

Mujeres emprendedoras: Análisis de los factores que promueven e inhiben su consolidación

Área de investigación: Administración de la micro, pequeña y mediana empresa

Zugaide Escamilla Salazar

Centro Universitario Atlacomulco
Universidad Autónoma del Estado México
México
zugaidees@hotmail.com

Sandra Alejandra Carrillo Andrés

División de Ciencias Sociales y Humanidades
Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa,
México
caas_sandra@yahoo.com.mx

Diana del Consuelo Caldera González

División de Ciencias Económico Administrativas
Universidad de Guanajuato, Campus Guanajuato
México
dccaldera@ugto.mx



Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria
México, D.F.

XVI CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E

Clayton K. Marshall / Pexels (Imagen) / Fotografía: Marko Lujovic / Olycom

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Mujeres emprendedoras: Análisis de los factores que promueven e inhiben su consolidación

RESUMEN

En las últimas dos décadas, las mujeres han incursionado en la actividad empresarial, creando, gestionando y lanzando exitosos proyectos. Estudios basados en datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) han demostrado que las empresas creadas por mujeres han comenzado a tomar fuerza en muchos países, impactándolos positivamente.

Sin embargo, los estudios y la literatura relacionados con la participación de las mujeres en la actividad emprendedora son muy escasos, y más para el caso de México, además de que generalmente se abocan a analizar a los emprendedores nacientes y consolidados, dejando de lado al potencial emprendedor.

Resulta clave dirigir la mirada hacia el estudio de las mujeres potencialmente emprendedoras, para comprender por qué a pesar del aumento en las tasas de creación de empresas de mujeres, estas todavía constituyen una minoría. El objetivo de este trabajo es analizar qué factores impactan a las mujeres emprendedoras potenciales en México. Para tal efecto, se utilizará la base de datos del GEM (2008), analizando tres variables que integran el capital humano y social. Lo anterior se hará mediante un análisis de regresión logística binaria.

Palabras clave: Mujeres empresarias, emprendedoras potenciales, capital humano, capital social.

Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

1.- INTRODUCCION

El espíritu empresarial es un área de creciente investigación a nivel mundial, esto se debe a que la creación de empresas impacta en el desarrollo y crecimiento de los países. La creación de empresas por parte de las mujeres es notoria en las últimas dos décadas, ellas se encuentran constantemente gestionando y lanzando proyectos empresariales, incluso estudios basados en datos del Global Entrepreneurship Monitor¹ (GEM) han demostrado que las empresas de las mujeres están comenzando a tomar fuerza en muchos países.

Sin embargo, la literatura muestra que a pesar de la participación de las mujeres en la actividad emprendedora los estudios relacionados con ellas siguen siendo escasos, sobre todo aquellos que utilizan los datos del GEM, dichos estudios se centran en regiones desarrolladas como América del Norte y Europa siendo muy escasos para México, aunado a esto, los niveles de análisis de dichos estudios se dirigen a empresas nacientes, nuevas y consolidadas, dejando a un lado la fase inicial del proceso emprendedor; de acuerdo con la clasificación de GEM lo llamaremos “*emprendedor potencial*”. Consideramos este nivel de análisis clave para comprender el incremento de la adaptabilidad y capacidad de renovación y recuperación; y mas refiriéndonos a las mujeres, ya que existen diversas explicaciones acerca del porqué logran o no su consolidación como empresarias como lo veremos a continuación.

Uno de los debates teóricos generados por la literatura que ha analizado a las mujeres empresarias es, por qué a pesar del aumento en las tasas de creación de empresas de mujeres, éstas todavía constituyen una minoría encontrando una diversidad de factores que se generan de enfoques provenientes de diversas áreas del conocimiento, tales como el económico, psicológico, sociológico o institucional.

Por tanto, el objetivo de este trabajo es analizar qué factores impactan a las mujeres emprendedoras potenciales en México. Para tal efecto, se utilizará la base de datos del GEM (2008), analizando tres variables que integran el capital humano y social. Cabe destacar que el capital humano integra a su vez a las variables edad y educación, el capital social a su vez integra a la variable conocer a otro empresario.

Se demostrará estadísticamente la relación que tienen las tres variables sobre la probabilidad de que una mujer en México tenga la intención de emprender y por tanto sea una emprendedora potencial.

Para tal efecto, el trabajo se estructura en 4 apartados; en el primero se analiza la literatura relevante sobre cada uno de los grupos considerados y sus respectivas variables; en el segundo se describe la metodología utilizada; en el tercero, se presentan los resultados; y finalmente en el cuarto las conclusiones y limitaciones de estudio.

¹ El proyecto GEM ofrece un estudio riguroso sobre de creación de empresas en diversos países. Del análisis que se realiza en los países participantes se generan informes anuales y la comunidad científica en el campo de la iniciativa empresarial ha tomado información valiosa de éste observatorio mundial para seguir construyendo conocimiento del campo empresarial mediante los datos que proporciona el proyecto, así, se han generado las investigaciones científicas con datos GEM.

2.- MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS

Este estudio se sitúa con los argumentos planteados por Shapero (1981), ratificados posteriormente por Krueger y Brazael (1994), según estos autores, la clave para incrementar la adaptabilidad, capacidad de renovación y recuperación de una economía consiste en incrementar la oferta de individuos que se consideran a sí mismos como emprendedores potenciales. Aunado a esto, hemos adoptado en este trabajo la perspectiva conductual propuesta por Arenius y Minniti (2005), más tarde retomada por Langowitz y Minniti (2007) en un estudio de género.

Según los cuales en estudios sobre el comportamiento emprendedor han de incluirse variables como la edad, educación, situación laboral, nivel de ingresos, percepción de oportunidad, autoconfianza, miedo al fracaso y, variables que se consideran del entorno ó también conocidas como relacionales (Starr y MacMillan 1990; Reynolds 1991; Larson y Starr 1993; Borch 1994; Hansen 1995) tal es el caso de la variable “conocer a otro empresario”.

Algunas de las variables anteriormente mencionadas se han relacionado con el capital humano en la formación del comportamiento individual (Burt, 1992; Davidsson y Honig, 2003); particularmente, la educación, se ha utilizado en el análisis de la fuerza laboral y se asocia con el comportamiento y éxito de los emprendedores potenciales (Becker, 1975; Bates, 1997; Greene, 2000).

Así mismo, algunas otras, variables, se les han considerado en diversos estudios de *entrepreneurship* como variables de capital social; tal es el caso de la variable conocer a otro empresario, según estos estudios los emprendedores realizan decisiones empresariales, imbuidos en sus estructuras sociales (Davidsson y Honig 2003; Hoang y Antoncic 2003; Burt 1992; Dubini y Aldrich 1991; Johannisson 1990), esa situación se genera tanto en emprendedores establecidos, como en aquellos que se encuentran en las fases iniciales del proceso emprendedor, es decir los potenciales.

Por tanto, con en este trabajo se considera el capital humano y el capital social como elementos explicativos al momento de decidir dar inicio a una actividad empresarial, incluyendo como primer acercamiento sólo tres variables, educación, edad y conocer a otro empresario.

En este sentido, nuestro trabajo se pretende aportar luz acerca del emprendedor potencial, el cual ha sido poco estudiado (Harada, 2005) en la literatura general; y aun menos para el caso exclusivo de mujeres, se han identificado dos estudios, sin embargo, se realizan desde una perspectiva de género para identificar las diferencias significativas de hombres y mujeres, siendo estos estudios los de Gatewood et al. (1995) y el de Detienne y Chandler (2007).

Creemos que para que una oportunidad sea descubierta, evaluada y explotada, ha de existir alguien dispuesto a adoptar el papel de emprendedor, y sin esta intención nunca tendría lugar el acto de emprender. Por tanto, la idea central es que la intención del comportamiento resulta de las actitudes y se convierten en el determinante inmediato de la conducta empresarial.

De acuerdo con Bird, (1988); Learned, (1992); Boyd y Vozikis, (1994), las intenciones de los individuos están predisuestas por factores de tipo personal como la experiencia previa, conocer a otro empresario, características de la personalidad, habilidades y de tipo contextual como las

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

52 (55) 5616.03.08

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

http://co
informac
Teléfono
Fax

variables sociales, políticas y económicas que influyen en la propensión de la persona para fundar una nueva empresa.

Otros estudios empíricos recientes de género con datos GEM, han abordando factores demográficos y económicos intentando explicar el comportamiento empresarial, encontrado que las variables edad, ingresos, educación, situación laboral, autoconfianza, percepción de oportunidades son fundamentales en las decisiones de una mujer para la puesta en marcha de un negocio (Langowitz y Minniti, 2007; Minniti y Nardone, 2007; Verheul et al. 2006; Wagner, 2007).

Un estudio reciente de género encontró que la educación tuvo un impacto positivo en la rentabilidad de las empresas propiedad de mujeres (Coleman, 2007), ya que la educación actualmente es mucho mejor en las mujeres que en los hombres, sin embargo, las mujeres deben prepararse más en otras áreas de tal manera que esta preparación impacte en sus negocios (Hisrich y Brush, 1984). Por otra parte, Blannchflower (2004) argumenta que la relación entre la educación y la creación de un nuevo negocio es incierta, con excepción de los países más ricos, donde la formación de posgrado ha demostrado tener efectos positivos en las tasas de la actividad emprendedora.

En este sentido, Taylor (1999) señala que las mujeres empresarias de estos tiempos están mejor preparadas que los hombres; sin embargo, concluye que los varones tienen tres veces más probabilidades de ampliar sus empresas. Similares resultados encontraron Shim y Eastlick (1998), donde las mujeres y los hombres reportaron un nivel de educación similar, la muestra fue con empresarios hispanos.

Por otra parte están aquellos que han encontrado que los niveles de formación de las mujeres siguen siendo bajos y, por tal motivo, generan pocas posibilidades de éxito (Lituchy et al., 2003), además, Gupta et al. (2009) encontró que las mujeres tienen menos intenciones de convertirse en empresarias, ya que estas no se perciben como empresarias (Verheul et al. 2005). De acuerdo a los argumentos expuestos, nuestra primera hipótesis es:

H1: Existe una relación positiva entre la intención emprendedora de las mujeres mexicanas y su nivel de estudios.

Siguiendo el razonamiento de la variable educación, toca describir la última variable que integra en este trabajo el grupo del capital humano y es la edad. Comúnmente esta variable se utiliza como medida para examinar la relación entre ser o convertirse en empresario. Estudios como los de Langowitz y Minniti (2007) y Minniti y Nardone (2007), los cuales utilizan datos GEM y cuyo objeto de estudio han sido países europeos, encontraron significativa dicha variable entre hombres y mujeres. Anteriores estudios empíricos dirigidos a hispanos han concluido que las mujeres son más jóvenes que los hombres al momento de convertirse en empresarias (Shim y Eastlick, 1998).

Detienne y Chandler (2007) han encontrado que las mujeres al igual que los hombres hacen uso de sus reservas únicas de capital humano para identificar oportunidades de negocio, sin embargo, los negocios de las mujeres en la mayoría de los casos está por debajo de los negocios de los

hombres (Verheul y Thurick, 2001) a pesar que se ha encontrado que estas empresarias son relativamente jóvenes y con una educación elevada.

Por ejemplo Reynolds et al., (2003); Low et al., (2005); Wilson et al., (2007) han establecido una generalización en estudios de emprendimiento respecto a la edad de los individuos al momento de crear un nuevo negocio, señalando que las intenciones empresariales se presentan a una edad relativamente temprana tanto en mujeres como en hombres, por tanto la edad más activa para la puesta en marcha de un negocio está integrada dentro del rango de los 25 a 34 años de edad y posteriormente va disminuyendo.

Otros estudios han argumentado que las mujeres no pueden ser tan jóvenes, debido a que la decisión de iniciar un nuevo negocio implica un proceso largo y lleno de elevados costos de amortización para lograr la actividad empresarial, de no ser así, el proceso les resulta más difícil, ya que a una corta edad la mujer no tiene tanta experiencia en el ámbito de los negocios; tal es el caso de Wagner (2007), el cual señala que la creación de un nuevo negocio resulta más atractiva a los 45 años de edad. De acuerdo a lo anterior, nuestra segunda hipótesis es:

H2: Existe una relación positiva entre la intención emprendedora de las mujeres mexicanas y su edad.

En otro contexto, el capital social, ha sido abordado cómo factor determinante para la consolidación de una actividad empresarial. Por ejemplo la sociología lo ha incluido en términos de los beneficios que los actores (emprendedores) obtienen a través de sus vínculos sociales (Portes, 1998; Coleman, 2007). La teoría del capital social, se refiere a la capacidad de los agentes para obtener beneficios de sus estructuras sociales y redes de pertenencias (Lin et al. 1981; Portes, 1998).

La literatura señala la importancia que ejerce el capital social y la forma en la cual se aprovecha la red de pertenencia social en la búsqueda de objetivos empresariales (Kwon y Arenius, 2008). Se dice que las redes sociales, proporcionan acceso a información fundamental tanto para los futuros empresarios como para los que ya están insertos en la actividad; en este sentido, la interacción con otras personas experimentadas y de las cuales en muchas ocasiones se obtienen rendimientos económicos, pueden facilitar el proceso empresarial.

En este sentido, el conocer a otro empresario, se ha asociado en la literatura con cuestiones de capital social, es decir, redes sociales (DeClerq y Arenius, 2006), las cuales contribuyen a la consolidación de la actividad empresarial tanto en hombres como en mujeres. Esta variable se ha correlacionado positivamente con las tasas de emprendimiento en estudios realizados por Minniti, (2005) y Koellinger y Minniti, (2006).

En este contexto, Davidsson y Honig (2003), en su estudio con empresarios nacientes suecos encontraron que el capital social predice fuertemente el inicio de la actividad empresarial, ya que ser miembro de una red (por ejemplo una cámara, confederación o tener padres, amigos o vecinos en los negocios) tuvo un efecto positivo y estadísticamente significativo. Por tanto, entre mas grandes sean las redes de vínculos o lazos sociales entre los individuos, mayor es la probabilidad de que sean descubiertas las oportunidades emprendedoras (Arenius y DeClercq, 2005).

http://com
informac

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

Por su parte, Sorenson et al. (2008) en un estudio empírico utilizaron para su muestra propietarios de negocios pequeños de ambos sexos, revelando que las mujeres muestran una mayor preferencia por una red. En contraste, Know y Arenius (2008) señalan que en muchas sociedades las mujeres pueden tener un menor nivel de capital social, generando poca actividad empresarial en sus contextos.

Mismos resultados encontraron Manolova et al. (2007) en su estudio de género en el cual se analizaron los efectos del capital social sobre el crecimiento de las empresas, concluyendo que entre las mujeres no tiene ningún efecto el pertenecer a una red con el crecimiento de sus empresas.

Desde otro punto de vista, un estudio pionero ha planteado que el papel de las redes de contactos personales incrementa la confianza emprendedora del individuo mediante el suministro de consejo, ejemplos y apoyo, ya que el capital social contribuye a reducir la incertidumbre inherente al establecimiento de un nuevo negocio (McGrath 2001), por tanto, ésta es una estructura que influye en el descubrimiento de oportunidades por parte de emprendedores potenciales (Singh et al. 1999; Aldrich y Zimmer 1986; Ardichvili y Cardozo 1999). En este sentido, nuestra tercera y última hipótesis es que:

H3: Existe una relación positiva entre la intención emprendedora de las mujeres mexicanas y su conocimiento acerca de otros empresarios.

En este estudio el capital humano y el capital social fueron considerados como elementos explicativos para la intención emprendedora de las mujeres en México. A modo de síntesis, en la figura no.1 se presentan las hipótesis que pretendemos contrastar en este trabajo.

Figura No. 1. Modelo de hipótesis



Fuente. Elaboración propia

3.- METODOLOGÍA

Los datos utilizados en este trabajo proceden de la base de datos proporcionada por el proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Este proyecto toma muestras de la población adulta total que se encuentran entre los 18 y 64 años de los países que participan en dicho proyecto, cabe hacer mención que un primer estudio piloto para la recolección de datos fue realizado en 1998,

<http://coinformacongreso@fca.unam.mx>

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

con la participación de seis países, a partir de esta fecha, han aumentado los países participantes y cada año se ha publicado el informe GEM global de cada uno de ellos².

El proyecto GEM analiza las tasas de propensión a emprender en un notable grupo de países, así como un elevado conjunto de factores de influencia, con una metodología común a todas las naciones participantes, lo cual permite obtener una visión panorámica y realizar comparaciones en estudios sobre creación de empresas y el fenómeno emprendedor.

Los datos empleados en este trabajo corresponden a la encuesta a la población adulta (APS) realizada nivel nacional en México en el año 2008, cabe mencionar que en la página del GEM que se encuentra disponible en internet, la base de datos global más reciente es la del año 2007, para este trabajo se ha conseguido con un miembro GEM en España la última versión que corresponde al año 2008.

Esta base de datos global 2008, está integrada por 42 países, con un total de 131,453 individuos encuestados. Para seleccionar la muestra que utilizaremos en este trabajo, se procedió a depurar la base de datos quedándonos con las emprendedoras potenciales de México³. Por tanto, nuestra base de datos quedo integrada por un total de 630 mujeres mexicanas.

La variable dependiente que se utiliza en el presente trabajo, es el emprendedor potencial, identificada en la base de datos GEM como FUTSUP de la pregunta 1-e en la encuesta a la población adulta (APS), la cual dice: “¿está pensando en poner en marcha un nuevo negocio ya sea sólo o con otros en los próximos tres años, incluyendo cualquier forma de auto empleo?”.

Esta pregunta identifica aquellos posibles individuos que tienen la intención de crear su propio negocio o empresa y que, de ser así, se convierten en emprendedores potenciales. Es una variable dicotómica, que toma el valor 1 para respuesta afirmativa y el valor 0 para la respuesta negativa. Con el fin de mostrar las variables independientes utilizadas en este estudio, a continuación se muestra la tabla No.1 la cual contiene la descripción de éstas variables.

Tabla No. 1 Descripción de las variables independientes

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
CAPITAL HUMANO	
Educación	Variable categórica recodificada que mide el nivel de formación académica. Toma los siguientes valores: 0 = Secundaria 1 = Enseñanza obligatoria 2 = Medios todos tipos 3 = Superiores diplomados licenciatura
Edad	Variable categórica recodificada que proporciona los años de edad del encuestado. Toma los siguientes valores:

²Para más detalle consultar en la siguiente pagina <http://www.gemconsortium.org>

³ Toda la información que se obtiene a partir del modelo teórico del GEM, se recopila en una base de datos procesada en el programa estadístico SPSS. La encuesta de población adulta del GEM pregunta a una muestra representativa de por lo menos 2,000 adultos de cada país acerca de sus actitudes y su involucramiento en emprendimientos (Lasio et al. 2008), para más detalle acerca de la metodología GEM empleada consultar Reynolds et al. (2005) el cual muestra el diseño de la metodología y trabajo de campo aplicado, además de la implementación realizada entre los años 1998 y 2003.

	0 = 25-34 1 = 18-24 2 = 35-44 3 = 45-54 4 = 55-64
CAPITAL SOCIAL	
Conocer empresario	Variable dicotómica que toma valor = 0 si el encuestado conoce personalmente a alguien que haya puesto en marcha un nuevo negocio en los últimos 2 años y valor = 1 en caso contrario.

Cabe destacar que las variables edad y educación, son de naturaleza categórica y recodificadas⁴ para su posterior análisis. La variable utilizada dentro del grupo del capital social, la cual es conocer a otro empresario, se considera una variable dicotómica o *dummy* para su medición. Este método de recodificación representa las k-1 categorías por 1 ó 0, por tanto, la categoría de referencia recibió todos los ceros (Luque, 2000).

El modelo de análisis para corroborar las tres hipótesis planteadas ha sido la regresión logística binaria, hemos decido utilizar esta herramienta estadística ya que el 50% de los estudios empíricos realizados sobre la metodología GEM, hace uso de esta técnica (Álvarez y Urbano).

Esta herramienta estadística predice directamente la probabilidad de ocurrencia de un suceso (Hair et al. 2008), en este caso el evento es ser emprendedor de acuerdo con la forma que se ha descrito antes, dicha herramienta resulta adecuada en la explicación de fenómenos en los que la variable dependiente es binaria y las variables independientes no tienen ninguna restricción.

Medimos la bondad de ajuste del modelo utilizando una prueba Chi-cuadrada, la tasa o porcentaje de predicciones correctas y la R2 de Nagelkerke, la cual indica la varianza explicada por el modelo. La significación de las variables independientes ha sido probada utilizando el test del estadístico de Wald. En la Tabla No. 2, se presentan algunos estadísticos descriptivos de las variables consideradas en el estudio, así como los resultados del análisis de correlación.

Tabla 2. Correlaciones

		Media	N	1	2	3	4
1	Emprendedor potencial	0.35	630	1			
2	Educación	1.13	630	.123**	1		
3	Edad	35.46	630	-.116**	-.328**	1	
4	Conocer empresario	0.56	630	.287**	.227**	.025	1

**Correlación significativa al nivel 0.001
*Correlación significativa al nivel 0.05

⁴ Las categorías de referencias de las variables independientes (educación, conocer a otro empresario) fueron tomadas del estudio de Arenius y Minniti, (2005), a excepción de la categoría de referencia de la variable edad que fue tomada de Langowitz y Minniti (2007) estos autores consideran que en estas situaciones de referencia, es más probable que los individuos informen si están tratando de iniciar un negocio, sin embargo, cabe mencionar que la variable educación con sus cuatro categorías entraron en el modelo de regresión para su análisis, así mismo la variable edad.

Se puede observar que la edad media de las mujeres mexicanas encuestadas es de 35 años. Así mismo, se detecta que casi todas las variables están correlacionadas, los coeficientes de correlación son relativamente bajos, no siendo superiores a 0.5, valor absoluto generalmente establecido (Caridad, 1998; Nicolaou y Birley, 2003; Hair et al., 2008), descartando problemas de colinealidad entre las variables consideradas.

Con la intención de determinar qué variables condicionan la intención emprendedora en las mujeres mexicanas, se procede a la obtención de dos modelos de regresión logística, los cuales se muestran en las tablas No.3 y 4. En cada una de las tres variables predictoras se indica el coeficiente b, la significación que toma el coeficiente estimado, la desviación típica para cada coeficiente y el estadístico de Wald correspondiente.

Como ya se mencionó, se han planteado dos modelos, mediante el método “introducir”⁵, en este sentido, el modelo I prueba la relación entre la variable dependiente y las variables correspondientes al capital humano. En el modelo II se integró la variable correspondiente al capital social.

Tabla No. 3 Estimación del modelo de regresión logística
Variable Dependiente: Emprendedor potencial =1 (si)

Modelo I			
	Coeficiente (error estándar)	Wald	Exp (b)
Capital humano			
Educación			
Secundarios		8.104*	
Enseñanza obligatoria	-.020 (.275)	.005	.980
Medios	-.525 (.319)	2.714	.591
Superiores	.220 (.285)	.593	1.246
Edad			
25-34		3.753	
18-24	.279 (.408)	.469	1.322
35-44	.546 (.437)	1.563	1.726
45-54	.118 (.414)	.081	1.125
55-64	.065 (.436)	.022	1.067
Constante	-.787 (.451)	3.054	.455
N	630		
-2LL	801.108		
R2 Nagelkerke	.036		
Chi-cuadrado del modelo	16.516		

Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria,
México, D.F.

<http://correspondencia@investigacion.unam.mx>

informacion@investigacion.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

⁵ Método adecuado cuando las variables del modelo se seleccionan sobre una base teórica (Garson, 2010). Cabe destacar que todo esto se realizó mediante el programa estadístico SPSS, versión 17.

% Correcto de predicciones	64.8		
----------------------------	------	--	--

* **significativo p <0.05**

Tabla No. 4
Estimación del modelo de regresión logística

Variable Dependiente: Emprendedor potencial =1 (si)

Modelo II	Coeficiente (error estándar)	Wald	Exp (b)
Capital humano			
Educación			
Secundarios		2.752	
Enseñanza obligatoria	.145 (.286)	.256	1.155
Medios	-.133 (.335)	.159	.875
Superiores	.296 (.295)	1.004	1.344
Edad			
25-34		3.722	
18-24	.383 (.423)	.819	1.466
35-44	.551 (.451)	1.498	1.736
45-54	.155 (.428)	.131	1.168
55-64	.077 (.451)	.029	1.080
Capital social			
Conocer a otro empresario	1.243* (.190)	42.691	3.466
Constante	-1.767 (.494)	12.803	.171
N	360		
-2LL	754.941		
R2 Nagelkerke	.130		
Chi-cuadrado del modelo	62.683		
% Correcto de predicciones	66.2		

* **significativo p <0.05**

4.- RESULTADOS

Los resultados obtenidos en los dos modelos planteados en las tablas del bloque anterior deducen lo siguiente. El modelo, el cual incluyó únicamente las dos variables pertenecientes al capital humano, indica que sólo la variable educación y en su categoría de referencia se relaciona con la intención empresarial de las mujeres mexicanas; es decir las mujeres mexicanas con un nivel de estudios de secundaria tienen más probabilidades de ser emprendedoras potenciales. La variable edad en este modelo no tiene significación alguna con la intención empresarial. La varianza explicada para el modelo es de un 3.6 %, siguiendo el indicador dado por la R2 de Nagelkerke.

Para poder complementar una visión de los factores que se relacionan con la intención emprendedora de las mujeres mexicanas, se analizó el modelo II, el cual incluye las dos variables del capital humano más la variable conocer a otro empresario, que integra el capital social.

Claramente se observa que la varianza explicada mejora en modelo (13.0%), así como el valor Chi-cuadrada el cual se incrementa a 62.683 a diferencia del primer modelo; además la cifra del porcentaje global de predicciones correctas mínimamente se eleva en 66.2 %. A pesar de esta variación en la tasa de predicciones y varianzas en el modelo II se considera el más completo por incluir todas las variables, observándose que, ninguna de las dos variables que integra el capital humano se relaciona con la intención empresarial.

Al incluir la variable conocer a otro empresario perteneciente al análisis del capital social, la variable educación que en el primer modelo resultó significativa en la categoría de referencia, en este segundo modelo no tiene relación alguna con la probabilidad de que surja una emprendedora potencial en México.

En cambio, la variable conocer a otro empresario resulta ser una variable fundamental entre las mujeres mexicanas. Resultó ser significativa al 5%, con un coeficiente de Wald elevado (42.691), su signo de coeficiente de pendiente beta es positivo, de tal manera que existe una relación positiva entre la intención emprendedora y conocer a un emprendedor.

Como lo mencionamos anteriormente, en este estudio el capital humano y el capital social se consideran los elementos explicativos para la intención emprendedora de las mujeres en México, sin embargo a partir de los resultados obtenidos en los modelos de regresión, sólo podemos confirmar las hipótesis H1 y la H3, no siendo así para la H2.

Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

5.- CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

Los resultados nos permiten concluir que las variables educación y conocer a otro empresario, presentan una elevada asociación con la probabilidad de que una mujer en México sea potencialmente emprendedora.

Tal y como lo han encontrado trabajos anteriores por ejemplo, Becker, (1975); Bates, (1997); Greene, (2000); Coleman, (2007), quienes han argumentado que la educación se asocia fuertemente con el comportamiento y éxito de los emprendedores potenciales, pero que esto sólo se da en países desarrollados donde el nivel de estudios en la mayoría de las mujeres es elevado, sin embargo, en México existe el nivel básico de educación, que como su nombre lo indica, es el nivel mínimo con el cual deben contar todos los individuos para continuar su preparación académica el cual está integrado por tres niveles: preescolar, primaria y secundaria, esto permite insertarse en el mercado laboral y acceder a mejores oportunidades de empleo y obtener un trabajo digno (Caldera et al. 2010).

Por tal motivo, hemos categorizado la variable educación, donde dicha categoría de referencia es el nivel secundario (nivel básico), la cual es la única de las categorías que se ha relacionado en este estudio, indicando que las mujeres mexicanas en esta condición resultan ser más propensas a tener la intención de iniciar la puesta en marcha de un negocio.

Algunos autores señalan que un nivel superior de estudios puede ser sólo una de las fuentes de conocimiento disponible para el descubrimiento de nuevas oportunidades, por lo que no tiene porqué resultar determinante; además de que un conocimiento demasiado extenso puede conducir a una miopía de mercado que reduzca las posibilidades de comportamiento emprendedor (Pralhad y Bettis 1986).

Octubre 5, 6 y 7 de 2011

Ciudad Universitaria
México, D.F.

El conocer o tener contacto con otras personas que se encuentren inmersas en actividades empresariales, genera entre las mujeres mexicanas la probabilidad del comportamiento empresarial, ya que la variable conocer a otros empresarios resultó ser de vital importancia. Este resultado es consistente con trabajos anteriores como los de Sorenson et al. (2008) DeClerq y Arenius (2006); Minniti (2005); Koellinger y Minniti (2006), los cuales han estudiado la importancia de las redes sociales en el comportamiento empresarial desde un enfoque de género.

El presente trabajo es una primera aproximación para comprender el fenómeno empresarial en México, ya que sólo nos hemos acercado a explorar tres variables de las más de cuarenta y cinco variables con las que el GEM cuenta. Sin embargo, consideramos que nuestro trabajo puede mostrar un pequeño panorama acerca de cómo incrementar el potencial emprendedor en la sociedad.

Somos conscientes de las limitaciones de nuestro estudio. Creemos que una comprensión más profunda y completa del fenómeno emprendedor es posible mediante la inclusión de más variables y factores, lo cual comprende nuestras futuras líneas de investigación.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

- Gatewood, E.J., Shaver, K.G., Gartner, W.B. (1995) A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing* 10, 371-391
- Gupta, V.K., Turban, D.B., Wasti, s.A., Sikdar, A. (2009) The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship: Theory & Practice*. 33, 397-417.
- Greene, P.G. (2000). Self-employment as an economic behavior: An analysis of selfemployed women's human and social capital. *National Journal of Sociology* 12, 1-55.
- Hair, F. J.; Anderson R., Tatham, R., Black, W. (2008): Análisis multivariante. Ed. Paerson – Prentice Hall, Madrid España.
- Hansen, E.L. (1995). Entrepreneurial network and new organization growth. *Entrepreneurship Theory and Practice* 19(4), 7-19.
- Harada, N. (2005). Potential Entrepreneurship in Japan. *Small Business Economics* 25 (3), 293-304.
- Hisrich, R. D., Brush, C. (1984). The woman entrepreneur: Management skills and business problems. *Journal of Small Business Management*, 22 (1), 30-37.
- Hoang, H., Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship. A critical review. *Journal of Business Venturing* 18, 165-187.
- Johannisson, B. (1990). Economics of Overview – Guiding the External Growth of Small Firms. *International Small Business Journal* 9, 32-44.
- Koellinger, P., M Minniti, (2006), Not for Lack of Trying: American Entrepreneurship in Black and White, in *Small Business Economics*, 27(1), p.p. 59-79.
- Krueger Jr., N.F.; Brazeal, D.V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice* 18(3), 91-104.
- Kwon, W.S., P. Arenius, P. (2008). Nations of entrepreneurs: A social capital perspective, en *Journal of Business Venturing*, In Press, Corrected Proof.
- Lasio, V., Arteaga, M.E., Caicedo, G. (2008). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2008. <http://www.gemconsortium.org/download/1312407059253/Reporte%20Ecuador%20GEM%202008.pdf>
- Larson, A., & Starr, J.A. (1993). A network model of organization formation. *Entrepreneurship Theory and Practice* 17(2), 5-15.
- Langowitz, N., Minitti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice* 31 (3), 341-364.
- Learned, K.E. (1992). What happened before the organization? A model of organization formation. *Entrepreneurship theory and practice*, 17(1), 39-48.
- Lin, N., Ensel, W., Vaughn, J., (1981). Social resources and strength of ties: structural factors in occupational status attainment. *Am. Sociol. Rev.* 46 (4), 393-405.
- Lituchy, T.R., Reavley, M.A., Bryer, P. (2003). Women entrepreneurs: An international comparison. *Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth*, Volume 14, 161-193
- Low, K., Yoon, M., Roberts, B., Rounds, J. (2005). The stability of vocational interests from early adolescence to middle adulthood: A quantitative review of longitudinal studies. *Psychological Bulletin*, 131(5), 713-737.
- Luque, M.T. (2000). Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados. Colección, economía y empresa. Ed. Piramide. Madrid. Pag. 440-441
- Manolova, T. S., Eunni, R. V., y Gyoshev, B. S. (2008). Institutional environments for entrepreneurship: Evidence from emerging economies in Eastern Europe. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 32(1), 16.

http://con

informacongresos

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

- McGrath, R.G. (2001). Entrepreneurship, small firms, and wealth creation: A framework using real options reasoning. In A.M. Pettigrew; H. Thomas, & A. Whittington (Eds.), *Handbook of Strategy and Management*. London, UK: Sage Publications.
- Minniti, M. y Nardone, C. (2005): "Begin in some else's shoes: The role of gender in nascent entrepreneurship". Second GEM Research Conference: Entrepreneurship, Economic Growth and Public Policy, Budapest (Hungary), 25 - 27 May 2005.
- Minniti, M., Nardone, C. (2007). Being in Someone Else's Shoes: Gender and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics* 28(2), 223-239.
- Nicolaou, N., Birley, S. (2003). Social Networks in organizational emergence: the university spinout phenomenon. *Management Sciences* 49(12), 1702-1725.
- Prahalad, C., Bettis, R. (1986). The Dominant Logic: A New Linkage Between Diversity and Performance. *Strategic Management Journal* 7, 485-501.
- Portes, A., 1998. Social capital. *Annu. Rev. Sociol.* 23, 1-24.
- Reynolds, P.D. (1991). Sociology and entrepreneurship: Concepts and contributions. *Entrepreneurship Theory and Practice* 16(2), 47-70.
- Reynolds, P.D., Bygrave, B., & Hay, M. (2003). *Global entrepreneurship monitor report*. Kansas City, MO: E. M. Kauffman Foundation.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., et al. (2005). *Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation 1998-2003*. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
- Shapiro, A. (1981). Self-renewing economies. *Economic Development Commentary* 5, 19-22
- Shim, S., Eastlick, M.A. (1998). Characteristics of Hispanic Female Business Owners: An Exploratory Study. *Journal of small business management*. Vol. 37 pp.18 - 34.
- Singh, R.; Hills, G.E.; Hybels, R.C., Lumpkin, G.T. (1999). Opportunity recognition through Social Network Characteristics of Entrepreneurs. In *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 228-241). Wellesley, MA: Babson College.
- Sorenson, R.L., Folger, c.A., Brigham, K.H. (2008) The Collaborative Network Orientation: Achieving Business Success through Collaborative Relationships. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 32(4): 615-634.
- Starr, J., MacMillan, I.C. (1990). Resource cooptation via social contracting: Resource acquisition strategies for new ventures. *Strategic Management Journal* 11, 79-92.
- Taylor, M. (1999). The survival of the fittest: An analysis of self-employment duration in Britain. *The Economic Journal*, 109, C140-155.
- Verheul, I. and R. Thurik, (2001), Start-up Capital: Does Gender Matter?, *Small Business Economics* 16, 329-345.
- Verheul, I., Uhlanner, L., Thurik, R. (2005) Business accomplishments, gender and entrepreneurial self-image. *Journal of Business Venturing* 20 (2005) 483-518
- Verheul, I., Van Stel, A. y Thurik, R. (2006) Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship & Regional Development*, 18(2), 151-183.
- Wagner, J. (2007). What a Difference a Y makes-Female and Male Nascent Entrepreneurs in Germany. *Small Business Economics*, 28(1), 1-21.
- Wilson, F., Kickul, J. Marlino, D. (2007) Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education.

<http://congreso.investigacion.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510