



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.

Comportamientos socio culturales y el género como factores clave para el espíritu emprendedor, un análisis al GEM

Lizbeth Estefanía Gutiérrez-Rodríguez ¹

Kurt Tonatiuh Winkler-Benítez *

Alejandro Campos-Sánchez *

Resumen

El presente trabajo ofrece un análisis descriptivo, explicativo y evaluativo de los datos aportados por el Global Entrepreneurship Monitor en su reporte anual 2019-2020, en lo referente a factores socio-culturales que, relacionados con el género, afectan de manera positiva las actitudes y el comportamiento emprendedor de los individuos en diferentes países. A través del análisis de datos secundarios, en este trabajo se logra identificar que los factores socio culturales en distintos países, afectan las motivaciones y los porcentajes en la actividad emprendedora por género. De la misma forma, los roles sociales en las culturas y la percepción misma de la actividad emprendedora, constituyen unos de los principales factores a considerar en este fenómeno. Al contrastar los datos con las teorías presentadas, encontramos una marcada influencia de la cultura en las motivaciones y actitudes emprendedoras en los países, desde una perspectiva de género.

Palabras clave: Emprendimiento, género, GEM

Abstract

This work presents a descriptive, explicative and evaluative analysis, of the data reported by the Global Entrepreneurship Monitor in its 2019-2020 annual report, referring to the socio-cultural factors, related to gender, that positively affect entrepreneurial attitudes and behaviors of individual in different countries. Through the analysis of secondary data, in this work is possible identify that socio-cultural factors in different countries effectively affect in a positive way the motivations of individuals to become entrepreneurs and affect as well the entrepreneurial activity itself by gender. In the same way, the social roles in cultures and the perception itself of entrepreneurial activity, represent some of the principal factors to consider when studying the entrepreneurial phenomenon. Contrasting the data analyzed with the theory consulted, we found a strong influence of culture in the motivations and attitudes within countries from a gender perspective.

Keywords: Entrepreneurial activity, gender, GEM

^{1**} Universidad de Guadalajara

Introducción

El comportamiento emprendedor de los sujetos, ha sido un tema central en la discusión científica de las últimas décadas. Esto se debe en primera instancia, a la importancia que ha ganado la actividad emprendedora como pilar fundamental de sustento de las economías alrededor del mundo, principalmente las emergentes; pero también se debe al reconocimiento por parte de los investigadores de la importancia de analizar no solo el fenómeno emprendedor como un hecho consumado por uno a varios sujetos, sino la esencia del sujeto mismo que lleva a cabo la acción emprendedora.

Comprender la intención emprendedora en los individuos es de vital importancia en la predicción de la conducta, pues las intenciones son un factor determinante subsecuente de un comportamiento. Así el proceso de la toma de decisiones para emprender puede ser considerado como una conducta motivada o un comportamiento planificado. Por ello la teoría del comportamiento planificado propuesta por Ajzen (1998) busca predecir una determinada conducta considerando factores internos o externos de un individuo. Esta discusión teórica nos lleva a considerar si el género es una variable con la cual los comportamientos planificados y el desarrollo de conductas motivadas afecta más a los hombres o mujeres al momento de desarrollar el espíritu del emprendedor.

Paralelamente es importante entender que el género histórica y socialmente hace referencia a los roles que se le atribuyen a mujeres y hombres. Existen diferencia entre género y sexo, ya que el primero es una categorización social y el segundo hace referencia las diferencias biológicas. La sociedad determina los roles de género que esperan que los hombres hagan ciertas actividades relacionadas a los masculino y las mujeres otros relacionados a lo femenino.

La teoría del rol social nos habla sobre el rol que la sociedad espera que tengan hombres y mujeres según su género (masculino y femenino) y estos son determinante en las actividades que realizan en sus vidas cotidianas. De esta manera es como se hace una sincronización entre los elementos de la teoría del comportamiento planificado y la teoría del rol social.

En esta investigación se abordan las motivaciones y aspiraciones de los emprendedores y como la influencia de estos roles de género en diferentes sociedades varían; cada cultura influye en los motivos por los que deciden emprender hombres y mujeres. Pues los elementos binarios de masculino y femenino generan ciertas expectativas de actividades que a su vez nutren una rutina que se ve reflejada en hábitos, comportamientos y conductas.

Con una comprensión de la intención de comportamientos divididos por el género mediante un análisis del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) sobre los periodos desde el 2015 al 2020, se muestra que

los hombres emprenden más que las mujeres en la mayoría de los países, así como las motivaciones y aspiraciones que varían dependiendo de la cultura, la sociedad y su influencia sobre el género.

Planteamiento del problema

La intención emprendedora es un estado mental que las personas poseen en favor de optar por la creación de una nueva empresa o la creación de valor al interior de organizaciones existentes. Es el compromiso para desempeñar el comportamiento necesario para llevar a cabo una iniciativa emprendedora (Krueger, 1993).

Acorde con los datos presentados en el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se habla de una brecha entre el emprendimiento entre hombres y mujeres, así como sus motivaciones para comenzar un negocio. En donde encontramos que 7 mujeres emprenden por cada 10 hombres en promedio, pero esta cifra no es precisa pues no todos los países tienen las mismas condiciones y muy pocos países tienen tasas iguales de emprendimiento entre hombres y mujeres.

Acorde con los patrones de cultura, sociedad y género existen relaciones discriminatorias. En el estudio de (Henry et al, 2016) realizado para niños en una juguetería se encontró que a las mujeres se les enseña que no tienen lugar en los negocios, en este ejemplo se puede destacar que este sesgo de actividades se relaciona con las expectativas que se esperaría que desempeñen según su género.

Como antes se hizo mención el espíritu del emprendedor es una intención a generar; es un proceso necesario antes de llevar a cabo una acción y sobre pensamientos planificados. Los cuales se pueden ver influidos por los factores culturales y sociales del entorno del emprendedor lo cual representa una desventaja para algunos países al momento de fomentar una cultura emprendedora equitativa.

Actualmente podemos encontrar en varios estudios que existe una brecha en distintos ámbitos a nivel global entre hombres y mujeres, ya sea de carácter social o cultural. La brecha salarial como ejemplo nos demuestra que en muchos casos hombres y mujeres que realizan la misma tarea reciben un sueldo diferente, si bien es cierto es importante estudiar las particularidades de cada uno de estos elementos para comprender esta diferencia de sueldos, es una realidad a niveles generales.

Estos elementos que hacen una discriminación cultural o social, estos sesgos que se generan y que impactan en la diferenciación del género y no de las actividades que se desempeñan, hacen un llamado a la reflexión sobre la situación a nivel global sobre cómo se ve afectado el espíritu del emprendedor en diferentes culturas. Uno de los principales objetivos y motivos de este análisis es entender bajo estas dos teorías centrales el emprendimiento que nos ayudará a explicar cómo la desigualdad en el emprendimiento se ve afectada por diferentes factores que recaen sobre el género.

Es por ello que, para entender este análisis es importante cuestionarnos sobre cuáles factores de comportamiento afectan el espíritu emprendedor entre los individuos a nivel global; de la misma forma es fundamental identificar los factores de comportamiento que tienen mayor impacto en el espíritu emprendedor y si dichos factores dominantes tienen el mismo impacto en hombres que en mujeres.

Este trabajo tiene como objetivo final, describir los factores de comportamiento que afectan al espíritu del emprendedor entre los sujetos, así como analizar el nivel de impacto que tienen los factores de comportamiento en el espíritu del emprendedor y tratar de explicar cómo estos factores dependiendo del país, influyen en la brecha del emprendimiento entre hombres y mujeres.

Marco teórico

La acción racional

Simon (1984) estableció que la racionalidad es afectada por elementos personales, elementos como la capacidad de absorber información, experiencia, asimetría de información, incertidumbre entre otros elementos son fundamentales en el proceso racional para la toma de decisiones.

Una decisión es la elección de la alternativa más adecuada de entre varias posibilidades con el fin de alcanzar un estado deseado, considerando la limitación de recursos (Simon,1984). Simón al tomar esto en cuenta maneja la constante de la “limitación” la cual permite entender mucho mejor el contexto al momento de tomar decisiones pues al no tener una información perfecta, acorde a los postulados de la economía neoclásica, se elige la mejor alternativa considerando la escasez y la incertidumbre.

Coase (1993) menciona que bajo los principios de la teoría económica clásica el “*homo economicus*” no debería tener problemas en la toma de decisiones pues su comportamiento humano es de forma completamente racional ante sus estímulos ya que es capaz de tener una información perfecta y procesar esta información para tomar la decisión que optimiza más su beneficio.

Como antes se hizo mención la intención de realizar algo es un proceso que lleva a una acción. Esta acción debe verse con factores como el juicio, acciones y deseos. De esta manera como antecedente es importante mencionar que la teoría de la elección racional o la teoría de la acción racional es un antecesor de la teoría del comportamiento planificado, la cual es una de las teorías base en este análisis.

En la realidad se pueden encontrar muchos ejemplos o áreas en las que no se producen los supuestos teóricos. Los movimientos de precios determinan en parte las preferencias sobre el agente económico en el factor precio. Sin embargo, por ello no significa que no existan etapas de planeación por parte de los agentes económicos. Estos realizan previsiones y eligen alternativas, lo cual es necesario para que

exista orden en el sistema. Y es como la sociedad se convierte no en una organización, sino en un organismo.

Sesgos cognitivos y toma de decisiones

Como ya se ha mencionado Coase (1993) menciona que los supuestos económicos no necesariamente se cumplen a su totalidad, si bien es cierto que existen y son presenciales estos no necesariamente son la única explicación para la toma de decisiones racional. Los individuos reales no asumen perfectamente los supuestos de la acción racional todo el tiempo. Las decisiones son cambiantes en cada momento.

Por su parte Knight (2015) ha dado elementos concretos para explicar como estos elementos de la asimetría de información llevan hacia las preferencias marcadas y a la generación de empresarios. Knight explica que en un sistema donde no hay incertidumbre los individuos tienen una absoluta libertad. En su obra *Risk, Uncertainty and Profit*. Pues sin ninguna incertidumbre y estando cada individuo en un perfecto conocimiento de la situación, no es necesario que exista el control o la toma de decisiones o la administración pues cada elemento es completamente automático al conocer los resultados y los pagos.

Es aquí que entra la importancia de la incertidumbre pues los factores de ignorar y la necesidad la ejecución de una actividad se convierte realmente en un aspecto secundario de la vida; el principal problema o función es decidir qué hacer y cómo hacerlo.

Es aquí donde entra la teoría del empresario a hacernos mención de que esta clase especializada que organiza, dirige las actividades de otros a cambio de salarios garantizados. En donde asumir el riesgo y compartir el beneficio no necesariamente sigue los patrones de precios ni de los principios económicos clásicos.

Uno de los principales desarrollos sobre estos elementos es el trabajo de Kahneman y Thaler (1991) que aplica la investigación científica a las tendencias cognitivas y emocionales para una mejor comprensión del proceso de toma de decisiones económicas los beneficios y la asignación de recursos (Vázquez, 2017). El cual no niega que existe un egoísmo por parte de los individuos sin embargo que no necesariamente obedece a los paradigmas de la escuela clásica y ayuda a complementar la racionalidad en la toma de decisiones del agente económico.

De esta manera con la llamada “economía del comportamiento” se hace una noción más clara en la academia que el agente económico no tiene toda la información y no tiene una noción absoluta del beneficio el riesgo y la incertidumbre lo cual no le permite analizar todos los escenarios para optimizar sus decisiones y esto dificulta la elección.

La característica central de los agentes económicos no es que razonen pobremente, sino que con frecuencia actúan intuitivamente. Y la conducta de estos agentes no es guiada por lo que puedan calcular o computar, sino por lo que observan en ese momento (Kahneman, 2018). Una disciplina que contradice, hasta cierto punto, los elementos de la acción racional.

En esta mezcla de elementos psicológicos conductuales y elementos de la escuela clásica se puede apreciar que el individuo tiene una racionalidad limitada y algunas veces hace decisiones que se ven afectadas por su entorno o factores exógenos o del supuesto económico del “egoísmo” de la teoría clásica económica.

Teoría del comportamiento planificado

Como mencionamos en un principio; la intención de realizar algo es un proceso que lleva a una acción. Acorde con los elementos del GEM para comprender cómo la gente emprende es necesario tener en consideración tanto los elementos individuales como las variables exógenas de los elementos en donde se emprende.

Una de las teorías “mixtas” que puede englobar de mejor manera este comportamiento con lo anteriormente mencionado es la Teoría de Comportamiento Planificado (TCP), la cual es un modelo general para explicar el comportamiento individual; este ha sido muy útil para la evaluación de la intención emprendedora en el marco de la investigación en emprendimiento (Krueger et al, 2000).

El comportamiento planificado plantea que las acciones del individuo si bien es cierto responden a estímulos personales como las preferencias, existen acciones del individuo que están precedidas por decisiones conscientes para actuar de manera determinada.

Establece que estas intenciones son la resolución de actitudes presentadas por las experiencias que el agente económico ha tenido conforme al tiempo, se puede definir en dos elementos importantes en este marco los cuales son: características personales, percepciones construidas por el individuo por experiencias pasadas (esto lo podemos considerar como los sesgos conductuales), estos dos elementos constituyen la importancia para tomar en cuenta la toma de decisiones.

Según Ajzen (1991) hay tres determinantes de la intención para un comportamiento:

1. Actitud hacia el comportamiento: Se puede entender como la valoración favorable o desfavorable del comportamiento en cuestión. Es decir, es un reflejo de las creencias y opiniones que tiene el individuo sobre un comportamiento y su grado de valoración desde su perspectiva.

2. Normas subjetivas: Son los elementos exógenos percibidos por el individuo, estos se ven reflejados en la presión social para realizar o no una conducta o una acción. Es una referencia al grado de comportamiento entre los elementos personales y los elementos sociales. Explica cómo las acciones repercuten en la realización de los deseos del individuo y su impacto en el medio social.
3. Percepción de control del comportamiento: Se puede entender como la percepción con la cual el individuo visualiza las cosas. Es decir, la facilidad o dificultad que observa, imagina o percibe el individuo conforme a sus habilidades para llevar a cabo una acción determinada.

De esta manera en un modelo mixto es más sencillo entender el “espíritu emprendedor” de los análisis publicados por el GEM para poder explicar mediante estas teorías su comportamiento. Otro elemento importante es entender cómo repercuten estos elementos entre los dos sexos y cuáles son las barreras que existen para cada uno de ellos.

Género

Conceptualización

Gamba (2008) menciona que el género es considerado como una categoría social es una de las contribuciones teóricas significativas del feminismo contemporáneo, que surge para explicar las desigualdades entre hombres y mujeres. Nos dice que en general “el género” es una definición que es histórica y social sobre los roles, identidades y valores que se atribuyen a hombres y mujeres.

Gartzia et al. (2012) nos hablan del género respecto a distintos roles que son estereotipados por una conducta que es esperada como feminidad en las mujeres y masculinidad en los hombres, lo que determina cómo actuarán frente a diferentes situaciones.

Butler (2004) define al género como un aparato mediante el cual se produce o se normaliza lo que es considerado como femenino o masculino junto con formas hormonales, cromosómicas, psíquicas y performativas que este asume. nos habla de la diversidad del género y su múltiple interpretación, así como de la existencia de normas sociales en el mundo cultural en el que nacemos.

Acker (1992) dice que el género se refiere a un patrón social de distinciones entre hombres y mujeres, lo femenino y lo masculino. El género a través de los años ha ido adecuando el significado como lo conocemos hoy en día, y es gracias a las feministas que se le da la definición actual, Lamas (1999) nos dice que el género como categoría en el campo de las ciencias sociales es una de las contribuciones teóricas más significativas del feminismo contemporáneo.

Diferencia entre sexo y género

No podemos abordar el género del sexo, el primero se refiere a una condición biológica y el segundo analizando las definiciones de diferentes autores podemos observar que se habla en sentido de la construcción social de roles asociados a masculino y femenino relacionado a la cultura, este último término en su comienzo a este significado fue utilizado por las feministas como una categoría social y cultural Scott J. (2011).

Pérez-Quintana (2013) nos dice que el concepto de género con niega las diferencias biológicas entre sexos, es decir considera se consideran de poca utilidad para entender e interpretar el cómo la sociedad y la historia han atribuido lo que es femenino y lo que es masculino y culturalmente es considerado como natural. Esta misma autora cita a (West y Zimmerman, 1987; Ahl, 2006) que dicen el sexo “es” pero el género se “hace”. Butler (1986) dice que cuando hablamos de sexo nos referimos a la anatomía como destino, y el género como el significado cultural.

Roles de Género

Lamas (1999) menciona la conceptualización de las teóricas feministas en donde el género es un “conjunto de ideas, representaciones, prácticas y prescripciones sociales que una cultura desarrolla desde la diferencia anatómica entre los sexos, para simbolizar y construir socialmente lo que propio de los hombres (masculino) y lo que es propio de las mujeres (femenino). En este mismo sentido Scott (1990) dice que los roles sociales son construcciones culturales.

Beauvoir (1987) en su famosa frase “uno nace mujer, se hace” en su libro los dos sexos hacen referencia a que la mujer es una construcción social, en donde se establece un patrón de conductas con actitudes establecidas que son consideradas como femeninas, esto va más allá de una condición biológica. Butler (1986) habla el género como una construcción cultural, una interpretación cultural variable del sexo, en donde se espera que siendo mujer se tengan ciertos comportamientos relacionados a lo femenino que por el sexo con es que se nace se espera que tengan.

Teoría del Rol Social

Esta teoría nos habla de la división en grupos, con características biológicas en “hombre y mujer” y de género “las conductas que debe tener cada uno” esta última relacionada a estereotipos o roles de género que se asignan en la sociedad. Los roles de género influyen el comportamiento de las personas y en su relación como sociedad García-Leiva (2005).

Los roles sociales que se atribuyen a hombres y mujeres son determinantes las actividades que realizan pues es lo que les corresponde o se espera según la sociedad que hagan según su género, además estos influirán en los grupos sociales, su estructura y clase social Eagly y Steffen (1984).

Eagly y Wood (2012) sostienen que “las diferencias de sexo y las similitudes en el comportamiento reflejan el rol de género creencias que a su vez representan la percepción de las relaciones de los roles sociales de hombres y mujeres en la sociedad en la viven”, dicen que las personas desarrollan roles de género que promulgan de roles sociales específicos , y que la socialización facilita estos roles “típicos” de sexo que permite que hombres y mujeres desarrollen los rasgos y la personalidad apropiados.

Koenig y Eagly (2014) nos dicen que cuando los comportamientos de los miembros de los roles típicos se generaliza a todos es entonces cuando nacen los estereotipos grupales, además los comportamientos tendrán variación cambian de un grupo social a otro.

En general el rol social se reduce a actividades que se espera que hagan un determinado en donde en lo general se dividió en dos (hombres y mujeres), que varían dependiendo la edad, la cultura y estrato social que pertenecen, etc. que son estereotipos sociales a seguir.

López-Zafra et al. (2008) dicen que “Las características que se atribuyen a hombres y mujeres influyen hasta el punto de determinar qué es correcto o no hacer, y también pueden influir en la participación y en la asunción de distintos roles sociales que impliquen poder”.

Esta teoría habla de cómo la separación de las personas en grupos las conllevar a asignarlas a una categoría que primeramente es biológica (hombre y mujer), segundo por el género (femenino o masculino) este asignándoles un rol en la sociedad con modelo a seguir de estereotipos y que incluyen diversas variables según a cultura y que los categoriza y jerarquiza.

Metodología

Tipo y diseño de la investigación

El presente trabajo “Los comportamientos socio culturales y el género como factores clave para el espíritu emprendedor, un análisis al GEM.” Corresponde a un proyecto para identificar e interpretar las variables que afectan al espíritu emprendedor.

Por los objetivos de la investigación, será un estudio descriptivo, explicativo y evaluativo. Así como por su naturaleza es una investigación tanto cualitativa como cuantitativa en razón de buscar analizar estas variables, mediante la interpretación y comprensión de los resultados obtenidos por parte del GEM.

Es de carácter explicativo porque establece una relación causa y efecto con el interés de averiguar cuáles son los factores socio-culturales que afectan al espíritu emprendedor, así como el impacto del género y los factores de comportamiento. Esto acorde a las teorías del comportamiento planificado y la teoría del rol social con las cuales se explica cómo afectan las variables al espíritu del emprendedor.

La investigación evaluativa refiere al análisis que se realizó sobre las tablas mostradas en el GEM, se realizó una modificación de las tablas para un mejor entendimiento del comportamiento, factores socio-culturales y género conforme a la revisión del periodo 2015 a 2020. Mediante los gráficos mostrados y análisis de casos particulares. Se presentan resultados de impacto de estas teorías sobre los resultados del GEM. Con el propósito de cumplir con los objetivos establecidos se incide en cuales son los principales factores que influyen en el espíritu del emprendedor.

Discusión de los datos

El GEM 2015 representa la décimo séptima encuesta global anual de emprendimiento actividad a través de múltiples fases de los procesos de negocio; las características, motivaciones y ambiciones de empresarios.

Los elementos conceptuales del GEM tratan de representar las características multifacéticas del emprendimiento, reconociendo lo proactivo, innovador y el comportamiento responsable de riesgo de individuos, siempre en interacción con el entorno. Debemos entender también que cada GEM tiene diferentes elementos lo que hace difícil hacer una comparativa a través de los años.

Para el año 2015 se hace una evaluación concreta de las percepciones sociales sobre lo que se considera un emprendimiento en la economía. La cultura, la historia de una sociedad, política y entorno empresarial, y muchos otros factores pueden influir en su visión hacia el emprendimiento, que puede, en a su vez, afectar las ambiciones empresariales y la medida en que esta actividad es apoyada.

Entre las 45 economías participantes en GEM 2013–2015, el miedo al fracaso ha disminuido año tras año en varias economías: entre ellas, Finlandia y Suecia en Europa, Ecuador y Puerto Rico en América Latina y el Caribe y Vietnam y Malasia en Asia. Más del 60% de las personas en Senegal y Botswana declaró que tenían la intención de comenzar un negocio en los próximos tres años. Altas intenciones en estos dos países fueron consistentes con la alta oportunidad y percepciones de capacidad y poco miedo de fracaso.

En un sentido amplio, las mujeres son menos propensas que los hombres a participar emprendimiento, pero cuando lo hacen, son más propensas a hacerlo fuera de necesidad. Esto difiere mucho, sin embargo, alrededor del mundo.

El siguiente análisis que se toma en cuenta para esta discusión es del año 2016, es el décimo octavo en el cual el GEM analiza el emprendimiento en diferentes áreas o fases. Desde sus actividades empresariales hasta la tasa de emprendimiento de las 64 economías en las cuales fue realizado se evalúan las características, motivaciones y ambiciones que conllevan al emprendedurismo.

En 61 países de los analizados más de dos tercios de los adultos la población cree que los empresarios disfrutan de un alto estatus dentro de sus sociedades. Las motivaciones generalmente son positivas hacia el emprendimiento. Alrededor del 60% las economías impulsadas por la eficiencia consideran que iniciar un negocio es una buena elección de carrera.

En un promedio general 42% de personas en edad laboral ven como una buena oportunidad comenzar un negocio en un área de especialidad. Más de la mitad de los encuestados consideran tener las habilidades necesarias para comenzar un negocio, mientras que un tercio indica que por algún elemento de sesgo o miedo al fracaso inhibiría su oportunidad de emprender, esto lo podemos relacionar con el espíritu emprendedor.

En general, el 22% de las personas encuestadas en las 64 economías expresaron una intención de iniciar un negocio en los próximos tres años. África tiene uno de los más altos niveles de emprendimiento con un 42%, América Latina tiene una intención empresarial de 32%. Paralelamente menos del 40% de los europeos perciben el emprendedurismo como adecuado ya que no creen tener las habilidades empresariales para estas oportunidades.

Los emprendedores tienen motivos específicos para emprender pues estos buscan mejorar su situación económica o tener más independencia financiera. Este índice revela que en 2016 hubo 1.2 veces más empresarios impulsados por la necesidad

Por otra parte, la mujer es más propensa a iniciar negocios por necesidad, en comparación con los hombres, en tres regiones (América Latina, el Caribe, África y Europa); sin embargo, en Norteamérica, Asia y Oceanía no hay diferencia en motivación entre hombre y mujer empresarios.

En tres economías, las mujeres tienen una tasa de emprendimiento igual o superior que los hombres en Indonesia, Brasil y Malasia. En los dos asiáticos economías, más del 80% de las mujeres empresarias están motivados por las oportunidades, informando niveles más altos de motivos de oportunidad que su contraparte masculina.

En el análisis del 2017 del GEM se encontró que los hombres tienen más probabilidades de involucrarse en el emprendimiento que las mujeres, así como en años anteriores, independientemente del nivel de desarrollo económico, que muestra diferencias en factores como costumbres, cultura, que reflejan

infraestructura de cuidado de niños que este es un factor que influye en la participación en la economía de las mujeres, en donde por factores culturales esta es una tarea asignada a ellas.

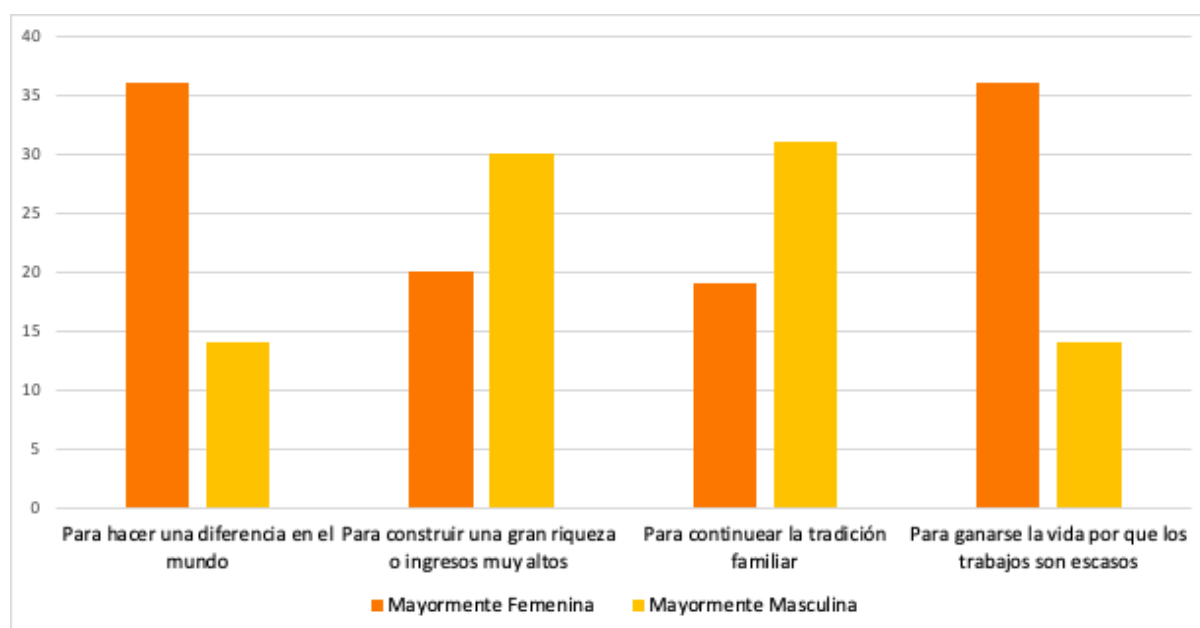
Tanto el GEM de 2017 como en el de 2018 la región también varía la participación de las mujeres por ejemplo en Latinoamérica existe más participación que en América del norte. En cambio, en Europa tiene un nivel muy bajo de participación de mujeres en emprendimiento.

En cuanto las motivaciones mencionan que ambos pueden estar motivados por la necesidad, pero las mujeres tienen un nivel más de probabilidad de motivarse por esto, en cuanto a la economía motivada por la innovación las mujeres suelen estar más motivadas.

El GEM 2019-2020 en su encuesta sobre motivaciones y aspiraciones en donde se preguntó las motivaciones por las cuales se emprendió un negocio dando como opciones hacer una diferencia en el mundo, para construir una gran riqueza o ingresos muy altos, para continuar una tradición familiar o para ganarse la vida porque los trabajos son escasos en una escala Likert. Según estos datos pueden existir diferencias entre la naturaleza o la sostenibilidad de los negocios dependiendo el género, y también la variación es distinta para algunos países.

Cada economía tiene tendencias diferentes en su motivación y su perfil es único, aunque en algunas regiones se puede encontrar alta tendencia como en América latina del motivo ganarse la vida por la escasez de empleos. La siguiente gráfica muestra los resultados acerca de las motivaciones.

Gráfica 1. Motivaciones para emprender



Fuente: Elaboración propia con datos del GEM 2019-2020

En esta gráfica se puede observar claramente que existen dos motivos predominantes para los hombres “Construir una gran riqueza o ingresos muy altos” y “Para continuar con la tradición familiar” y para las mujeres “Para hacer una diferencia en el mundo” y “Para ganarse la vida porque los trabajos son escasos”.

Garitzia et al. (2012), en su estudio sobre la inteligencia emocional nos habla de comportamientos que estereotipan a la feminidad y al hombre, en donde a la mujer se le asocia rasgos de personalidad como la sociabilidad, la atención a las necesidades de los demás, la sensibilidad o la empatía que analizando los datos encontrados en el GEM podemos observar que las mujeres tiende a poner negocios por el motivo “Hacer la diferencia en el mundo” y con “Ganarse la vida por los trabajos son escasos”.

En cambio, los rasgos de la personalidad asociados a la masculinidad son la independencia, la asertividad, una alta orientación a la tarea o la ambición, que igualmente como pasó con la respuestas en el cuestionario del GEM incide en la asociación a las motivaciones por la que las hombres emprenden “Para construir una gran riqueza o ingresos muy altos” y con él “Para continuar una tradición familiar”.

Podríamos decir entonces que estas razones se deben a factores psicológicos que se dictan respecto al género y al pensamiento que se inculca como feminidad y masculinidad.

En el motivo emprender “Para hacer una diferencia en el mundo” observamos los siguientes datos.

Tabla 1. Emprendimiento por género

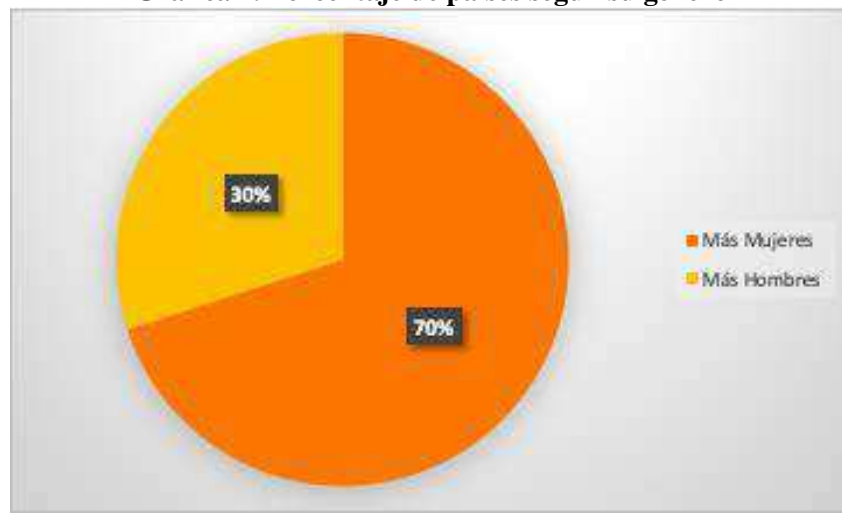
Continentes	País	Más Mujeres	Más Hombres	Continentes	País	Más Mujeres.	Más Hombres
	Brasil	x			Bielorusia	x	
	Chile		x		Canada	x	
Latinoamerica	Colombia		x		Croacia	x	
y el	Ecuador		x		Chipre	x	
Caribe	Guatemala		x		Alemania	x	
	México	x			Grecia	x	
	Panama	x			Irlanda		x
	Puerto Rico	x			Italia	x	
	Egipto	x		Europa	Letonia	x	
	Iran	x		y	Luxemburgo		x
	Israel	x		Norteamerica	Países Bajos	x	
	Jordan	x			Norte de Macedonia	x	
Africa	Madagascar		x		Noruega	x	
y	Marruecos		x		Polonia		x
Medio Oeste	Oman	x			Portugal	x	
	Katar	x			Federación Rusa	x	
	Atabia Saudita		x		Republica Eslovaca	x	
	Sudafrica	x			Eslovenia		x
	Emiratos Arabes	x			España		x
	Armenia	x			Suecia		x
	Australia	x			Suiza	x	
Asia	China	x			Reino Unido		x
y el	India	x			Estados Unidos	x	
Pacifico	Japon	x					
	Pakistan	x					
	Republica de Corea		x				
	Taiwan	x					

Fuente: Elaboración propia con datos del GEM 2019-2020

En la Tabla 1. podemos observar que la en la mayoría de los países se las mujeres son las que emprenden por este motivo, y podemos observar por región: en Latinoamérica y el Caribe 4 de 8 países son los hombres los que emprenden por este motivo. En África y Medio Oriente 8 de 11 países son las mujeres. En Asia y el Pacífico 7 de 8 países son mujeres. Y en Europa y América del norte 15 de 23 países.

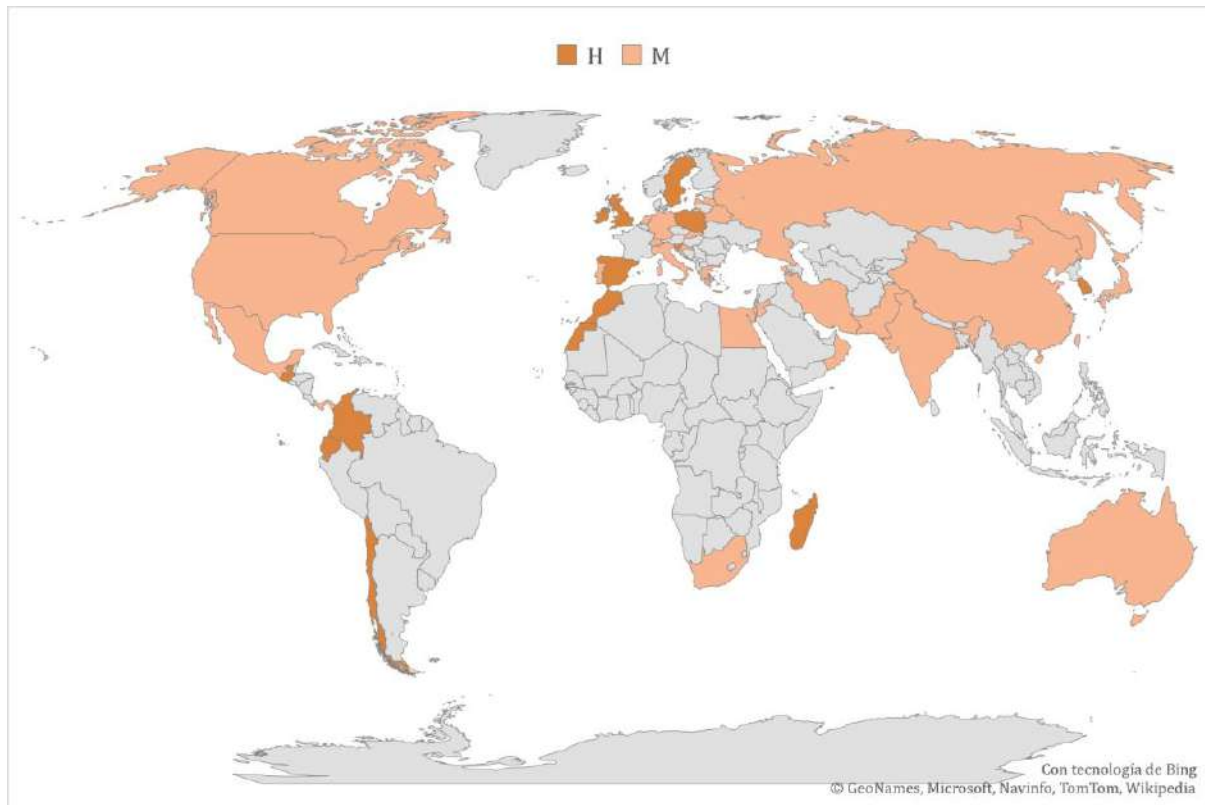
El Porcentaje de los cincuenta países analizados encontramos que en el 70% de los que emprenden por necesidad son las mujeres y el 30% son hombres, como podemos observar en la gráfica 2.

Gráfica 2. Porcentaje de países según su género



Fuente: Elaboración propia con datos del GEM 2019-2020

Mapa 1. Emprendimiento por Género



Fuente: Elaboración propia con datos del GEM 2019-2020

Un caso en particular llamó la atención pues de los países en donde las mujeres emprenden motivadas por hacer una diferencia en el mundo es el país que tiene el porcentaje más alto superior al 30%.

Caso Pakistán

El caso de Pakistán presentado en el estudio “Las Mujeres en Pakistán o el Poder del Patriarcado” de José Clavo en 2011 nos menciona tiene elementos fuertes en su sistema cultural y social en donde el hombre es la figura dominante. Los elementos culturales y el significado del honor entre las tribus y secciones religiosas generan elementos sociales que afectan a la situación de las mujeres del país. Estos impactos tienen influencia directa en su desarrollo personal.

El trabajo según el sexo en el país es marcado, en donde a las mujeres en su mayoría son responsables del cuidado del hogar y los hijos (sin medios económicos propios), mientras que los hombres son quienes ocupan los espacios en lo público, lo económico, la política, en la educación y en las actividades religiosas.

La estructuración por el género tiende a adentrarse en la sociedad y esto contribuye a que se asuma como algo natural, en este caso las asigna como personas subordinadas en donde no se les brinda de

herramientas para que puedan desempeñarse en un empleo en donde puedan ser económicamente autosuficientes.

En Pakistán existe un acuerdo social que es ancestral en donde se asigna un papel en la sociedad sobre su género y si se violan estas expectativas reciben fuertes sanciones. Las pautas del comportamiento esperados regulan las conductas en función del género que se esperan de las mujeres, (Clavo, 2011).

Mediante toda esta situación de las mujeres en Pakistán podemos observar claramente la influencia de los factores sociales y culturales en las actividades de este país y como rol de género les asigna tareas en función de su sexo y en donde a diferencia de otros países en este se pueden castigar.

Es interesante que este en este país en particular las mujeres que emprenden en motivo “Para hacer una diferencia en el mundo” sea que estén impulsadas en cambiar la situación en la que viven en su país y lograr la independencia económica.

Por otro lado, existen algunos países existe equidad en el emprendimiento aún son pocas solo seis países lo han conseguido Indonesia, Qatar, Madagascar, Tailandia y Angola, Panamá.

Conclusión

En conclusión, el emprendimiento es una actitud e intención que permite generar nuevos retos, nuevos proyectos. Se puede entender que existen dos elementos concretos para entender el espíritu emprendedor. Por una parte, lo que una persona esté insatisfecha con sus ingresos o estilo de vida y por ello busca una alternativa. La segunda condición es el sentido de necesidad de producir beneficios para el emprendedor. De esta manera es como se puede entender el emprendedurismo.

Después de la revisión teórica y del análisis de los datos pudimos observar cómo los factores culturales sociales influyen los roles de género y a su vez en el espíritu emprendedor y su motivación para hacerlo.

Es importante mencionar que los roles sociales se ven afectados por la cultura, la percepción que se tiene del emprendedurismo y las facilidades que tienen la nación para que este espíritu emprendedor no se vea como una variable para afectar la condición de género hacia el emprendedurismo.

Otro de los elementos importantes es mencionar que la teoría del rol social y la teoría del comportamiento planificado se puede entender como elementos conductuales en donde también se puede imponer las variables personales o individuales para fomentar alguna percepción en general y de esta manera cambiar los roles sociales y comportamientos sociales.

En el caso de ejemplo de Pakistán pudimos observar que, como la cultura, el rol de género y su conducta esperada puede ser el factor en que influya que las pocas mujeres que emprenden en este país en motivo de hacer una diferencia en el mundo sea debido a la situación y el sistema patriarcal en el que viven buscando.

Aunque en muchos países se han implementado políticas públicas para la eliminar la desigualdad por género y programas que buscan mayor participación de las mujeres en el emprendimiento aún existen muchas áreas de oportunidad sin embargo gracias a los históricos relacionados al GEM podemos observar que las desigualdades en el emprendimiento empiezan a cambiar.

Referencias

- Acker, J. (1992). Gendering organizational theory. In A. Mills, and P. Tancred (Eds.), *Gendering organizational analysis*. Sage.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Beauvoir, S. (1987). *El segundo sexo* (1a. Ed.). Siglo xx.
- Butler, J. (2004). *Deshacer el género* (2006th ed.). Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Butler, J. (1986). Sex and Gender in Simone de Beauvoir's Second Sex. *Yale French Studies* 72: 35–49
- Clavo, M. (2011). Las mujeres en Pakistán o el poder del patriarcado Brocar. *Cuadernos de investigación histórica*, 287-302.
- Eagly, A. H., y Steffen, V. J. (1984). Gender stereotypes stem from the distribution of women and men into social roles. *Journal of Personality and Social Psychology*, 735-754.
- Eagly, A. H., y Wood, W. (2012). Social role theory. In P. van Lange, A. Kruglanski, and E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories in social psychology* (pp. 458 – 476). Sage.
- Henry, C., Foss, L., y Ahl, H. (2016). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, 34(3), 217-241.
- Knight, F. H. (2015). *Riesgo, incertidumbre y beneficio*. Houghton Mifflin Company.
- Kahneman, D., y Thaler, R. (1991). Economic analysis and the psychology of utility: Applications to compensation policy. *The American Economic Review*, 81(2), 341-346.
- Kahneman, D. (2018). *Pensar rápido, pensar despacio*. Debolsillo.
- Koenig, A. M. y Eagly, A. H. (2014) Evidence for the social role theory of stereotype content: Observations of groups' roles shape stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology* 371–392
- Krueger N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 5–21
- KruegerJR, Norris y Reilly, Michael and Carsrud, Alan. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intention. *Journal of Business Venturing*. 15, 411-432.
- Gamba, S. (2008). ¿Qué es la perspectiva de género y los estudios de género? En *Diccionario de estudios de Género y Feminismos*. Editorial Biblos.
- García-Leiva, P. (2005). Identidad de género: Modelos explicativos. *Escritos de psicología*, 7, 71-81.

- Gartzia, L., Aritzeta, A., Balluerka, N., y Heredia, E. B. (2012). Inteligencia emocional y género: más allá de las diferencias sexuales. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 28(2), 567-575.
- Lamas M. (1999): Género, diferencia de sexo y diferencia sexual en ¿Género?, *Debate Feminista*, 10, 20.
- López-Zafra, E., Garcia-Retamero, R., Diekmann, A. B., and Eagly, A. H. (2008). Dinámica de estereotipos de género y poder: Un estudio transcultural. , 213-219.
- Pérez Quinta A. (2013). La influencia de los estereotipos de género en el emprendimiento: Una aplicación en el contexto de Catalunya (Tesis doctoral). Universidad de Barcelona, Barcelona, España.
- Scott, J. (2011). Género: ¿Todavía una categoría útil para el análisis? La manzana de la discordia, 95-101.
- Simon, Herbert A. (1984) "On the behavioral and rational foundations of economic dynamics", *Journal of Economic Behavior and Organization*, 5(1): 35-55.
- Vázquez, R. M. (2017). *Economía y psicología*. Ciudad de México: Fondo de cultura económica.
- Coase, R. H. (1993). Coase on Posner on coase: comment. *Journal of Institutional and Theoretical Economics (JITE)/Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft*, 149(1), 96-98.