del trabajo no remunerado de la administración del hogar y la maternidad. Finalmente, hay un cuarto mundo de mujeres excluidas o en vías de

exclusión que habita los núcleos urbanos y que suele tener poca educación o experiencia laboral y que entra en la actividad empresarial por motivos de necesidad.

Aunque desde la crisis de los años setenta, las pequeñas y medianas empresas (PYME) han ocupado en buena parte la posición que antes tenían las grandes empresas como fuentes fundamentales del empleo, la innovación y el desarrollo económico, sus potencialidades siguen sin ser aprovechadas en su integridad. Esto es particularmente cierto para las PYME que pertenecen a mujeres que, aunque están creciendo a un ritmo más rápido que la economía en su conjunto en la mayoría de los países, siguen estando en parte sin explotar.

En este trabajo, se describen a partir de una encuesta específica realizada en 2009 entre 579 empresas, las principales características de las mujeres empresarias españolas y se analiza econométricamente la existencia entre las mujeres de pautas significativamente distintas de las de los hombres en tres ámbitos: características personales, motivaciones y resultados.

## **2. Metodología**

Los empresarios constituyen un colectivo que, pese a su enorme importancia, resulta difícilmente visible desde un punto de vista estadístico ya que no existe ningún censo que los recoja. Esto obliga a tener que aproximarse a ellos o bien mediante encuestas dirigidas al conjunto de la población o, indirectamente, a través de sus obras, las empresas. Ambas metodologías tienen aspectos tanto positivos como negativos.

La primera permite trabajar con una muestra de emprendedores en principio insesgada pero, por una parte, implica un mayor coste de la investigación, ya que sólo una parte de la sociedad es empresaria, y, por otra, resulta difícil contrastar con fuentes oficiales la información obtenida sobre el desempeño de sus empresas. Esta metodología, es la utilizada, por ejemplo, por el *Proyecto Global Entrepreneurship Monitor*.

La segunda, por el contrario, se circunscribe a los empresarios que tienen empresas “visibles” desde el punto de vista de la actividad económica regulada. Esto es, aquellos cuyas empresas aparecen en los registros mercantiles y otros censos empresariales. Esta aproximación, aunque tiene el inconveniente de no incorporar adecuadamente a los emprendedores que dirigen empresas muy pequeñas, especialmente los autónomos, y a aquellos que desarrollan su actividad en la economía irregular, permite ligar la

información ofrecida por el empresario en la encuesta con la que aparece publicada en los directorios empresariales.

Para ello, se parte de la hipótesis de que tras una muestra representativa de las empresas del tejido productivo debe subyacer una muestra, también representativa, del colectivo de emprendedores que las anima. Esta es la metodología que se ha seguido en esta investigación.

La selección de la muestra de empresas se realizó a partir de la base de datos SABI en base a dos criterios que dieron lugar a dos submuestras de empresarios con características diferenciadas.

La primera muestra pretendía replicar de la forma más realista posible la estructura del tejido empresarial en términos sectoriales, regionales y de dimensión.

La segunda por el contrario, se obtuvo aleatoriamente entre las empresas que aparecían en SABI como dirigidas por mujeres. La distinta distribución sectorial de las empresas dirigidas por hombre y mujeres hace que en esta muestra se encuentre una mayor representación de los sectores y actividades tradicionalmente considerados como femeninos como los comerciales, la hostelería, el ocio o el cuidado personal (Buttner, 1993). Aunque esta submuestra pretendía estar formada únicamente por empresarias, en la práctica se observó que un número significativo de respuestas –alrededor de un 8 por ciento- fueron contestadas por hombres lo que permitió que se pudiera aplicar en ella estimaciones logísticas. Las razones de ello son diversas y van desde errores en el listado inicial de empresas a cambios posteriores en la gerencia de las empresas.

Estas dos muestras permiten observar las dos vertientes de la actividad empresarial femenina: por una parte, una generación relativamente nueva de empresarias, muy formadas, que compite en los mismos sectores que los hombres y, por otra, las empresarias tradicionales, con baja cualificación y que se han dedicado a actividades consideradas como femeninas.

### **3. Las características personales**

La comparación de la estructura de edades de las mujeres empresarias con la del conjunto de la economía pone de manifiesto como las mujeres que están incluidas en la muestra general –‘Mujeres’- son más jóvenes que la media, teniendo su moda en torno a

los 34 años. Mientras que las mujeres de la muestra con un mayor peso de los sectores con tradicional presencia femenina es de mayor edad, con la moda en los 43 años.

La mayor parte de las actuales mujeres empresarias comenzaron su actividad en la segunda mitad de los años noventa. Merece destacarse la gran participación –más del 35 por ciento- que tiene en la muestra general de mujeres la cohorte que comenzó su actividad emprendedora entre 1996 y 2000. La distribución de la muestra de mujeres con una mayor presencia en los sectores más típicamente femeninos es menos apuntada y con un mayor recorrido.

Las mujeres de la muestra general muestran una mayor concentración que los hombres en la edad de comienzo de la actividad emprendedora –más del 50 por ciento de ellas lo hizo entre los 21 y los 30 años. La muestra de mujeres con un mayor peso de los sectores tradicionales es por el contrario menos concentrada y con un mayor porcentaje de los grupos de mayor edad.

El nivel de formación de las mujeres es significativamente mayor que el de los hombres cuando se refiere a la muestra general, lo que coincide con los resultados obtenidos por Hisrich y Brush (1984). En ella el porcentaje de mujeres con estudios universitarios, tanto de grado como de postgrado, supera ampliamente la media. Sin embargo, si observamos la muestra de las mujeres en sectores “femeninos” vemos como el porcentaje de sin estudios específicos o con formación profesional crece de forma muy sustancial.

La elevada formación de las “nuevas empresarias” se observa en la elevada participación de las mujeres con estudios superiores, sobre todo en los grupos de edad entre 30 y 50 años. El porcentaje de empresarias con formación profesional es importante solo en el grupo de las de menos de 30 y menos años. Las “empresarias tradicionales” tienen por el contrario un porcentaje de mujeres con estudios superiores mucho más reducido, llegando a ser nulo para el grupo de menor edad.

En ambos casos se observa cómo, una vez descontado el grupo de edad más joven y que todavía se encuentra en buena medida en su etapa de formación, cuanto mayor es la edad de las empresarias también son mayores sus carencias formativas. Este resultado se debe a la mejora del sistema educativo en España en las últimas décadas como a la exclusión formativa a la que se veían abocadas las mujeres en el pasado y que afortunadamente ha desaparecido.

Entre las empresarias tradicionales hay un elevado porcentaje de mujeres que comienzan su actividad empresarial sin estudios pero con una edad relativamente

avanzada, mientras que en el grupo de control y entre las empresariales modernas solo comienzan sin estudios cuando inician su actividad empresarial muy jóvenes.

Cerca de dos tercios de los empresarios proceden de familias con tradición empresarial, lo que pone de manifiesto la gran incidencia del entorno familiar en la génesis de nuevos empresarios. Esta importancia es mayor incluso entre las empresarias modernas, donde alcanza prácticamente el 70 por ciento. Entre las empresarias tradicionales la incidencia es sensiblemente menor, alcanzando el 60 por ciento.

La pertenencia a una familia con tradición empresarial se traduce en un inicio algo más temprano en la actividad emprendedora, tanto entre los hombres como en las mujeres y ya sean estas empresarias modernas o tradicionales. A nivel general se observa que, con la excepción del estrato de edad más alto, cuanto mayor es la edad del empresario, menores son las posibilidades de que pertenezca a una familia con tradición empresarial, en el caso de las mujeres la tendencia es la contraria.

Las mujeres, especialmente las pertenecientes al grupo de las empresarias modernas, parecen valorar algo más que los hombres el apoyo familiar en el desarrollo de su actividad empresarial.

En cuanto al principal apoyo familiar no existen grandes diferencias por género. Solamente se aprecia cierta mayor relevancia del apoyo de las madres, especialmente en el caso de las empresarias tradicionales. En cuanto al apoyo del cónyuge o pareja es mayor entre las empresarias modernas que entre los hombres y menor entre las empresarias tradicionales.

Para determinar si las características personales permitían clasificar por género a los empresarios se realizó una regresión logística para cada una de las tres muestras disponibles incluyendo como regresores las cuestiones de este tipo planteadas de la encuesta.

La primera muestra está formada por el total de encuestas, la segunda por la muestra representativa del tejido empresarial y la tercera por la obtenida a partir de las empresas que en SABI aparecían como dirigidas por mujeres.

En el cuadro adjunto, se muestran los resultados de la estimación.

Cuadro 1				
<b>Resultados de la regresión logística (mujer=1)</b>				
<b>Características personales</b>				
Var.	Descripción	Muestra total	Muestra representativa de empresas	Muestra de empresas femeninas
XA1	Edad	<b>-.0319693</b>	<b>-.0573913</b>	<b>-.054983</b>

		<b>(-2.65)</b>	<b>(-2.89)</b>	<b>(-2.14)</b>
XA7_1	Estado civil al crear la empresa (con pareja)	-.3723348 (-1.60)	.2342866 (0.67)	-1.559782 (-2.61)
XA8_2	Familiares a cargo al crear la empresa (total)	-.1096723 (-1.09)	-.0140211 (-0.09)	.0245252 (0.11)
XA9	Horas diarias dedicadas al cuidado del hogar	<b>1.41195</b> <b>(9.14 )</b>	<b>1.255884</b> <b>(5.38)</b>	<b>1.908222</b> <b>(5.02)</b>
XA10	Extracción social (renta)	.0028707 (0.02)	.1495614 (0.88)	-.3046101 (-1.01)
XA11B	Edad con la que inicio actividad empresarial	<b>.0498145</b> <b>(3.88)</b>	<b>.0514389</b> <b>(2.47)</b>	.0142524 (0.53)
XA6	Nivel de estudios	<b>-.2253802</b> <b>(-2.61)</b>	.0378299 (0.30)	-.2967016 (-1.40)
XA20	Conocimiento de idiomas	-.1764887 (-0.92)	-.3894321 (-1.29)	-.3667891 (-0.79)
XA12	Tradición emprendedora en la familia	-.0358349 (-0.18)	.1299289 (0.40)	.3540401 (0.79)
XA14	Apoyo familiar para el comienzo de la actividad	.1701272 (1.72)	.1946454 (1.31)	.2323071 (1.01)
XA15	Principal apoyo familiar (progenitores)	-.2133657 (-0.86)	-.3467829 (-0.92)	-.8670116 (-1.49)
_cons		-.5622628 (-0.82)	-2.173319 (-2.12)	4.883272 (2.91)
	Log likelihood =	-342.79339	-158.44258	-74.213515
	Number of obs =	597	353	244
	LR chi2(11) =	141.14	55.97	52.22
	Prob > chi2 =	0.0000	0.0000	0.0000
	Pseudo R2 =	0.1707	0.1501	0.2603

En la estimación logística, valores significativos positivos indican que un valor alto del regresor obtiene más fácilmente un éxito, en este caso que se trata de una mujer.

Las estimaciones conjuntas son razonablemente significativas para los tres grupos, dados los objetivos puramente exploratorios del análisis, y ponen de manifiesto que las características personales de los empresarios son distintas atendiendo al género.

Estas diferencias son claras en tres aspectos: la edad actual, la edad con la que se iniciaron en la actividad empresarial y, sobre todo, el número de horas dedicados a las tareas del hogar.

Aunque las mujeres están consiguiendo cada vez más ocupar nuevos espacios en la esfera profesional no se está produciendo con la necesaria velocidad un aumento de la implicación de los hombres en las tareas domésticas. Con mucha frecuencia las mujeres tienen que circunscribir sus opciones de trabajo a las necesidades del cuidado de la familia.

### 3.1 Formación-experiencia

A nivel internacional hay cierta evidencia en el sentido de que entre los hombres y las mujeres empresarios existen diferencias significativas en cuanto a su formación y experiencia profesionales. Los hombres suelen alcanzar elevadas competencias en una amplia variedad de habilidades de negocios y con experiencia en sectores como la industria manufacturera, las finanzas, o las áreas técnicas. La mayoría de las mujeres, en cambio, suelen tener experiencia administrativa, por lo general en áreas más relacionadas con los servicios como la educación, el trabajo de secretaria, o las ventas al por menor. El resultado es a menudo que las empresas propiedad de mujeres son más pequeñas y con menores ingresos netos.

En el caso español, las mujeres muestran una experiencia profesional previa muy similar a la de los hombres, tanto entre las empresarias de perfil moderno como entre las más tradicionales.

Los empresarios sin experiencia previa y los que anteriormente eran directores de grandes empresas suelen ser más jóvenes cuando se trata de hombres que cuando se trata de mujeres, especialmente si son empresarias tradicionales. Por el contrario, son mayores cuando se refiere a empleados de gran empresa.

Las escasas diferencias por género observadas en el perfil profesional de los empresarios españoles en el análisis descriptivo previo quedan corroboradas en las regresiones logísticas (cuadro 2).

Cuadro 2 Resultados de la regresión logística (mujer=1) Ocupación anterior				
Var.	Descripción	Muestra total	Muestra representativa de empresas	Muestra de empresas femeninas
XA21_1	Empleado de PYME	-.2260715 (-1.09)	-.5143394 (-1.67)	.1271552 (0.28)
XA21_2	Director de PYME	.1666313 (0.33)	-1.227689 (-1.14)	-----
XA21_3	Empleado de Gran Empresa	-.1488855 (-0.51)	-.4700036 (-1.04)	.0695577 (0.11)
XA21_4	Director de Gran Empresa	.636635 (1.12)	-----	.6229429 0.57
XA21_5	Administración Pública	-.2106629 (-0.37)	-.7576857 (-0.68)	-.7633514 (-0.85)
XA21_7	Instituciones sin Fines de Lucro	.1376438 (0.35)	-.1778672 (-0.32)	-----
XA21_8	Profesional o Autónomo	<b>-.5744553</b> <b>(-2.04)</b>	<b>-1.252382</b> <b>(-2.41)</b>	-.3359074 (-0.60)
_cons		.0565122 (0.38)	-.8517522 (-4.03)	1.679642 (5.11)

	Log likelihood =	-407.9851	-179.54138	-95.824735
	Number of obs =	595	348	222
	LR chi2(X) =	(7)7.82	(6) 8.76	(5) 1.83
	Prob > chi2 =	0.3484	0.1878	0.8721
	Pseudo R2 =	0.0095	0.0238	0.0095

A nivel conjunto ninguna de las regresiones muestra un nivel explicativo reseñable lo que indica que la ocupación anterior del empresario no es, en general, un elemento discriminatorio que permita clasificar por género a los empresarios.

Solamente el haber sido autónomo o profesional en el pasado es indicador de unas mayores probabilidades de que se trate de un hombre.

#### 4. Las motivaciones y objetivos

Como señalaba Schwartz en su trabajo seminal de 1976 sobre las motivaciones, actitudes y barreras de la mujer en el mundo empresarial, las principales motivaciones para ser emprendedora son la necesidad de obtener logro personales, el deseo de ser independiente, la satisfacción en el trabajo y la obtención de rentas. Estas motivaciones no son muy distintas de los tres grupos señaladas por Hayter para el conjunto de los empresarios: las relacionadas con la calidad de vida, las relacionadas con la satisfacción laboral y las ligadas a la obtención de rentas.

En el caso de las motivaciones ligadas a la calidad de vida, los resultados son plenamente coincidentes con los obtenidos por Scott (1986) quien encuentra diferencias por género en las motivaciones por las que las personas deciden hacerse empresarias. Así, mientras que los hombres lo hacen sobre todo por el deseo de ser sus propios jefes, las mujeres ligadas a la consecución de la autorrealización personal.

En cuanto a las motivaciones ligadas con la renta, la diferencia más notable es la elevada ambición económica mostrada por las empresarias tradicionales.

La estimación conjunta de las motivaciones mediante las regresiones logísticas introduce algunos matices sobre los resultados obtenidos en el análisis descriptivo previo.

Cuadro 3 Resultados de la regresión logística (mujer=1) Motivaciones para ser empresario				
Var.	Descripción	Muestra total	Muestra representativa de empresas	Muestra de empresas femeninas
XA28_1	Trabajar para uno mismo	-.0279774 (-0.28)	-.0652819 (-0.39)	.043733 (0.19)
XA28_2	Tener más tiempo libre	.0305548 (0.47)	.0293838 (0.29)	-.1471087 (-0.94)

XA28_3	Elegir la localidad del trabajo	-.0724595 (-1.07)	-.1119562 (-1.02)	.2807614 (1.73)
XA28_4	Priorizar la vida familiar	-.0414986 (-0.54)	-.0149152 (1.46)	<b>-4117568</b> <b>(-2.18)</b>
XA28_5	Alcanzar la autorrealización personal	.0787744 (0.83)	-.0149152 (-0.09)	.1687372 (0.81)
XA28_6	Trabajar a su propio ritmo	-.0548024 (-0.67)	.1194863 (0.83)	-.2204164 (-1.10)
XA28_7	Contribuir a la sociedad	-.0287796 (-0.38)	-.1373387 (-1.15)	<b>.3684716</b> <b>(1.98)</b>
XA28_8	Ser el jefe de su propio negocio	.0421692 (0.42)	.2275273 (1.39)	.0587443 (0.25)
XA28_9	Aceptar un desafío	-.0799653 (-0.97)	.0204987 (0.16)	-.2403949 (-1.21)
XA28_10	Exhibir las habilidades personales	.0601155 (0.74)	-.0810715 (-0.60)	.1309511 (0.71)
XA28_11	Obtener reconocimiento social	.0887176 (1.14)	.1758896 (1.42)	.1401756 (0.73)
XA28_12	Alcanzar un nivel de renta suficiente	.1436273 (1.37)	.021697 (0.13)	<b>.513485</b> <b>(2.01)</b>
XA28_13	Obtener altos niveles de renta	-.0202401 (-0.21)	-.2655269 (-1.74)	.1509562 (0.72)
XA28_14	Ganar dinero en consonancia con el esfuerzo	-.0424168 (-0.44)	.0115075 (0.08)	-.4305993 (-1.65)
_cons		-.3262306 (-0.60)	-1.794946 (0.08)	.599635 (0.51)
	Log likelihood =	-409.21157	-180.66834	-86.892723
	Number of obs =	597	353	244
	LR chi2(11) =	8.31	11.52	26.86
	Prob > chi2 =	0.8727	0.6449	0.0201
	Pseudo R2 =	0.0100	0.0309	0.1339

La regresión logística sólo resulta razonablemente explicativa para discriminar por género entre los empresarios localizados fundamentalmente en sectores tradicionalmente femeninos.

En estos casos se observa como las mujeres buscan contribuir a la sociedad más que los hombres. En cuanto a la renta, desean alcanzar un nivel de renta suficiente. Este resultado coincide en este punto con el obtenido por Cromie (1987) sobre el menor interés de las mujeres con respecto a los hombres por ganar dinero por lo que menudo eligen crear una empresa propia como resultado de la insatisfacción de su carrera.

Sin embargo, no parece que las empresarias tradicionales consideren que el emprendimiento sea un medio adecuado para conciliar su aspiración profesional con las necesidades de atender a sus hijos como señala Cromie (1978). Los resultados obtenidos indican que son los hombres situados en los sectores tradicionalmente femeninos los que consideran que la actividad empresarial les permitirá priorizar la vida familiar.

Orhan y Scott (2001) señalan que la creación de empresas femeninas se debe tanto a factores de necesidad como de oportunidad, que interactúan entre sí. Entre los primeros están los ingresos familiares insuficientes, la insatisfacción con el trabajo asalariado, la dificultad para encontrar trabajo y la necesidad de flexibilidad laboral. Y entre los segundos la necesidad de independencia o la búsqueda de un mejor estatus social.

Las motivaciones que mueven a elegir el momento de la puesta en marcha de la empresa no ofrecen diferencias significativas entre hombres y mujeres. Solamente el menor peso de las motivaciones personales y familiares entre las empresarias tradicionales merece destacarse. Con respecto a las motivaciones para la elección del lugar y el sector no se observan tampoco importantes diferencias por género.

## **5. Los resultados**

En este trabajo se analizan las posibles diferencias por género en los resultados de los emprendedores y las características de sus empresas.

El tipo de actividad de las empresas está ligado a la anterior actividad del empresario en algo más de la mitad de las ocasiones. En el caso de las mujeres, aunque sigue siendo importante, la relación es menor que en el caso de los hombres -55,4 por ciento-, especialmente entre las empresarias modernas donde es de sólo el 39,2 por ciento.

La relación de la empresa con la tradición empresarial de la familia es en todos los casos muy alta, declarándose como poco o nada relacionada en menos del 20 por ciento de los casos. La única diferencia destacable se encuentra en que el porcentaje de las 'nada relacionadas' es sensiblemente mayor entre las empresarias tradicionales que en los otros casos.

Menos de un tercio de los empresarios encuestados declaró haber realizado algún tipo de cálculo formal previo para evaluar sus posibilidades de éxito. Este porcentaje es similar cuando se trata de mujeres.

La forma en que las empresarias modernas crean sus empresas es bastante parecida a la que se observaba en la media de la economía en 2009, con la única diferencia destacable de una menor presencia de las adquisiciones de empresas ya existentes. Por el contrario, entre las empresarias tradicionales el peso de las adquisiciones es comparativamente muy alto.

Las escasas diferencias observadas en las características de la creación de las empresas se ponen de manifiesto en la baja significatividad de las regresiones logísticas. En ninguna de las tres estimaciones se obtiene un grado explicativo suficiente. A nivel de variables solamente la pertenencia de la empresa de la construcción se convierte en un predictor de que la empresa está dirigida por un hombre tanto en el caso de la estimación referida a la totalidad de la muestra como a la muestra representativa del tejido empresarial.

Cuadro 4				
<b>Resultados de la regresión logística (mujer=1)</b>				
<b>Características de la empresa en su creación (mujer)</b>				
Var.	Descripción	Muestra total	Muestra representativa de empresas	Muestra de empresas femeninas
XB2_1	Agrario	-.1405383 (-0.26)	-1.068957 (-0.97)	.0720707 (0.06)
XB2_2	Extractivas y energía	1.532545 (1.94)	1.627767 (1.72)	
XB2_3	Manufacturas tradicionales	.2938423 (0.66)	-.1119658 (-0.14)	-.3370558 (-0.41)
XB2_4	Manufacturas intermedias o avanzadas	.6061998 (1.39)	.9774079 (1.55)	-.3968769 (-0.48)
XB2_5	Construcción	<b>-.6636249</b> <b>(-2.33)</b>	<b>-1.200554</b> <b>(-2.13)</b>	-.726409 (-1.33)
XB3	Año de constitución empresarial	.0085221 (1.10)	.0109343 (0.91)	-.0176214 (-0.77)
XB4_1	Creación por adquisición	-16.02057 (-1.04)	-16.16454 (-0.68)	-.0176214 (-0.77)
XB4_2	Creación por herencia	-15.6883 (-1.02)	-15.45595 (-0.65)	
XB4_3	Otras formas (no greenfield)	-15.98106 (-1.04)	-15.62477 (-0.66)	-1.73333 (-1.45)
XB4_4	Restricciones financieras	-15.96199 (-1.04)	-15.74211 (-0.66)	
XB5_1	Plan de negocio previo	-.2652384 (-1.41)	-.317272 (-1.05)	.7686579 (1.51)
XB_678	Índice de optimización del start-UP	-.1218875 (-1.66)	-.1642344 (-1.38)	-.1086329 (-0.67)
XB9_1	Nivel de innovación del producto (creación)	.0452474 (0.45)	.2427176 (1.39)	-.1051853 (-0.43)
_cons		-.9293578	-7.312086	38.78219 (0.85)
	Log likelihood =	-401.43605	-174.65138	-94.101386
	Number of obs =	597	353	233
	LR chi2(11) =	23.86	23.55	8.95
	Prob > chi2 =	0.0324	0.0355	0.5366
	Pseudo R2 =	0.0289	0.0632	0.0454

En el cuadro 5 se muestran los resultados obtenidos sobre la existencia de obstáculos diferenciados entre hombres y mujeres para la creación de empresas. Aunque existe evidencia internacional en el sentido de la existencia de prácticas discriminatorias en la

creación de empresas, especialmente en el ámbito del acceso a la financiación, los resultados obtenidos no permiten confirmar su existencia.

Las tres regresiones logísticas realizadas muestran un nivel de significatividad conjunta muy bajo, lo que indica que no es posible clasificar a los empresarios por género atendiendo a las dificultades que tuvieron en el momento de crear su empresa. Tampoco ninguna de las variables explicativas se muestra significativa a nivel individual.

Cuadro 5 Resultados de la regresión logística (mujer=1) Obstáculos a la creación				
Var.	Descripción	Muestra total	Muestra representativa de empresas	Muestra de empresas femeninas
XB23_1	Financiación	-.1004654 (-1.56)	-.023357 (-0.23)	-.0812428 (-0.58)
XB23_2	Trámites administrativos	.0821475 (1.10)	-.0290031 (-0.23)	.2138847 (1.14)
XB23_3	Entorno económico poco favorable	-.0741808 (-0.86)	.0403601 (0.29)	-.276876 (-1.45)
XB23_4	Complejidad de la gestión	-.0059619 (-0.06)	.1522344 (1.07)	.0612382 (0.25)
XB23_5	Falta de información	.0383332 (0.42)	-.0959883 (-0.71)	.2858387 (1.09)
XB23_6	Falta de conocimientos	-.0382852 (-0.47)	-.1812626 (-1.33)	-.1009847 (-0.55)
XB23_7	Tiempo empleado	-.0104526 (-0.14)	-.0487841 (-0.42)	.0742282 (0.44)
XB23_8	Coste	.0112537 (0.15)	-.0432173 (-0.37)	-.0610133 (-0.35)
_cons		.1385356 (0.54)	-.6881257 (-1.70)	1.440832 (2.68)
Log likelihood =		-410.65942	-183.6284	-96.752569
Number of obs =		597	353	244
LR chi2(11) =		5.41	5.60	7.14
Prob > chi2 =		0.7127	0.6921	0.5213
Pseudo R2 =		0.0065	0.0150	0.0356

La estructura de las empresas por año de constitución es bastante parecida por géneros, observándose sólo una ligera menor edad media entre las empresas dirigidas por mujeres. El resultado de ello es que el porcentaje de empresas con menos de diez años es sensiblemente mayor entre las empresas pertenecientes a empresarias, especialmente cuando se trata de las empresarias de características más modernas. Por sectores destaca la clara tendencia a que las mujeres sitúen sus empresas en los sectores de servicios, tanto cuando se trata de empresarias tradicionales como de empresarias modernas. Estos resultados son plenamente coincidente con los obtenidos a nivel internacional por Clark y James (1992) y Hirsch y Brush (1984). Resulta destacable la elevada presencia de las

actividades de servicios personales y comercio al por menor en la muestra de empresarias tradicionales; sectores caracterizados por las reducidas barreras a la entrada tanto en términos de inversión como de formación.

La dimensión económica de las empresas dirigidas por mujeres tiende a ser menor que la de las dirigidas por hombres, especialmente cuando se trata de empresarias tradicionales lo que coincide con una amplia evidencia internacional (Clark y James, 1992); Carter y Allen, 1997).

Las características de las empresas permiten clasificar a los empresarios por género con un razonable nivel de precisión en los tres casos lo que implica que las empresas de las mujeres empresarias son distintas de las gestionadas por los hombres.

Los aspectos más diferenciadores son el nivel de innovación de producto y, sobre todo, el porcentaje de mujeres en plantilla, que se convierte en un predictor del género de gran potencia. La obtención de ayudas públicas también se convierte en predictor, aunque solo para las empresarias tradicionales (cuadro 6).

Cuadro 6 Resultados de la regresión logística (mujer=1) Características de la empresa en la actualidad				
Var.	Descripción	Muestra total	Muestra representativa de empresas	Muestra de empresas femeninas
XB9_2	Nivel de innovación del producto (actual)	<b>.3114227</b> <b>(1.97)</b>	<b>.732671</b> <b>(2.29)</b>	.4710059 (1.25)
XB9_3	Mejora de innovación	-.0093724 (-0.05)	-.0784627 (-0.33)	.4964174 (1.13)
XB10	Capital extranjero	.0039653 (0.35)	.0071641 (0.53)	.0039424 (0.10)
XB11_1	Porcentaje de exportaciones	.0156213 (1.48)	-.0064881 (-0.30)	.0251677 (0.81)
XB12	Establecimientos en el extranjero	-.0417647 (-0.13)	.6879708 (1.17)	-.4260325 (-0.97)
XB13_1	Tamaño (ventas 2008)	-1.16e-08 (-0.80)	-1.00e-08 (-0.45)	-2.35e-08 (-1.07)
XB17	Porcentaje de inmigrantes	.0012324 (0.22)	.0093914 (1.35)	.0072866 (0.51)
XB18	Porcentaje empleo cualificado	-.0018436 (-0.32)	-.0003681 (-0.06)	.101561 (1.24)
XB18_1	Porcentaje de familiares	-.4829272 (-1.11)	.7565892 (1.29)	-.9918676 (-1.11)
XB19_2_2	Porcentaje de feminización	<b>3.893738</b> <b>(11.91)</b>	<b>2.831963</b> <b>(5.68)</b>	<b>3.507781</b> <b>(5.01)</b>
XB20	Importancia de los programas de conciliación	.1211018 (1.47)	.1076754 (0.96)	.3175701 (1.65)
XB14	Dependencia en compras	-.0036418 (-0.94)	-.0027508 (-0.52)	-.0038733 (-0.44)
XB15	Dependencia en ventas	-.0036418 (-0.27)	-.0008831 (-0.20)	.0059671 (0.82)

D2	Ayudas públicas	.1417581 (0.63)	.119364 (0.40)	<b>2.170055</b> <b>(-1.82)</b>
_cons		-2.850576 (-5.04)	-4.71504 (-4.45)	-2.682943 (-1.82)
Log likelihood =				
Number of obs =				
LR chi2(11) =				
Prob > chi2 =				
Pseudo R2 =				

Aunque el ser mujer se muestra como un elemento diferenciador a la hora de obtener ayudas públicas en el grupo de las empresarias tradicionales no se observan diferencias significativas en la valoración de las actuaciones públicas dirigidas a la creación de empresas (cuadro 7). Las variables que muestran un comportamiento diferenciado son las relativas a la valoración de las medidas del gobierno autonómico que son mejor vistas por parte de los hombres y las dirigidas a la reducción de la burocracia que son mejor valoradas por las mujeres pertenecientes a la muestra de empresas en sectores especialmente femeninos.

Cuadro 7				
Resultados de la regresión logística (mujer=1)				
Valoración de las actuaciones públicas para la creación de empresas				
Var.	Descripción	Muestra total	Muestra representativa de empresas	Muestra de empresas femeninas
D8_1	Prestaciones sociales-desempleo	.0106225 (0.12)	.2570771 (1.77)	-.0173688 (-0.08)
D8_2	Gobierno nacional	.1670559 (1.15)	.1654245 (0.76)	.6404522 (1.83)
D8_3	Gobierno autonómico	<b>-.2735735</b> <b>(-2.05)</b>	-.0631437 (-0.30)	<b>-.8582251</b> <b>(-2.98)</b>
D8_4	Burocracia	.1232112 (1.16)	-.0411355 (-0.25)	<b>.5061668</b> <b>(1.92)</b>
D8_5	Fiscalidad	-.1158529 (-1.06)	-.2001457 (-1.13)	-.1124132 (-0.46)
D8_6	Calidad de la legislación	.0775941 (0.61)	.1929666 (1.00)	-.0426838 (-0.14)
D8_7	Educación	-.0928651 (-0.90)	-.2348327 (-1.48)	.084622 (0.36)
D8_8	Infraestructuras físicas	-.0271581 (-0.17)	-.177199 (-0.74)	.1839307 (0.45)
D8_9	Infraestructuras tecnológicas	-.0046717 (-0.03)	.2938729 (1.31)	-.5633168 (-1.52)
_cons		.2704122 (0.84)	-1.903087 (-3.33)	2.49898 (3.43)
Log likelihood =				
Number of obs =				
LR chi2(11) =				
Prob > chi2 =				
Pseudo R2 =				

En términos de los factores declarados por los empresarios como determinantes del éxito empresarial no se aprecian diferencias importantes: la dedicación y constancia en el trabajo, el servicio al cliente y la calidad se decantan como los principales determinantes, con gran diferencia sobre el resto.

La aplicación de la regresión logística confirma esta interpretación (cuadro 8), no observándose para ninguna de las muestras diferencias significativas entre hombres y mujeres desde el punto de vista de los determinantes del éxito empresarial.

Cuadro 8 Resultados de la regresión logística (mujer=1) Razones del éxito obtenido				
Var.	Descripción	Muestra total	Muestra representativa de empresas	Muestra de empresas femeninas
XB21_1	Dedicación y constancia	.2630481 (0.60)	.2960168 (0.42)	-.6873009 (-0.57)
XB21_2	Servicio al cliente	.0810767 (0.18)	-.1775939 (-0.24)	-.2813391 (-0.22)
XB21_3	Calidad del producto	.4018401 (0.95)	.2752117 (0.40)	.8441884 (0.75)
XB21_4	Buenos contactos	.5612608 (1.23)	.4052061 (0.54)	.7055564 (0.60)
XB21_5	Producto adaptado al mercado	.4363046 (0.92)	.8380142 (1.13)	-.0117658 (-0.01)
XB21_6	Conocimiento del mercado	.3412453 (0.75)	.2637442 (0.37)	1.168704 (0.88)
XB21_7	Buena cultura empresarial	.0407587 (0.07)	.1026503 (-0.53)	-.2460057 (1.369359)
XB21_8	Innovación y capacidad técnica	-.1324293 (-0.27)	-.4412706 (-0.53)	-.7049953 (-0.58)
XB21_9	Disponer de recursos financieros	.8451821 (1.46)	.9718569 (1.16)	-----
_cons		-.8640005 (-0.72)	-1.798694 (-0.92)	1.840836 (0.56)
	Log likelihood =	-409.34892	-181.8567	-93.219726
	Number of obs =	597	353	235
	LR chi2(11) =	8.03	9.14	11.36
	Prob > chi2 =	0.5308	0.4242	0.1819
	Pseudo R2 =	0.0097	0.0245	0.0575

Esta misma falta de diferenciación entre géneros se observa cuando se trata de los factores influyentes en la supervivencia empresarial. Es decir, aquellos elementos que son condición necesaria para que la empresa desarrolle su actividad en el mercado pero que no aseguran el éxito empresarial. Tanto entre los hombres como entre las dos muestras de mujeres, la disponibilidad de un producto bien adaptado a las necesidades

del mercado, la buena cultura empresarial y el esfuerzo tecnológico se muestran como los tres factores más relevantes.

De nuevo, la estimación econométrica (cuadro 9) confirma la inexistencia de diferencias significativas por géneros en los determinantes de los resultados de las empresas.

Cuadro 9 Resultados de la regresión logística (mujer=1) Bases de la supervivencia empresarial				
Var.	Descripción	Muestra total	Muestra representativa de empresas	Muestra de empresas femeninas
XB22_1	Producto adaptado al mercado	.0271952 (0.28)	.1772961 (1.05)	.2127531 (1.15)
XB22_3	Buenas expectativas de mercado	.0258228 (0.35)	.0632151 (0.55)	-.1201615 (-0.69)
XB22_4	Buena cultura empresarial	-.0233523 (-0.37)	-.0257715 (-0.26)	-.1221293 (-0.79)
XB22_5	Innovación y capacidad técnica	-.0429768 (-0.64)	-.1716367 (-1.68)	.1422571 (0.96)
XB22_6	Otros factores	-.1122529 (-1.53)	-.1086918 (-0.90)	-.1204084 (-0.79)
_cons		.1107967 (0.22)	-1.434382 (-1.61)	1.445584 (1.39)
	Log likelihood =	-411.84291	-184.03226	-98.599327
	Number of obs =	597	353	244
	LR chi2(11) =	3.05	4.79	3.45
	Prob > chi2 =	0.6930	0.4419	0.6311
	Pseudo R2 =	0.0037	0.0129	0.0172

Aunque el mercado parece aplicar las mismas reglas a hombres y mujeres a la hora de fijar su desempeño las posibilidades de retomar la actividad empresarial tras un fracaso previo parece ser distintas.

La capacidad emprendedora es un activo valioso y escaso que ninguna sociedad puede permitirse desaprovechar, especialmente tras un periodo de crisis. Si los empresarios que quiebran, en muchos casos por motivos ajenos a su gestión como tales y en todo caso, con una mayor experiencia, tienen excesivas dificultades para retomar su actividad, la reactivación económica tenderá a ser más frágil y lenta.

La mayor o menor presencia de empresarios con experiencias negativas es un buen indicador de la capacidad del tejido productivo para reciclar su capital empresarial tras los fracasos. La menor presencia de mujeres que de hombres con fracasos empresariales previos parece indicar unas mayores dificultades por parte de éstas para volver a poner en marcha nuevos proyectos.

Así mientras que entre los hombre el porcentaje es del 15,8 por ciento, entre las empresarias tradicionales es del 12,4 por ciento y entre las empresarias modernas de apenas el 7,6 por ciento.

El análisis descriptivo de los motivos que los empresarios aducen para sus fracasos parece indicar que, aunque en líneas generales son similares entre géneros, subsisten algunas diferencias reseñables.

La mala relación con los socios, la escasa capitalización y la inexperiencia y juventud son señalados como los principales determinantes de pasados fracasos tanto en el caso de los hombres como de las mujeres. La fuerte competencia y la crisis sectorial, especialmente para el caso de las empresarias modernas, ha afectado, sin embargo, más a las mujeres que a los hombres, debido probablemente al menor tamaño de sus empresas. También destaca la mayor relevancia otorgada a la falta de decisión, lo que supone cierto apoyo a las teorías que defienden una mayor aversión al riesgo de las mujeres respecto a los hombres.

El reducido número de empresarias que declararon haber tenido un fracaso empresarial previo hace que las muestras sean demasiado pequeñas como para ofrecer resultados econométricos suficientemente robustos sobre las causas del fracaso.

## **5. Conclusiones**

Aunque en la actualidad resulta habitual encontrar a mujeres creando y dirigiendo empresarias, hace apenas treinta años eran la excepción. Las mujeres empresarias son un fenómeno importante, tanto desde el punto de vista social como del económico, que requiere de una mayor atención desde perspectivas académicas y políticas.

La actividad emprendedora de las mujeres constituye un nicho todavía escasamente explotado. Si las tasas de empresarialidad femenina se acercaran más a las masculinas se conseguiría generar una importante cantidad de nuevos puestos de trabajo, tanto para ellas como para las personas que contratan. Adicionalmente, la mayor propensión de las mujeres a contratar a colectivos con elevadas tasas de desempleo -especialmente mujeres- favorecería su integración en el mercado laboral.

Desafortunadamente en muchas empresas e instituciones todavía no se promueve a las mujeres a los puestos de mayor responsabilidad en pie de igualdad con los hombres, lo que supone incurrir en costes e ineficiencias. Una posible, aunque parcial, salida a esta discriminación conocida como “techo de cristal” es ofrecer a estas mujeres

oportunidades para que creen sus propias empresas, permitiendo así aprovechar sus capacidades de gestión y liderazgo, que de otra manera quedarían infrautilizadas.

La actividad empresarial, a la vez que permite a las mujeres una mayor y más completa inclusión en el mercado laboral, también puede ofrecerles la flexibilidad necesaria para conseguir la conciliación de la vida familiar con la laboral.

Finalmente, las diferentes características personales, motivaciones y formas de gestión de las mujeres pueden ser un medio para introducir innovaciones que podrían resultar determinantes en el nuevo entorno económico.

Las características de las mujeres emprendedoras son muy diversas. Mientras que algunas muestran una elevada formación, son profesionales o incluso cuentan con experiencia previa en gestión empresarial, otras, por el contrario, sólo tienen como experiencia previa la que han obtenido a través del trabajo no remunerado de la administración del hogar y la maternidad.

En general se observa la coexistencia de dos tipos de empresarias en la economía española con características bastante diferentes y que son parcialmente recogidas por las dos submuestras utilizadas.

El primero estaría formado por mujeres cuyas empresas muestran una distribución sectorial en líneas generales similar a la del tejido productivo español aunque con cierta tendencia a una mayor presencia en las actividades de servicios. Las empresarias de este grupo son jóvenes y, en general, mejor formadas que los hombres. Muchas de estas mujeres proceden de familias emprendedoras. Al comenzar su actividad empresarial suelen estar casadas o con pareja estable pero sin hijos. El perfil y resultados de las empresas de estas mujeres suele ser bastante similar al de la media de la economía, especialmente si se controla el sesgo de tamaño y el mayor peso de las actividades de servicios.

El segundo grupo está formado principalmente por empresarias dedicadas a los servicios, especialmente los personales y el pequeño comercio. Se trata normalmente de mujeres en torno a los 45 años con escasa formación y que han puesto en marcha sus negocios en busca de mejoras de renta. En el momento de poner en marcha su empresa aunque no suelen estar emparejadas si tienen cargas familiares. Las características tecnológicas y de gestión de las empresas pertenecientes a las emprendedoras de este

grupo difieren sustancialmente de la media de la economía, mostrando un perfil mucho más tradicional y escasamente innovador.

Esta diferenciación del empresariado femenino en dos grupos resulta novedosa en la literatura y puede servir para explicar la amplia diversidad de resultados que se observan en los estudios al respecto.

El perfil de las mujeres es distinto del de los hombres en términos de edad, formación, dedicación a las tareas del hogar, apoyo familiar y objetivos. En función de sus características personales las mujeres tenderán a engrosar un grupo u otro. Si se compara la actividad y resultados de las mujeres con la de los hombres que realizan su actividad empresarial en su mismo entorno -la economía en su conjunto o la de los sectores tradicionales con una mayor presencia femenina- no se aprecian diferencias relevantes pero si compara directamente por géneros las diferencias pueden ser muy notables.

### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Carter, N.M. and Allen, K.R. (1997): "Size determinants of women-owned businesses: choice or barriers to resources?", *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 9 No. 3, pp. 211-20.
- Clark, T. y James, F. (1992): *Women-owned Businesses: Dimensions and Policy Issues*, *Economic Development Quarterly*, 6, 25-40.
- Coughlin, J. H. y Thomas, A.R. (2002): *The Rise of Women Entrepreneurs*. Westport, CT: Quorum Books.
- Cromie, S. (1987): Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs, *Journal of Occupational Behaviour*, 8 (3), 251-261.
- Hayter, R. (1997): *The dynamics of industrial location. The factory, the firm and the production system*, John Willey & Sons, Chichester, Reino Unido.
- Hisrich, R.D. y Brush, C. (1984): The woman entrepreneur: Management skills and business problems, *Journal of Small Business Management*, 22 (1), 30-37.
- Orhan, M. y Scott, D. (2001): Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model, *Women in Management Review*, 16, 5, 232-247.
- Scott, C.E. (1986): Why more women are becoming entrepreneurs, *Journal of Small Business Management*, 24 (4), 37-44.