

WOMEN ENTREPRENEURS AND THE GLOBAL ENVIRONMENT FOR GROWTH: A RESEARCH PERSPECTIVE

Brush, C.G., DeBruin, A., Gatewood, E.J. and Henry, C.

Published by Edward Elgar: UK, 2010

El libro presenta una colección de diecisiete capítulos, obra de veintinueve investigadores que desarrollan su actividad en once países: Reino Unido, Noruega, Australia, Estados Unidos, Nueva Zelanda, Canadá, Finlandia, Eslovenia, Alemania, Irlanda y Suecia. El objetivo del trabajo es ofrecer una visión global de la investigación en mujer empresaria para entender la situación y retos a los que se enfrentan sus empresas para crecer en un entorno global.

Se presenta en dos partes: «factores contextuales» y «estrategias y facilitadores del crecimiento» de las empresas dirigidas por mujeres. Al centrarse en distintos aspectos de la creación de empresas por mujeres, se basan en diferentes perspectivas teóricas y metodológicas, generando diversas contribuciones empíricas.

FACTORES CONTEXTUALES

Así, la primera parte incluye siete capítulos sobre los «factores contextuales» en el crecimiento de las empresas dirigidas por mujeres. Dos de los capítulos reflejan una comparativa internacional de los factores que motivan a la creación de empresas en el caso de hombres y mujeres. Así Cowling (capítulo 2) señala que principalmente las diferencias en creación de empresas y puestos de trabajo entre hombres y mujeres se deben a los sectores de actividad (mujeres poco presentes en sectores no tradicionales) y a las responsabilidades familiares (que aumentan la probabilidad en el caso de las mujeres) y también hay diferencias entre los países europeos, pues en los países centroeuropeos las empresarias crean más puestos de trabajo que en el arco mediterráneo. Por su parte Tonoyan *et al.* (capítulo 8) observan la incidencia de otros factores como la diversa cualificación de las empresarias, la maternidad o el auto-empleo de su pareja, así como las políticas de familia en Europa y Estados Unidos.

Otros tres capítulos reflejan la incidencia de los factores institucionales. Treanor y Henry (capítulo 5) comparan el efecto de las instituciones formales e infor-

males en la actividad empresarial femenina en dos contextos distintos: una economía de mercado y una economía en transición. Por su parte, Welter y Smallbone (capítulo 6) realizan un estudio, desde una perspectiva institucional, de las diferentes capas de arraigo político, socio-cultural y cognitivo de la actividad empresarial femenina en una economía en transición, teniendo en cuenta la capacidad de agencia de las empresarias. El capítulo de Kotiranta *et al.* (capítulo 4) pone de manifiesto las trabas informales dentro de las organizaciones que tienen las mujeres para ocupar puestos ejecutivos y en los consejos de administración, incluso en sociedades igualitarias como la finlandesa, y muestran evidencia de la mayor rentabilidad de las empresas dirigidas por mujeres como justificación para fomentar su acceso a dichos puestos.

Alsos *et al.* (capítulo 3) resaltan la importancia de estudiar en este área de investigación considerando que tanto el género como la creación de empresas son construcciones sociales. Un ejemplo de esta perspectiva interpretativa, en la que se pretende observar la experiencia de los sujetos investigados, es el estudio de Al-Dajani y Carter (capítulo 7) en el que se refleja el empoderamiento de las mujeres palestinas que fabrican textiles en su hogar para su venta a través de otras mujeres empresarias jordanas con más facilidad para acceder al mercado. Si bien, estas prácticas pueden tener efectos negativos, ya que perpetúan la diferencia de ingresos y la posibilidad de aquellas para tener autonomía y progresar en su profesión.

La segunda parte presenta nueve capítulos, justificando su agrupación en que tratan «estrategias y facilitadores del crecimiento» de las empresas dirigidas por mujeres. El primero de los capítulos de esta parte se centra en las estrategias a nivel individual y de pareja para la conciliación del trabajo-familia, bien facilitando o restringiendo el crecimiento de las empresas (Jennings *et al.*, capítulo 9).

Otros capítulos comparan la actividad empresarial de hombres y mujeres en cuanto a los recursos disponibles: capital humano, social, simbólico y financiero (Shaw *et al.*, Capítulo 10), observando también cómo estos recursos, en concreto las redes sociales, pueden evolucionar en distintas fases de la empresa (Klyver y Terjesen, capítulo 12), cómo la red interna de los empleados puede ser importante e infrautilizada por empresarios de ambos sexos (Farr-Wharton y Brunetto, capítulo 13) y cómo las mujeres pueden beneficiarse de tener un mentor en su red porque repercute en una mayor auto-eficacia percibida y en un mejor resultado empresarial, en concreto en el mercado emergente de Rusia (Kickul *et al.*, capítulo 16).

El resto de artículos están relacionados con el estudio de la actividad empresarial y la tecnología, comparando hombres y mujeres con respecto a la orientación tecnológica e intención de crecimiento (Sirec *et al.*, capítulo 17) o las percepciones y experiencias al frente de empresas de alta tecnología (Hill *et al.*, capítulo 11).

Finalmente dos capítulos hacen un estudio de un caso sobre el proceso de creación de la empresa por una mujer en el sector de alta tecnología dentro de una incubadora de empresas (McAdam y Marlow, capítulo 14) y el emprendimiento social en el sector sanitario (Orser y Leck, capítulo 15).

EXPERIENCIAS DE EMPRESARIAS

El capítulo 3 podría haberse presentado como un marco para todo el libro sobre cómo el análisis de género explica los resultados de las experiencias de las empresarias. El capitalismo tiene a la familia como su unidad económica, contribuyendo a la recreación de la división de roles de género, según la cuál la creación de empresas pertenece al mercado, a la esfera masculina. Así, la construcción social, tanto del capitalismo como de la competencia empresarial, pone en desventaja a las mujeres. Pues, cuando las mujeres entran en el campo empresarial tienen que vencer a los individuos con los que interactúan de que sus prácticas se ajustan a lo que se percibe generalmente como prácticas empresariales, si quieren ganar legitimidad.

Pero, la creación histórica y dinámica de la definición de competencia empresarial está basada en la descripción de la competencia del empresario masculino. Así, aunque apoyar la actividad empresarial femenina es una meta de los programas de apoyo empresariales, los resultados son decepcionantes porque además de la división estructural y cultural entre los géneros (hay una alta segregación laboral), hay prácticas que contrarrestan las políticas de igualdad de género en el campo empresarial. Estás son unas políticas familiares (cuidado de niños subvencionado y baja de maternidad) que favorecen que las mujeres sigan en el sector público y no sea atractiva la actividad empresarial, así como la provisión de recursos (que se asumen la base de la diferencia), pero que no son capaces de cambiar los aspectos de género del mundo empresarial. Así, las políticas familiares deberían involucrar a los hombres en la esfera privada al mismo nivel que las mujeres y, por otra parte, las políticas de educación deberían fomentar que los jóvenes hagan elecciones profesionales que no estén limitadas por la tradición.

En este punto, coinciden con Cowling (2010) –capítulo 2–, que señala que a pesar de que la diferencia entre hombres y mujeres en la propensión a autoemplearse y a crear puestos de trabajo (calidad) ha disminuido sustancialmente en la Unión Europea en la década 1995-2005 y que está relacionada con la distribución ocupacional de las mujeres. Por ello, sostienen que las políticas dirigidas a aumentar la participación de las mujeres en sectores y ocupaciones no tradicionales, contribuiría a estrechar la diferencia; así como políticas que fomenten la percepción del potencial de crecimiento y el reconocimiento de oportunidades.

Aunque este libro es, sin duda, una aportación útil e interesante a la literatura, hubiera sido recomendable que la introducción tuviera una visión más de con-

junto o ésta se hubiera expuesto en un capítulo final. Asimismo, la división realizada de los capítulos parece muy artificial, puesto que cada uno de ellos refleja su propia contextualización del concepto de mujer empresaria y cómo distintos factores socio-económicos producen diferentes modos de desigualdad y diferentes formas en que las mujeres utilizan su capacidad de agencia para enfrentarse a dichos contextos. Cada capítulo refleja cómo la creación y dirección de empresas dirigidas por mujeres cambia en los distintos contextos geográficos en función de los entornos particulares a nivel micro, meso y macro.

CONSIDERACIONES RELEVANTES PARA EL FUTURO

Así, cabe destacar varias cuestiones destacadas en algunos de los capítulos del libro, para guiar las investigaciones futuras en esta área. En primer lugar, es importante tener en cuenta las circunstancias nacionales al explicar la diversidad en las experiencias de género de las mujeres; pues resultados obtenidos en un país no tienen por qué ser necesariamente fáciles de comparar con los de otro lugar geográfico, considerablemente diferente (Alsos *et al.*, 2010). Por ello, un enfoque teórico que puede contribuir a un mejor tratamiento de estas diferencias contextuales es el propuesto por Welter y Smallbone (2010). Proponen el uso de la teoría institucional teniendo en cuenta las distintas capas de arraigamiento en las que tiene lugar la actividad empresarial femenina (político-cultural, social y cognitiva) y siempre combinada con una perspectiva individual que tiene en cuenta la adaptabilidad y capacidad de aprendizaje de las empresarias.

También McAdam y Marlow (2010) afirman que hay consenso en que existe una persistente desventaja comparativa de las empresarias que, por otra parte, pueden usar su poder de agencia, ayudándose de varias estrategias para enfrentarse a su contexto particular por el que experimentan subordinación. Así, un enfoque contextualizado es importante para superar la crítica a la investigación sobre actividad empresarial femenina con respecto a que todavía no se captura la diversidad inherente entre mujeres empresarias (y entre hombres) (Jennings *et al.*, 2010). Sin embargo, todavía hay estudios que no tienen en cuenta el contexto sectorial de los empresarios/as (Kickul y Terjesen, 2010; Sirec *et al.*, 2010).

En segundo lugar, como plantean Hill *et al.* (2010), los estudios sobre el sexo y el crecimiento empresarial pueden no llevar a resultados concluyentes, principalmente porque algunos tratan a mujeres –y hombres– como un grupo homogéneo, tratando de generalizar conclusiones sobre sus percepciones, actitudes y comportamientos. En varios capítulos se pone de manifiesto la heterogeneidad entre las empresarias (Tonoyan *et al.*, 2010; Jennings *et al.*, 2010). Sin embargo, parece persistir la asunción de que hombres y mujeres deben ser diferentes, lo que descarta la discusión sobre sus semejanzas y sobre el hecho de que la variación intra-grupo de mujeres empresarias puede ser mayor que la variación entre los grupos

de ambos sexos. Esto lleva a que, en algunos capítulos, se exagere la existencia de diferencias cuando en realidad no se observan (Klyver y Terjesen, 2010: 239; Sirec *et al.*, 2010). Por ello, Hill *et al.* (2010) plantean que las investigaciones futuras deben diseñarse para capturar la heterogeneidad, así como el contexto espacio-temporal.

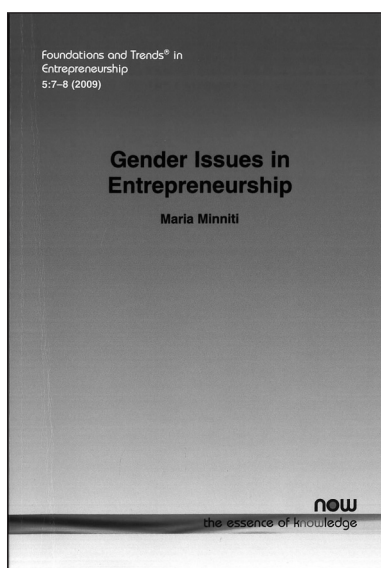
En tercer lugar, los investigadores deben tener cuidado en distinguir entre los análisis a nivel de sexo (variable que recoge diferencias biológicas entre hombres y mujeres) y a nivel de género (que se refiere a las asociaciones, estereotipos y patrones sociales que la cultura construye sobre la base de diferencias reales o percibidas entre hombres y mujeres) (Hill *et al.*, 2010).

Como bien señalan Alsos *et al.* (2010), los estudios más recientes aplican una perspectiva teórica del género como una construcción social, donde «haciendo género» y «haciendo empresa» son percibidas como prácticas sociales y las empresarias se estudian como un grupo heterogéneo. Los estudios que tienen en cuenta este hecho, asumen que las respuestas de los encuestados/as pueden estar inducidas por dichas expectativas sociales que difieren en función del género (Hill *et al.*, 2010). Si bien, para afirmar que se está aplicando esta perspectiva teórica, no sólo hay que tener interés en estudiar «la realidad de las empresarias construida socialmente y virtualmente invisible», sino que la metodología y el diseño de la investigación tienen que estar en concordancia, lo que no ocurre en alguno de los capítulos (Shaw *et al.*, 2010: 191).

Otra forma «fácil» de explicar las diferencias de resultados entre hombres y mujeres desde una teoría feminista, es recurrir a la teoría del «feminismo social», argumentando que «los resultados son consistentes [con dicha perspectiva], que plantea que hombres y mujeres difieren debido a los distintos procesos de socialización que experimentan», pero es errada puesto que dichas diferencias en la socialización no se han analizado en el estudio (Sirec *et al.*, 2010: 339).

Este libro es, sin duda, una aportación útil e interesante a la literatura sobre la actividad empresarial de las mujeres en un mundo global. Si bien, hubiera sido recomendable que la introducción tuviera una visión más de conjunto o ésta se hubiera expuesto en un capítulo final. Asimismo, la división realizada de los capítulos parece algo artificial, puesto que todos y cada uno de ellos reflejan un contexto en el que distintos factores socio-económicos producen diferentes modos de desigualdad para las empresarias y, a la vez, las diferentes formas en que éstas utilizan su capacidad de agencia para enfrentarse a dichos contextos. Es decir, todos los capítulos nos aportan su evidencia de cómo la creación y dirección de empresas dirigidas por mujeres cambia en los distintos contextos geográficos en función de los entornos particulares a nivel micro, meso y macro, sin olvidar que las mujeres disponen de capacidad de agencia para hacerles frente.

■ Cristina Díaz García



GENDER ISSUES IN ENTREPRENEURSHIP

M. Minniti, M.

Editorial Now Publishers, Hanover, MA,

El estudio de los aspectos relacionados con el género en el ámbito de la creación de empresas ha cobrado creciente relevancia en las últimas décadas. Dos cuestiones principales han despertado el interés de la comunidad investigadora y han representado el punto de partida de un considerable volumen de estudios sobre la puesta en marcha de empresas por parte de las mujeres. La primera se refiere a la persistencia de un menor número de mujeres emprendedoras en comparación con los hombres, y ello a pesar del notable incremento en los últimos años. La segunda concierne al menor tamaño y crecimiento de las iniciativas empresariales puestas en marcha por mujeres frente a las de su contraparte masculina. ¿Significa ello que las mujeres son menos emprendedoras que los hombres, es que fracasan más, o ambas cosas a la vez?

Si es así, ¿por qué? se pregunta Maria Minniti en su libro *Gender Issues in Entrepreneurship*. El libro sintetiza las principales aportaciones de las investigaciones previas en la materia con el fin de explicar las diferencias de género en relación a la actividad emprendedora. A raíz de dicha síntesis, la autora identifica y señala nuevas oportunidades de investigación que permitan avanzar hacia una mejor comprensión del comportamiento emprendedor femenino. Considera que se trata de un fenómeno complejo, cuya explicación requiere recorrer un amplio camino, desde los resultados actuales, divergentes, incluso contradictorios, a una explicación más integradora que responda a la diversidad casuística y de contextos del emprendimiento femenino.

EL FENÓMENO EMPRENDEDOR FEMENINO

Lejos de las perspectivas feministas más críticas, el libro de Maria Minniti conceptualiza el emprendimiento femenino como una actividad económica positiva, que consiste en la creación y gestión de nuevas empresas por mujeres. A lo largo de doce capítulos, la autora revisa y estructura la evidencia empírica aportada en relación a la incorporación de las mujeres a la actividad emprendedora y su contribución a la actividad económica agregada.

Los primeros capítulos se dedican a contextualizar el fenómeno emprendedor femenino, presentando la

evolución del campo de estudio y el estado de la cuestión. Desde una perspectiva macroeconómica y basándose en la evidencia aportada por los datos de Global Entrepreneurship Monitor, la autora caracteriza la actividad emprendedora femenina en términos comparativos con su contraparte masculina y en función del contexto del país. Incide específicamente en la evidencia empírica sobre la contribución de la actividad emprendedora femenina a la actividad económica agregada y su destacado papel en la reducción de la pobreza.

Tras esta exposición que viene a reafirmar el interés del campo de estudio, el libro se centra en los distintos aspectos del comportamiento emprendedor femenino a nivel individual. A lo largo de cinco capítulos, la autora resume la investigación previa sobre quiénes son las mujeres emprendedoras, su perfil demográfico, social y psicológico, cómo reconocen las oportunidades, cómo les influye el contexto familiar y en qué medida se diferencian de los hombres en términos de autoempleo e ingresos. Frente a investigaciones previas centradas en los factores culturales y socioeconómicos que explican por qué las mujeres y los hombres se involucran en diferente medida en la actividad emprendedora, María Minniti incide en el relevante papel de las diferencias en las percepciones de autoeficacia y señala el potencial de los estudios experimentales para avanzar en esta dirección.

Los últimos capítulos se dedican a caracterizar las empresas puestas en marcha por mujeres. La autora sintetiza los resultados de los estudios en la materia, señalando que existe suficiente evidencia empírica para concluir que existen diferencias significativas entre negocios creados y gestionados por mujeres y hombres en lo referente al tamaño, al tipo de gestión, a la distribución sectorial y al uso de los recursos financieros. Los antecedentes y las consecuencias de tales diferencias, representan líneas de investigación futura.

TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR FEMENINO

A lo largo de todo el libro, la autora pone de manifiesto los avances alcanzados en cuanto al rigor empí-

rico de los estudios sobre emprendimiento femenino, pero al mismo tiempo resalta los retos que quedan pendientes al desarrollo de una teoría del comportamiento emprendedor femenino. De hecho, las conclusiones y las recomendaciones para futuras investigaciones versan en torno a la necesidad de un mayor y más riguroso desarrollo teórico sobre el comportamiento emprendedor de las mujeres, que recoja e incorpore al cuerpo de conocimiento sobre emprendimiento en general la especificidad del colectivo femenino.

Específicamente, María Minniti destaca las potencialidades de la economía experimental y de una aproximación post-institucional que integre perspectivas antropológicas y etnográficas para ofrecer una explicación de por qué las mujeres se involucran en la creación de empresas, conectando teoría y evidencia empírica.

Hay dos aspectos que hacen de este libro una lectura imprescindible para cualquier persona con interés en el tema de la creación de empresas y que nos gustaría destacar. Primero, el libro constituye una rigurosa guía a través de la literatura para los neófitos y un útil instrumento de trabajo para los iniciados, ofreciendo un exhaustivo resumen de las contribuciones más importantes en la materia. El segundo, es la importante labor integradora que realiza la autora, el esfuerzo para sintetizar, analizar y organizar de manera sistemática el conocimiento previo con el fin de definir las bases que permitan desarrollar una teoría del fenómeno emprendedor femenino. Todo ello con el fin último de alcanzar una explicación más completa de la realidad de los emprendedores atendiendo a especificidades tales como su género o pertenencia étnica. En definitiva, *Gender Issues in Entrepreneurship* es una llamada a conocer más sobre el comportamiento emprendedor femenino para poder conocer más sobre el comportamiento emprendedor en general.

■ Ana María Bojica

■ María del Mar Fuentes