



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

Factores de éxito de las mujeres emprendedoras en países en vías de desarrollo. Caso de estudio: América Latina y el Caribe.

Jovanna Nathalie Cervantes Guzmán¹
Guillermo Vázquez Ávila*

Resumen

Propósito. Investigar los factores de éxito de las mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe a fin de mejorar la comprensión del impacto y sus contribuciones a la economía.

Diseño/ Metodología/ Enfoque. La investigación examina los factores de éxito en el género en emprendedurismo, empleando los estudios de GEM (2014) que examina el índice de emprendedurismo en 43 países para ello se empleó las pruebas paramétricas de correlación y la regresión (R²).

Resultados. La información presentada de la investigación realizada en los 43 países muestra que el índice de hombres emprendedores es mayor que el de las mujeres, además el porcentaje de mujeres emprendedoras es mayor en países en vías de desarrollo

Palabras clave: Emprendedurismo femenino y equidad de género,

Abstract

Purpose. Investigate the success factors of entrepreneur women in Latin America and the Caribbean in order to improve the understanding of the impact and their contributions to the economy.

Design/methodology/approach. The research examines the success factors in the genre in entrepreneurship, using the GEM Studies (2014) which examines the index of entrepreneurship in 43 countries for this was used parametric tests of correlation and regression (R²).

Results. The information presented of the research carried out in the 43 countries shows that the index of enterprising men is greater than that of the women, in addition the percentage of entrepreneur women is greater in developing countries

Keywords: Entrepreneur Women and gender equity.

¹* Universidad de Guadalajara- CUCEA

Introducción

Debido a la posición estratégica que tienen las empresas para el desarrollo económico de los países, su apoyo a la equidad de género es crucial para incrementar la productividad y el bienestar humano independientemente de su clasificación en el Índice Global de Desarrollo (OEA, 2013).

Los factores que contribuyen a la generación de mujeres emprendedoras en países desarrollados son influenciados por factores como la independencia, la autorealización, el incremento del estatus social y el poder (Orhan & Scott, 2001). En contraste con las mujeres en países en vías de desarrollo que su emprendimiento es impulsado por la pobreza, la separación familiar, y el alto empleo para mantener económicamente a sus familias.

Es necesario que se realice una mayor correlación entre los factores de éxito en el empoderamiento femenino y el emprendedurismo, para el desarrollo de las empresas que además de ser una opción ecuánime es la más conveniente (OIT, 2015).

Planteamiento del problema

Las mujeres emprendedoras a nivel internacional enfrentan diversos desafíos a lo largo de la historia como la negación al acceso al mercado como forma de evitar su independencia económica (Sen, 1988), esto ha continuado hasta la actualidad en países en vías de desarrollo presentándose una disparidad exponiéndose en un mayor número de mujeres que se dedican a los trabajos no remunerados en comparación con los hombres (OECD, 2011).

En los países en donde hay una mayor cantidad de mujeres emprendedoras existe un mayor crecimiento económico, en contraste con los países donde es restringida hay una economía estancada, existiendo una repercusión también en el entorno social (UNIDO, 2011). A pesar de ello, en la actualidad existe el doble de emprendimiento masculino que femenino (Reynolds, et al, 2002).

El emprendimiento femenino en países en vías de desarrollo genera innovación y fuentes de trabajo (Brush, et al, 2006), sin embargo gran parte de la literatura se enfoca al impacto económico de las mujeres emprendedoras en países desarrollados y el conocimiento disponible del impacto de las mujeres en países en vías de desarrollo es limitado, siendo esto necesario para identificar sus contribuciones (Saffu & Takyiwaa, 2004).

La orientación de la línea de investigación se encuentra enfocado en el contexto de las mujeres emprendedoras en países en vías de desarrollo encaminado a los factores de éxito para mejorar la comprensión del impacto y sus contribuciones en América Latina y el Caribe, y con ello demostrar su valor y potencial en la nueva era.

Operacionalización de las variables

Tema	Pregunta de investigación	Objetivo general	Objetivo específico	Hipótesis	Variable	Indicador	Herramienta metodológica
Factores de éxito de las mujeres emprendedoras en países en vías de desarrollo. Caso de estudio: América Latina y el Caribe	¿Quiénes son las mujeres emprendedoras de América Latina y el Caribe?	Conocer los factores de éxito de las mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe	Identificar a las mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe	Las características personales de las mujeres emprendedoras de AL y el Caribe está relacionada con la motivación, perfil del negocio, recursos disponibles, problemas y medidas de éxito	Características personales y experiencia	Paramétrico	Correlación
	¿Cuáles son las motivaciones para tener un negocio?		Analizar las motivaciones para tener un negocio	Las motivaciones de las mujeres emprendedoras de AL y el Caribe están relacionadas con sus características, perfil de negocio, recursos disponibles y medidas de éxito	Motivaciones para tener un negocio	Paramétrico	Correlación
	¿Cuáles son sus perfiles de negocios?		Examinar los perfiles de negocios	El tipo de negocio escogido por las mujeres emprendedoras de AL y el Caribe está relacionado con sus características, motivaciones, recursos disponibles, problemas y medidas de éxito	Perfil de negocio	Paramétrico	Correlación
	¿Cuáles son los recursos disponibles a los que tienen acceso?		Distinguir los recursos disponibles a los que tienen acceso	Los recursos disponibles para las mujeres emprendedoras de AL y el Caribe está relacionado con características, motivaciones, perfil de negocio, problemas y medidas de éxito	Recursos disponibles	Paramétrico	Correlación
	¿Cuáles son los problemas de negocio que han encontrado?		Distinguir los problemas de negocios que han encontrado	La reducción de los problemas para las mujeres emprendedoras de AL y el Caribe está relacionado con las características, motivaciones, perfil del negocio, recursos disponibles y medidas de éxito	Problemas de negocios	Paramétrico	Correlación
	¿Cómo es medido su éxito empresarial?		Interpretación del éxito empresarial	Las medidas de éxito para las mujeres emprendedoras de AL y el Caribe está relacionado con características, motivaciones, perfil de negocio, recursos disponibles, y problemas	Medidas de éxito	Paramétrico	Correlación

Fuente: Elaboración propia

Revisión de literatura

Equidad de género empresarial

Las empresas que poseen una mayor equidad de género incrementan sus resultados ocasionando mayores niveles de crecimiento y desempeño; este cambio de paradigma de acuerdo con el informe de Principios de Empoderamiento de las Mujeres en las Empresas publicado por la ONU Mujeres (2016) son:

- Las mujeres son agentes económicos clave que producen prosperidad, empleo, innovación y son un motor del desarrollo. Cuando mayor sea el número de mujeres que pertenecen a la población económicamente activa (PEA) la economía incrementa porque conduce a una mayor movilidad social con beneficio en la familia, comunidad y sociedad.
- Hay una correlación positiva entre la actividad empresarial y el crecimiento del PIB. La productividad en América Latina y el Caribe podría incrementar un 25% si se apoyara el emprendimiento femenino.
- El aprovechamiento del talento femenino produciría beneficios a las empresas como creatividad, eficacia y eficiencia empresarial, y mejora de la gestión empresarial.
- Las empresas con mayor presencia de mujeres tienden a desarrollar esquemas de responsabilidad social corporativa y diversidad en trabajo filantrópico, lo que provoca una mejora en la imagen de la marca, fidelización de los clientes, captación de talento profesional, e incremento en la productividad.

El género femenino decide emprender para obtener sus propios ingresos, desarrollar una idea innovadora, ascender en sus carreras laborales, flexibilidad entre el trabajo, la familia (Heller, 2010) y por necesidad siendo esto un factor que tiene relación directa entre el nivel de desarrollo y la tasa de desarrollo empresarial generando una correlación entre los países en vías de desarrollo que poseen una tasa más alta en oposición con los países más desarrollados tienen una tasa más baja mostrando una concordancia entre los niveles de remuneración económica baja y la creación de una empresa desarrollada por mujeres (CEPAL, 2004).

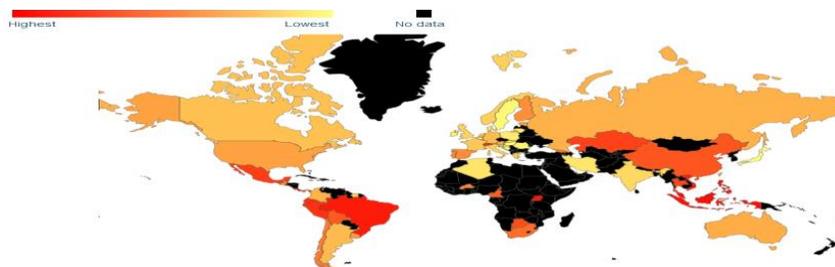
Emprendedoras de países en vías de desarrollo

La investigación realizada en países emergentes por la National Foundation for Women Business Owners (NFWBO) descubrió que las mujeres que son dueñas de negocios tienen características en comunes independientemente del giro del negocio, su establecimiento, administración, operación, y metas difiere a la del género masculino ya que se orientan a poseer negocios pequeños, toman las decisiones a partir de criterios diversos, mayor prioridad a la calidad de vida en lugar de incrementar los ingresos del negocio, inversiones controladas por la falta de apoyo por parte de las instituciones para obtener crédito, capital limitado, y principalmente buscan conciliar los distintos aspectos de su vida; en contraste de su contraparte que se enfocan en los aspectos financieros y económicos orientándose a la rentabilidad. Poseen problemas similares para el crecimiento de sus empresas, teniendo necesidades en común para lograrlo como acceso a la información, capacitación, asistencia tecnológica y acceso a los mercados nacionales e internacionales.

La contribución de las mujeres en la economía de América Latina y el Caribe tuvo un incremento de 35% en 1980 a 53% en 2007 promoviendo el crecimiento económico, seguridad financiera en la familia, incremento en la capacidad de consumo y reducción en la pobreza de la región (Pages & Piras, 2010).

Se puede observar que en la Tasa Total de Actividades Emprendedoras en Etapa Temprana (TEA), definida por Cagica (2005) como “La tasa de prevalencia de individuos en la población en edad laboral que participan activamente en la creación de empresas, ya sea en la fase de inicio de una nueva empresa, o en la fase que abarca 42 meses después del nacimiento de la empresa”. Esta tendencia se observa que hay un mayor rango de emprendedurismo en Latinoamérica y el Caribe a diferencia de países desarrollados como Estados Unidos de América, la Unión Europea, Canadá, etc. (ver grafica 1)

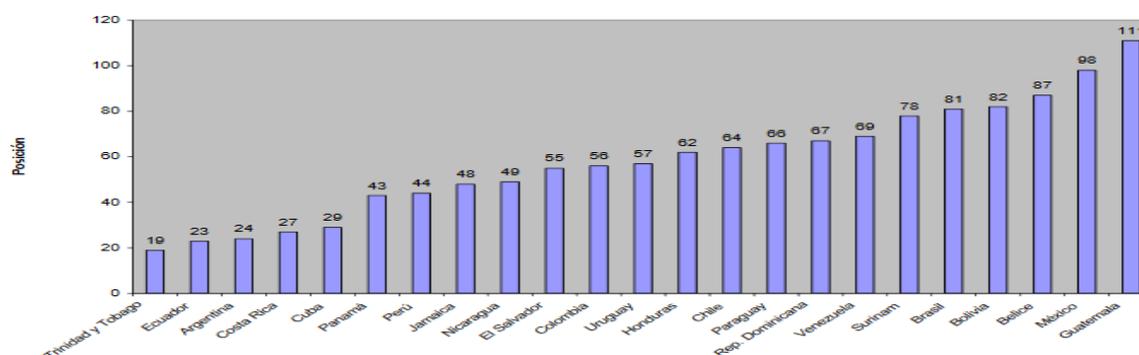
Grafica 1: Comportamiento emprendedor y actitudes (Porcentaje de mujeres emprendedoras entre 18-64 años dividido entre el equivalente de la contraparte masculina)



Fuente: Global Entrepreneurship Research Association (2018). Entrepreneurial Behaviour and Attitudes. GEM. Recuperado de: <http://www.gemconsortium.org/data>

A pesar del incremento de la participación laboral del género femenino, esta sigue teniendo diversas problemáticas, estimándose de acuerdo al Foro Económico Mundial (WEF) según el informe sobre la Brecha de Género a nivel Global 2016 que la igualdad de género en la actividad económica y laboral será posible en 170 años (Hernández, 2016). De igual manera el reporte del 2009 indica que las brechas de género con mayor grado de relevancia en América Latina y el Caribe se encuentran en los subíndices de participación económica y política. (Ver grafica 2)

Gráfico 2 : Índice Global de Brecha de Género: Países de América Latina y Caribe de un total de 134 países (90% de la población mundial)



Fuente: Foro Económico Mundial. (2009). *Global Gender Gap Report*. Recuperado de http://iberpyme.sela.org/aDocs/Desarrollando_Mujeres_Empresarias_PYMES.pdf

La brecha de género en el sector empresarial incrementa en países en vías de desarrollo siendo estos la mayoría de los países de la región de América Latina y el Caribe, donde solo el 22% de las mujeres trabajan de forma independiente (Hellen, 2010).

El aumento de las mujeres emprendedoras ha sido pequeño en una gran parte de los países de América Latina y el Caribe en la última década pasando de 3.5% en 1995 a 3.1% en 2006 (Heller, 2010). (Ver tabla 1)

Tabla 1 : Tasa de emprendedores en etapa inicial en 2008. Países selectos de América Latina y el Caribe

País	TEA 2008	Emprendedores	Lugar
Bolivia	29.82%	1 192 000	1
Perú	25.6%	4 358 000	2
Colombia	24.52%	6 571 000	3
República Dominicana	20.35%	1 012 000	5
Argentina	16.54%	4 006 000	7
México	13.09%	8 412 000	11
Chile	13.08%	Nd	12
Ecuador	Nd	957 000	13
Brasil	12.02%	14 644 000	14
Uruguay	11.9%	Nd	Nd

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor SABRAE. (2009). *Instituto brasileño de calidad y productividad 2008*. Emprendedorismo no Brasil. Relatorio Ejecutivo. Curitiba.

Las PYMES que son dirigidas en un 51% por mujeres emprendedoras generan una contribución importante a la economía representando del 31% al 38%, lo que constituye de 8 a 10 millones, en pymes formales en países en vías de desarrollo. El emprendimiento femenino se encuentra integrado por PYMES de tamaño micro 32% a 39%, de tamaño pequeño 30% a 36%, de tamaño mediano 17% a 21% (Shukla, 2011).

A pesar de dichas cifras de acuerdo a un estudio realizado por McKinsey de la IFC (2011) los negocios dirigidos por mujeres están restringidas en su camino de crecimiento con una reducción en su tasa de crecimiento de ingreso per cápita en 0.1 – 0.3 puntos porcentuales.

Marco Teórico

Las 6 dimensiones que distinguen a las mujeres emprendedoras de países en vías de desarrollo para su lograr el éxito de sus negocios son:

Características de personales

Los estudios relacionados a desarrollar un perfil que influye características demográficas y psicológicas de mujeres emprendedoras, exponen que las personas que concuerdan con este perfil tienden a ser más exitosas. Uno de los factores investigados son el nivel educativo, la edad en la que comenzaron su negocio y el tipo de negocio (Bennet & Dann, 2000), para clasificarlas en términos de valores basados en familia, prospección de riesgo, y equidad entre la vida laboral y familiar (Hisrich & Brush, 1983). Los cambios socio-demográficos ocurridos en las últimas décadas como el incremento del acceso a la educación para la mujer, han generado un incremento en el número de emprendedoras (Bennet & Dann, 2000).

Motivación para tener un negocio propio

Otro determinante para el éxito en término de emprendedurismo es la motivación de sus fundadores, esta se encuentra integrada por: La motivación psicológica está constituida por el logro y la independencia (Lerner, et al, 1997). La motivación económica que incluye necesidad e independencia económica (Carter, 2000). Siendo expuesta de forma extrínseca como la insatisfacción laboral, e intrínseca como el logro del equilibrio laboral y familiar, y el desarrollo personal, siendo la segunda una de las razones primordiales para la búsqueda de la mujer del autoempleo (Brush, et al, 2006).

Perfil de negocios

El tipo de industria y tipo de actividad que se elija está directamente relacionada con el éxito del negocio (Bhide, 2000). Los emprendimientos que encuentran basados en proyectos innovadores para la resolución de conflictos tienen una mayor posibilidad de éxito, esto es, porque son difícilmente imitables y pueden atraer con mayor facilidad a inversionistas (Timmons & Bygrave, 1997). Los emprendimientos generados por mujeres en países en vías de desarrollo han mostrado una evolución de pasar del sector de servicios a diversos sectores de la economía con diversas características innovadoras que conducen al éxito (Brush, et al, 2001).

Recursos disponibles para mujeres emprendedoras

Las mujeres emprendedoras poseen menor conocimiento y por ende los emplean en menor medida los recursos disponibles a diferencia de los hombres (Coughlin, 2002). Además, las mujeres dueñas de negocios son pragmáticas en términos apoyo tangible de aquellos que se los puedan brindar (Nelson, 1989). Asimismo, que poseen menos acceso a recursos externos para financiamiento (Tigges & Green, 1994).

Problemas en los emprendimientos

Existen una serie de problemas que impiden el desarrollo de los negocios creados por mujeres emprendedoras como la falta de acceso a capital, la falta de habilidades administrativas y técnicas, el alto contraste social y cultural, y la dificultad del rol de tener que manejar un hogar y un negocio al mismo tiempo. La reducción de estos problemas contribuirá al éxito de los emprendimientos y el desarrollo de su potencial (UNIDO, 2001).

Medidas de éxito

El éxito de un negocio para una mujer no depende en su totalidad de las finanzas, sino de logro personal y autorrealización (Anna, et al, 2000), orientados a realizar una diferencia y poder tener un equilibrio y flexibilidad entre la vida laboral y familiar. Además, estas difieren dependiendo de la cultural y el contexto del país (Still & Timms, 1999).

Metodología

Basada en las necesidades del estudio basada en la información obtenida de archivos de investigación, la metodología empleada en el trabajo fue la siguiente:

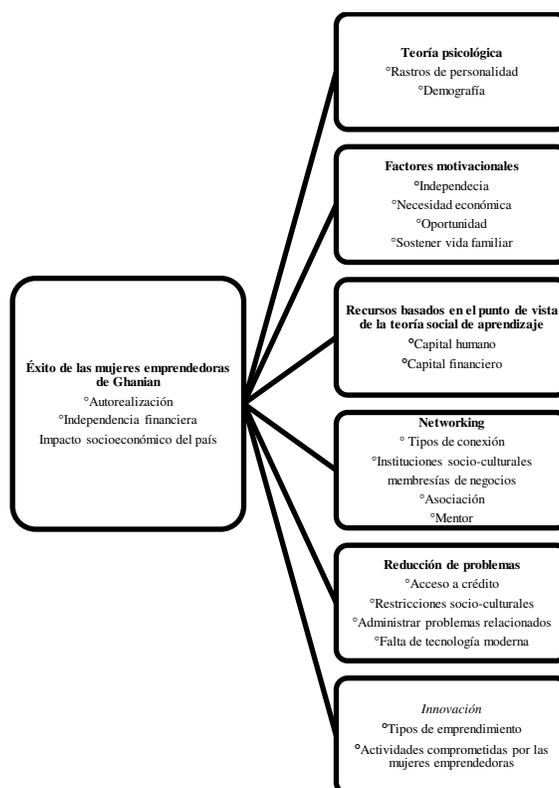
- Investigación documental. La investigación es de tipo documental, en función de lo planteado por Pasteur (2013) utiliza documentos, recolecta información, analiza y presenta resultados. Se empleó en el estudio con la finalidad de recabar los documentos que pueden ser fundamentales para comprender y contextualizar el estudio.
- Investigación correlacional. Permite relacionar las variables del problema en un contexto particular (Baptista, et al, 2010). Una de sus principales características es que permite examinar la relación entre las variables buscando su asociación pero no es necesario encontrar sus relaciones causales (Bernal, 2010).
- Enfoque cuantitativo. Es definido por Tamayo (2010) como la medición de las variables y su relación mediante una verificación para comprobar la hipótesis y validar sus teorías,

ofreciendo la posibilidad de tener un enfoque más amplio de los factores de éxito de las mujeres en países en vías de desarrollo.

El estudio de los factores de éxito del emprendedurismo femenino entre los diferentes países se realizó empleando la información proporcionada por GEM (2018), que es conceptualizada como el estudio más importante en el mundo del emprendimiento, que consiste en una investigación que evalúa su índice en los 43 países. Esta información es utilizada por las Naciones Unidas, el Foro Económico Mundial y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

Además, se diseñó en base al modelo de la tesis del doctorado en filosofía de la Swinburne University of Technology, con tema: Women Entrepreneurs in small and medium enterprises (SMEs) in Ghana. (Ver figura 1)

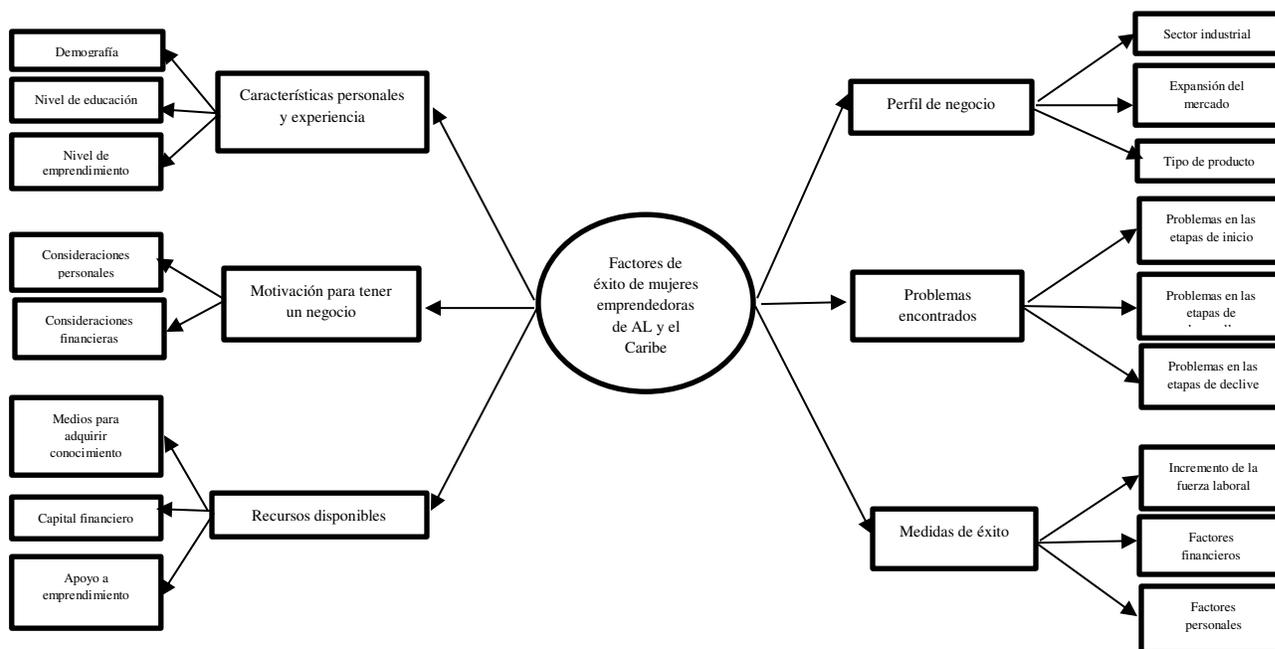
Figura 1: Modelo original



Fuente: Dzisi, S. (2008). *Women Entrepreneur in Small and Medium Enterprises (SMES) in Ghana*. (Tesis doctoral). Swinburne University of Technology, Australia.

El modelo realizado en la investigación, adaptando las variables a mujeres emprendedoras de América Latina y el Caribe, fue el siguiente: (ver figura 2)

Figura 2: Modelo propuesto



Fuente: Elaboración propia

Análisis y resultados

Se verificó la confiabilidad del diseño del instrumento de recolección de datos mediante un análisis de fiabilidad en el software SPSS calculando el Alpha de Cronbach en donde los ítems miden un mismo constructo y están altamente correlacionados (Castañeda, et al, 2010). De los elementos analizados se obtuvo una fiabilidad de 83.2%, el cual se considera alto de acuerdo a la clasificación de Anastasi & Urbina (1998)(Ver anexo 1)

Además se realizó la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) para el análisis de los componentes con rotación Varimax que entre más cerca de 1 tenga el valor obtenido implica que la relación entre las variables es alta (Benavente, et al, 2011). El valor de KMO es 0.813 el cual se considera notable. Asimismo se efectuó la prueba de esfericidad de Bartlett, en donde, si es menor a 0.05 se acepta a hipótesis nula por lo que se puede aplicar el análisis factorial (íbid, 2011). Su significancia es de 0.000 por lo que se puede aplicar el análisis factorial. (Ver anexo 2)

Para la evaluación del modelo se empleó la regresión, siendo definida por Pérez (2011) como la determinación explicativa del funcional que relaciona las variables. En donde R^2 fue de 84.9% donde queda explicada por las variables según el modelo lineal considerado. (Ver anexo 3)

Para la comparación de la relación entre las variables para probar las hipótesis previamente establecidas, se utilizó la correlación siendo definida por Reidl (2010) como una prueba estadística

para analizar la relación entre dos variables medidas en un nivel intervalar o de razón que puede variar de +1 a -1. (Ver tabla 1) (Ver anexo 4)

Tabla 1: Análisis correlacional y de significancia

		Correlación		Significancia	Hipótesis
Características personales y experiencia	Motivaciones para tener un negocio	0.868	Correlación positiva muy fuerte	.001	Acepta
	Perfil de negocio	0.765	Correlación positiva considerable	.004	Acepta
	Recursos disponibles para mujeres emprendedoras	0.677	Correlación positiva considerable	.022	Acepta
	Problemas en negocios	-0.210	Correlación negativa débil	.512	Rechaza
	Medida del éxito	0.411	Correlación positiva media	.184	Rechaza
Motivaciones para tener un negocio	Características personales y experiencia	0.868	Correlación positiva muy fuerte	.001	Acepta
	Perfil de negocio	0.695	Correlación positiva considerable	.008	Acepta
	Recursos disponibles para mujeres -0.148 emprendedoras	0.718	Correlación positiva considerable	.006	Acepta
	Problemas en negocios	-0.148	Correlación negativa débil	.629	Rechaza
	Medida del éxito	0.327	Correlación positiva débil	.276	Rechaza
Perfil de negocio	Características personales y experiencia	0.765	Correlación positiva considerable	.004	Acepta
	Motivaciones para tener un negocio	0.695	Correlación positiva considerable	.008	Acepta
	Recursos disponibles para mujeres emprendedoras	0.829	Correlación positiva muy fuerte	.000	Acepta
	Problemas en negocios	0.032	Correlación positiva débil	.910	Rechaza
	Medida del éxito	0.637	Correlación positiva considerable	.011	Acepta
Recursos disponibles para mujeres emprendedoras	Características personales y experiencia	0.677	Correlación positiva considerable	.022	Acepta
	Motivaciones para tener un negocio	0.718	Correlación positiva considerable	.006	Acepta
	Perfil de negocio	0.829	Correlación positiva muy fuerte	.000	Acepta
	Problemas en negocios	-0.028	Correlación negativa débil	.928	Rechaza
	Medida del éxito	0.431	Correlación positiva media	.141	Rechaza
Problemas en negocios	Características personales y experiencia	-0.210	Correlación negativa débil	.512	Rechaza

	Motivaciones para tener un negocio	-0.148	Correlación negativa débil	.629	Rechaza
	Perfil de negocio	0.032	Correlación positiva débil	.910	Rechaza
	Recursos disponibles para mujeres emprendedoras	0.828	Correlación positiva débil	.028	Acepta
	Medida del éxito	-0.062	Correlación negativa débil	.825	Rechaza
Medida del éxito	Características personales y experiencia	0.411	Correlación positiva media	.184	Rechaza
	Motivaciones para tener un negocio	0.327	Correlación positiva débil	.276	Rechaza
	Perfil de negocio	0.637	Correlación positiva considerable	.011	Acepta
	Recursos disponibles para mujeres emprendedoras	0.431	Correlación positiva media	.141	Rechaza
	Problemas en negocios	-0.062	Correlación negativa media	.825	Rechaza

Fuente: Elaboración propia con apoyo de SPSS

Implicaciones teóricas

En la teoría de género se integra por normas culturales, estereotipos y expectativas de roles de género tomando en consideración la diversidad cultural de la tasa de porcentaje de la tasa de mujeres, el emprendimiento y la motivación (Eagly & Wood, 2002). Además de enfatizar que el género femenino es un grupo heterogéneo que poseen diferencias orígenes, experiencias y aspiraciones (Maslow & Carter, 2004).

Aunque trabajan en el área del emprendimiento con el mismo rigor que el género masculino, estas se enfrentan a situaciones con cierto nivel de hostilidad y sesgos culturales (Wajcman, 2004), por lo que deben modificar su comportamiento a un nivel masculino por que el comportamiento femenino genera obstáculos que crean un impacto negativo para el desarrollo de sus empresas (Carter, 1993).

Implicaciones prácticas

Además de las implicaciones teóricas en el rol del género en las empresas, la desigualdad y exclusión en términos empresariales provocan implicaciones prácticas en términos externos del involucramiento por parte del gobierno para el otorgamiento de prestamos para apoyar a los negocios dirigidos por mujeres que tienden a ser pequeños, aunque el capital de riesgo otorga un trato preferencial al hombre (Brush, et al, 2004). En términos internos en términos sociales el incremento de confianza mediante el establecimiento de redes empresariales (McGowan & McGeady, 2002).

A pesar de los aspectos negativos para el otorgamiento de capital de riesgo, se ha generado una evolución para el incremento a la iniciativa empresarial de PYMES dirigidas por mujeres mediante

centros de estímulo y apoyo para brindar una mayor oportunidad de desarrollo (Malach, et al, 2010).

Se puede observar un empoderamiento femenino en términos de momentos de crisis ajustan el volumen de sus empresas para adaptarse a las necesidades del mercado para lograr su sobrevivencia

Conclusiones

Los diferentes estudios respecto a la diversidad de género en términos de tasa de iniciativa empresarial evaluado por GEM evaluando a 43 países exponiendo que son más altas las tasas de iniciativa empresarial de los hombres a diferencias de las mujeres, esto es ocasionado por la exclusión social, económica y la desigualdad.

El emprendedurismo puede convertirse en un medio de inclusión económica para el género femenino, en especial aquellas que se encuentran en países en vías de desarrollo que son víctimas de la exclusión en los diferentes ámbitos.

Delimitaciones y futuro trabajo

El trabajo se realizó empleando la información del 2014 proporcionada en febrero del 2018 por (GEM), en donde cada año liberan la información obtenida en los 4 años posteriores. El trabajo futuro será indagar acerca del emprendedurismo femenino en la industria artesanal de México.

Referencias

- Anna, A., Chandler, G., Jansen, E., y Mero, N. (2000). Women Business Owners in Traditional and Non-Traditional Industries. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 279-303.
- Baptista, P., Fernández, R. y Sampieri, C., (2010). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Editorial Mc Graw Hill.
- Bennet, R., y Dann, S. (2000). The Changing Experience of Australian Female Entrepreneurs. *Work Organization*, 7(2), 75-83.
- Bhide, A. (2000). *The Origin and Evolution of New Business*. 1st edn. Nueva York: Oxford University Press.
- Brush, C., Carter, N., Gatewood, E., Greene, P., y Hart, M. (2001). *The Diana Project: Women Business Owners and Equity Capital: The Myths Dispelled*. Kansas City, Missouri: Ewing Marion Kauffman Foundation.
- Brush, C., Carter, N., Gatewood, E., Greene, P., y Hart, M. (2004). *Gatekeepers of Venture Growth: A Diana Project Report on the Role and Participation of Women in the Venture Capital Industry*. Kansas City, MO: Kauffman Foundation.

- Brush, C., Carter, N., Gatewood, E., Greene, P., y Hart, M. (2006), *Growth-Oriented Women Entrepreneurs and their Businesses: A Global Research. Perspective*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Cagica, L. (2005). Handbook of research on internationalization of entrepreneurial innovation in global economy. *SCOPUS*. DOI: 10.4018/978-1-4666-8216-0.
- Carter, S. (1993). *Female business ownership: current research and possibilities for the future*, in Allen, S. and Truman, C. (Eds). *Women in Business: Perspectives on Women Entrepreneurs.*, London England: Routledge.
- Carter, S. (2000). Improving the Numbers and Performances of Women-Owned Businesses: Some Implications for Training and Advisory Services. *Journal of Education and Training*, 42(4/5), 326-334.
- CEPAL. (12 de junio 2004). *Novena conferencia regional sobre la mujer de América Latina y El Caribe*. México D.F: Consenso de México.
- Coughlin, J. (2002). *The Rise of Women Entrepreneurs*. Westport, Connecticut: Quorum.
- Dzisi, S. (2008). *Women Entrepreneur in Small and Medium Enterprises (SMES) in Ghana. (Testis doctoral)*. Australia: Swinburne University of Tecnology.
- Global Entrepreneurship Monitor SABRAE. (2009). *Emprendedorismo no Brasil. Relatório Executivo*. Curitiba: Instituto brasileiro de calidad y productividad.
- Eagly, A., y Wood, W. (1999). The origins of sex differences in human behavior: evolved dispositions versus social roles. *American Psychologist*, 54(6), 408-423.
- Foro Económico Mundial. (2009). Global Gender Gap Report. Recuperado de http://iberpyme.sela.org/aDocs/Desarrollando_Mujeres_Empresarias_PYMES.pdf
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Hernández, L. (25 de octubre 2016). Igualdad de género sería posible en unos 170 años, según el WEF. El financiero. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/igualdad-de-genero-economica-y-laboral-una-realidad-en-170-anos-wef.html>
- Hisrich, R; & Brush, C. (1983). The Woman Entrepreneur: Management Skills and Business Problems. *Journal of Small Business Management*, 22(1), 30-37.
- Lerner, M., Brush, C., y Hisrich, R. (1997). Israeli Women Entrepreneurs: An Examination of Factors Affecting Performance. *Journal of Business Venturing*, 12(4), 315-339.
- Marlow, S., y Carter, S. (2004). ‘Accounting for change: professional status, gender disadvantage and self-employment. *Women in Management Review*. 19(1), 5-17.

- McGowan, P., y McGeady, C. (2002). An investigation of networking practices of female entrepreneurs as an aid to their efforts to create and sustain new ventures: Artículo presentado en Promoting Female Entrepreneurship Conference. *Dundalk Institute of Technology, Dundalk*.
- Nelson, G. (1989). Factors of Friendship: Relevance of Significant Others to Female Business Owners. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(14).
- Reynolds, P., Bygrave, W., Autio, E., Cox, L., y Hay, M. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor, 2002 Executive Report*. Wellesley, Massachusetts: Babson College.
- OIT. (2015). Informe mundial: la mujer en la gestión empresarial. Cobrando Impulso. Recuperado de : http://www.ilo.org/gender/Informationresources/Publications/WCMS_457317/lang--s/index.htm
- Organización de Estados Americanos (OEA). (Mayo 2013). RSE, PYMEs, e igualdad de género: módulo de capacitación. ISBN 978-0-8270-5999-3. Recuperado de http://www.oas.org/en/sedi/desd/csr/workshop_panama/docs/csr%20smes%20and%20gender%20equality%20module%20with%20case%20stories%20spanish%20final.pdf
- Pagés, S., y Piras, C. (2010). *El dividendo de género: como capitalizar el trabajo de las mujeres*. Washington, D.C.: BID.
- Pasteur, L. (2013). *Características y diferencias de la investigación documental, de campo y experimental*. Formación de competencias para la investigación.
- Saffu, K., y Takyiwa, M. (2004). *Strategic Capabilities of Ghanaian Female Business Owners and the Performance of their Ventures*. Obtenido de <http://www.nwbc.gov.documents/ICSB-Best Paper-2004pdf>.
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y libertad*. Barcelona: Editorial Planeta.
- Still, L. y Timms, W. (1999). *Small Business in Western Australia: A Comparative Gender Study. Report Number 1999-04*. The University of Western Australia Graduate School of Management, Perth.
- Tigges, L. y Greene, G. (1994). Small Business Success among men-and women-owned firms in rural areas. *Rural Sociology*, 59(2), 289-310.
- Timmons, J., y Bygrave, W. (1997). *Venture Capital: Reflections and Projections*. DL Sexton & R Smilor (eds) *Entrepreneurship 2000*. Chicago: Upstart Publishing.
- United Nations Industrial Development Organisation (UNIDO). (2001). Women Entrepreneurship Development in Selected African Countries. *United Nations Industrial Development Organisation, Vienna, Working Paper No. 7*.
- Shukla, M. (2011). *Entrepreneurship and small business management*. Kitab Mahal: Allahaba.
- Wajcman, J. (2004). *Technofeminism*. Cambridge: Polity.

Anexos

Anexo 1

Cuadro 1: Alpha de Cronbach

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.832	.852	15

Fuente: Elaboración propia con SPSS

Anexo 2

Cuadro 2: Alpha de Cronbach

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.813
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	101.708
	gl	10
	Sig.	.000

Fuente: Elaboración propia con SPSS

Anexo 3

Cuadro 3: Resumen del modelo con R²

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.901 ^a	.849	.624	175.522

Fuente: Elaboración propia con SPSS

Anexo 4

Cuadro 4: Correlaciones

Correlaciones							
		Características personales y experiencia	Motivaciones para tener un negocio	Perfil de negocio	Recursos disponibles para mujeres emprendedoras	Problemas en negocios	Medida del éxito
Características personales y experiencia	Correlación de Pearson	1	0.868**	0.765**	0.677*	-0.210	0.411
	Sig. (bilateral)		.001	.004	.022	.512	.184
	N	15	15	15	15	15	15
Motivaciones para tener un negocio	Correlación de Pearson	0.868**	1	0.695**	0.718**	-0.148	0.327
	Sig. (bilateral)	.001		.008	.006	.629	.276
	N	11	13	13	13	13	13
Perfil de negocio	Correlación de Pearson	0.765**	0.695**	1	0.829**	0.032	0.637 [†]
	Sig. (bilateral)	.004	.008		.000	.910	.011
	N	12	13	15	13	15	15

Recursos disponibles para mujeres emprendedoras	Correlación de Pearson	0.677*	0.718**	0.829**	1	-0.028	0.431
	Sig. (bilateral)	.022	.006	.000		.928	.141
	N	11	13	13	13	13	13
Problemas en negocios	Correlación de Pearson	-0.210	-0.148	0.032	0.828	1	-0.062
	Sig. (bilateral)	.512	.629	.910	.028		.825
	N	12	13	15	13	15	15
Medida del éxito	Correlación de Pearson	0.411	0.327	0.637*	0.431	-0.062	1
	Sig. (bilateral)	.184	.276	.011	.141	.825	
	N	12	13	15	13	15	15

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Fuente: Elaboración propia con SPSS