

Mujeres emprendedoras y el contexto social ecuatoriano

Entrepreneurial women and the ecuadorian social context

(Entregado 18/05/2018 – Revisado 25/10/2018)

DCE (c) María Eulalia Chávez Rivera María Eulalia
DBA (c) Byron Eraso Cisneros
PhD (c) José Patricio Torres Fernández

Universidad Internacional SEK – Ecuador
Universidad Internacional del Ecuador

meulalia.chavez@uisek.edu.ec
ptorres@uide.edu.ec

Resumen

El presente trabajo exploró una breve revisión bibliográfica sobre el emprendimiento de mujeres en el Ecuador y sus implicaciones desde el contexto social. La revisión que se realizó pone de relieve el hecho de que si bien es un tema que ha sido ampliamente estudiado desde las distintas esferas culturales en varios países, aún en Ecuador no existen estudios a profundidad que se enfoquen en analizar el contexto social de la mujer emprendedora, por lo que se recomienda que se amplíen las investigaciones de carácter cualitativo y cuantitativo que ayuden a entender de mejor manera este fenómeno.

Palabras clave: *Emprendimiento femenino, contexto social, intención emprendedora.*

Abstract

The present study presents a bibliographical review of women's entrepreneurship in Ecuador. It explores women's motivations and experiences from the point of view of social context. The review carried out emphasizes the fact that, though women's entrepreneurship is a topic that has been widely studied in several countries, the research has focused on cultural context, and, even in Ecuador, there are no in-depth studies that have analyzed the social context of women entrepreneurs: For this reason, it is recommended that qualitative and quantitative research be expanded to enhance understanding of this phenomenon.

Keywords: *Female Entrepreneurship, social context, entrepreneurial intention.*

1. Introducción

El emprendimiento surge como un área de interés desde hace pocos años atrás, aproximadamente en los años 70 empieza a ganar importancia de la mano de investigaciones como las de De Carlo y Lyons, 1979; Pellegrino y Reece, 1982; donde la mayoría de éstos trabajos se hicieron tratando de identificar cuáles son las principales motivaciones para emprender así como los factores que influyen de una u otra manera en la creación del espíritu emprendedor, sin embargo los primeros estudios se hicieron a inicios de los años 30, no fue sino hasta pasada la década de los 70 en la que se empieza a considerar al emprendimiento como un área de estudio. (Jennings y Brush, 2013).

La definición de emprendimiento incluso consta en la RAE (Real Academia de la Lengua Española) donde se lo define como: “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”. (RAE, 2017), al observar la definición se identifican variables como la dificultad y el peligro que vienen de la mano del riesgo al invertir dinero y demás recursos en un proyecto al que le apostamos todo. Es por esta razón que muchas veces se consideraba que el espíritu de un emprendedor arriesgado era cuestión de hombres, situación que es desestimada en la actualidad por la cantidad de mujeres emprendedoras que han alcanzado éxito en el campo profesional y empresarial en la mayoría de países en el mundo. Esto de la mano de políticas gubernamentales que fomentan la equidad de género.

De hecho, en los últimos años diferentes países han establecido algunas medidas de inserción a la mujer en el ámbito directivo. Ejemplo de ello son las medidas desarrolladas por la Unión Europea con las políticas de cuotas, que han ido estableciéndose como leyes en países que hoy llevan la batuta en este aspecto como lo son: Noruega, con fuertes sanciones a quienes incumplan la cuota. Francia con su Ministerio de Derechos de la mujer. Alemania con la Ley de igualdad de participación de mujeres y hombres en posiciones de liderazgo y España que a pesar de tener la política de cuotas, se ha visto corta en cuanto a su total implementación ya que lo que nos muestran los datos es que la participación masculina en las actividades emprendedoras predomina sobre la femenina y por cada diez emprendedores en fase inicial seis son hombres y cuatro son mujeres según los datos del Global Entrepreneurship Monitor -GEM- (2016). La ONU mujeres (2014), señala además que Rusia tiene la proporción más alta de mujeres en cargos de alta dirección con un 43%.

Por su parte la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños –CELAC- (2017) señala que América Latina y el Caribe se destacan por sus reuniones anuales para desarrollar políticas que eviten la discriminación de género y garanticen la igualdad de condiciones. Mismas que tal como se presentan, no ejercen directamente la presión sobre la inserción de la mujer en cargos directivos puesto que aún se encuentran en una fase inicial de lograr la igualdad de condiciones laborales. Mientras que datos como los proporcionados por el Banco Mundial (2015) señalan que en la región, se han logrado avances en la promoción, y en las reformas institucionales orientadas a lograr la equidad de género. Sin embargo, cuando se trata de la inserción en la economía aún existen barreras impuestas particularmente por la sociedad.

2. Marco Teórico

El Emprendimiento de mujeres en Ecuador:

Varios autores centran sus estudios en la mujer y su intención emprendedora desde hace 3 décadas en donde se empieza a visibilizar el trabajo de la mujer empresaria y directiva, Marlow,

Henry y Carter (2009), señalan que sobre el emprendimiento femenino han sido escritos más de 400 artículos académicos, los que en su mayoría tienen una marcada orientación feminista al establecer comparaciones entre hombres y mujeres, Bruin et al. (2007) sostienen sin embargo que la investigación acerca del emprendimiento femenino es aún escasa y una reciente revisión de literatura sugiere que la investigación de este tema comprende menos del 10% del estudio en este campo (Brush y Cooper, 2012). Además autores como Henry y Foss (2016), Mazra (2016), Brush et. al (2017), señalan la importancia que aumentar las investigaciones que se centran en el emprendimiento femenino.

Por su parte Belcourt et al. (1991) señalan que existen diferencias consistentes entre las experiencias y necesidades de hombres y mujeres emprendedores (Sexton y Bowman- Upton 1990). Se puede decir que si bien existen aspectos propios de las características físicas y psicológicas, aún los autores mantienen diferentes perspectivas sobre el tema, aunque según Ahl (2006), éstas investigaciones muestran en su mayoría que las mujeres son menos emprendedoras, o que en el mejor de los casos pueden servir de complemento en las intenciones emprendedoras de los hombres. Según investigaciones de Jennings y Brush (2013), el emprendimiento es un fenómeno de género y está caracterizado por las oportunidades o necesidades que pueda tener una persona al momento de emprender independientemente de su género, en el Ecuador, país que según el GEM (2015), es el que más emprendimiento tiene en toda la región, las mujeres emprenden por oportunidad en un 21,6% y por necesidad en un 11%. Sin embargo, todavía existen diferencias sustanciales entre ser un empresario y ser una empresaria, ya que se si bien muchas mujeres tienen la intención emprendedora, éstas se muestran menos propensas a adquirir créditos, a incursionar en negocios académicos, sus empresas son más pequeñas y tienden a ganar menos que los hombres (Jennings y Brush, 2013).

Por su parte el Global Entrepreneurship Monitor - GEM, en su informe para América Latina del 2016 señala que la intención emprendedora en mujeres en América Latina y el Caribe es del 17,8% y en hombres es del 22,1%, (GEM América Latina y el Caribe, 2016) observándose entonces un porcentaje mínimo de diferencia. En Ecuador sucede algo similar ya que apenas hay 4 puntos porcentuales de diferencia entre los negocios establecidos por hombres y mujeres, siendo la tendencia a nivel global hacia la paridad.

Si bien en países de la región no se han diseñado políticas que promuevan el emprendimiento con una perspectiva de género, si se han diseñado leyes que fomentan el emprendimiento, tal es el caso de países como Colombia, México y en el Ecuador donde a pesar de aún no haberse establecido como ley dentro de la Constitución, las reglamentaciones académicas incluyen a la materia de emprendimiento como parte del pensum de estudios del bachiller ecuatoriano, lo que puede influir en el desarrollo de la intención emprendedora de las mujeres, ya que a pesar de los esfuerzos de instituciones gubernamentales y no gubernamentales en el campo del acceso al empleo formal en sectores públicos o privados, las cifras se orientan hacia mayor ocupación y empleo del hombre en cargos directivos.

Es por ello que muchas mujeres en América Latina y el Caribe han optado por convertirse en empresarias como una única forma de alcanzar una dirección empresarial, abriendo su propio negocio, aunque dichos establecimientos en su mayoría están en el sector informal y la principal motivación para su creación es la necesidad, según datos del Banco Mundial (2015).

De acuerdo a estudios del Global Entrepreneurship and Development Institute, que es una organización que analiza las oportunidades económicas para individuos y comunidades, en su último

reporte anual orientado al emprendimiento femenino denominado The 2015 female entrepreneurship index (2015), se analizaron las condiciones de mujeres emprendedoras en 77 países, en el cual Australia, Estados Unidos, Suecia y Alemania, destacan por ser los que tienen condiciones particularmente buenas para empresarias mujeres, mientras que en Latinoamérica –LATAM- se destaca Chile, seguido a distancia por México. Los parámetros que se analizaron fueron el acceso a capital, derechos legales, acceso a la educación, el PIB per cápita, entre otros.

El contexto social:

Cuando se habla del contexto se refiere a todo aquello que rodea al emprendedor y que influye de una u otra manera en su intención emprendedora. Según Welter (2011), el contexto es importante para entender cuándo, cómo y por qué ocurre el espíritu empresarial. Por su parte, Stayaerd y Katz (2004) explican que existe una multiplicidad de contextos, entre los que pueden estar el de negocios, social, espacial e institucional.

En esta investigación nos enfocamos al estudio del contexto social que está dado por aquellos factores que están presentes en la sociedad, en la familia, en los amigos, entre otros y que pueden promover o afectar la intención emprendedora. (Stayaert y Katz, 2004).

En el caso del emprendimiento de mujeres el contexto social cobra gran importancia ya que si bien en muchos países ya se considera a la mujer como un eje fundamental del desarrollo económico, en otros aún existen ciertas trabas en función de la cultura.

Autores como Saavedra y Camarena (2015), indican que las responsabilidades familiares siguen siendo una importante limitación en América Latina ya que aún persiste la tradicional división de roles, donde el hombre es el proveedor del hogar y la mujer la responsable de la crianza de los hijos, aunque en los últimos años existe una tendencia creciente de las mujeres a cambiar estos roles, por ejemplo, asumiendo el rol de empresaria, tratando de disminuir la brecha existente con los hombres y abriéndose paso hacia mayores posibilidades de educación, al desarrollo de capacidades y conocimientos y a la mayor incorporación al mercado laboral, sin embargo todavía las mujeres empresarias enfrentan estereotipos negativos que ponen en tela de duda su capacidad para crear una empresa. (Saavedra y Camarena, 2015).

Por otro lado está la barrera cultural que existe en algunos escenarios y que impide que la población vea a la mujer capaz de dirigir su propio negocio, motivando la percepción de la mujer de que el emprender un negocio va a afectar el equilibrio del hogar y el rol que tiene dentro de él y por lo tanto merma su intención emprendedora (Ortiz et. al, 2008).

Existen por su parte movimientos feministas llamando a acciones a favor de la equidad de género indicando que no tiene porqué existir diferencias entre las actividades que realizan tanto hombres como mujeres. A pesar de esto la brecha de género es grande como lo muestran los datos del Global Gender Gap Report (2016), que es un informe anual que analiza la brecha global de género, publicado por el Foro Económico Mundial, que señala que únicamente existe en el Ecuador un 24% de empresas cuyas representantes legales son mujeres.

Comentarios Finales:

Si bien este artículo presenta una revisión bibliográfica, éstos datos se complementan con las estadísticas presentadas por los organismos más importantes que analizan e investigan el

emprendimiento desde distintas latitudes como lo son el GEM, el Banco Mundial, el Global Gender Gap, entre otros. Donde se observa que si bien la intención emprendedora –TEA- del Ecuador fue una de las más altas de Latinoamérica y el Caribe, TEA de hombres es de un 52% y la de mujeres de 48%, observándose muy poca la diferencia entre uno y otro género.

Además es importante recalcar que si bien se han hecho importantes avances en la Legislación ecuatoriana para alcanzar la equidad de género, éstas leyes no se orientan directamente al área del emprendimiento, a pesar de esto son cada vez más el número de mujeres que a pesar de los obstáculos impuestos por la sociedad, empiezan a ganarse un espacio en el ámbito empresarial.

3. Referencias bibliográficas

- Ahl, H. (Septiembre de 2006). *Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions*. (B. University, Ed.) *Entrepreneurship Theory and Practice*, 595-621.
- Bartesaghi, A. Silveria, S. Lasio, M. Varella, R. Villegas, L. Veiga, L. Kew, P. Herrington, M. (2016). *GEM América Latina y el Caribe 2015/16*. *Global Entrepreneurship Monitor*, 28-33.
- Brush, C., & Cooper, S. (2012). *Female entrepreneurship and economic development: An international perspective*. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 24(1-2), 1-6.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2017). *Informe sobre la décimo tercera conferencia regional sobre la mujer de América Latina y el Caribe*. CEPAL. Montevideo: on line. Recuperado de: www.cepal.org. El 20 de septiembre del 2017.
- Henry, C., Foss, L., & Ahl, H. (2016). *Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches*. *International Small Business Journal*(34), 217-241.
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Samaniego, A. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2016*. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil.
- Ortiz Riaga, C., Duque Orozco, Y. V., & Camargo Mayorga, D. (2008). *Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino*. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: investigación y reflexión*, 16(1).
- Steyaert, C. y Katz, J. (2004). *Reclaiming the space of entrepreneurship in society: geographical, discursive and social dimensions*. *Entrepreneurship & regional development*, 16(3), 179-196.
- Saavedra García, M.L., & Camarena Adame, M.E. (2015). *RETOS PARA EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN AMÉRICA LATINA*. *Revista Criterio Libre*, 13(22).
- The global entrepreneurship and development index. (2015). *The 2015 female entrepreneurship index*. Washington DC.
- The global gender gap (2016). *The global gender gap index 2016*. In World Economic Forum.
- Welter, F. (2011). *Contextualizing entrepreneurship—conceptual challenges and ways forward*. *Entrepreneurship theory and Practice*, 35(1).