



**DIAGNÓSTICO SOBRE IGUALDAD DE GÉNERO
EN EL EMPRENDIMIENTO PARA JÓVENES**

Equipo investigador: Paco Abril y Alfons Romero



Índice

1. Introducción	3
2. Estado de la cuestión	4
2.1. Tipo de emprendimiento femenino	4
2.2. Factores explicativos de la menor presencia de mujeres emprendedoras y de su diferente tipo de emprendimiento	5
2.2.1. La figura del emprendedor desde la perspectiva de género	5
2.2.2. Factores individuales y su papel en el emprendimiento	6
2.2.3. Dándole la vuelta. Ejemplos positivos de gestión empresarial andrógina:	8
2.3. Valor añadido de nuestra propuesta de enfoque teórico	8
3. Datos de tipo secundario referidos al emprendimiento y su relación con el género y la edad	11
4. Análisis del cuestionario a participantes en el IEJ 2017 y 2018	16
4.1. Introducción	16
4.2. Experiencia laboral y relación con el emprendimiento	17
4.3. Valores y actitudes respecto al emprendimiento	19
4.4. Factores que impiden o facilitan el emprendimiento	22
5. Análisis de los grupos de discusión	29
5.1. La figura del emprendedor	30
5.2. Diferencias entre hombres y mujeres	32
5.3. Edad e inmigración	33
5.4. Obstáculos para el emprendimiento y la consolidación del mismo	34
5.5. Medidas para la mejora de la formación en emprendimiento	36
6. Conclusiones	38
7. Bibliografía	42

1. Introducción

El presente informe de diagnóstico sintetiza el trabajo de investigación sobre la brecha de género en el emprendimiento que sufren los/as jóvenes. Este diagnóstico es la primera parte de la investigación “Diagnóstico y kit de herramientas metodológicas sobre igualdad de género en el emprendimiento para jóvenes”, realizada en el marco de la estrategia en género 2018-2020 para el Departamento de Acción Social de Acción contra el Hambre y dentro del Programa Vives Emprende, financiado por el Fondo Social Europea y la Fundación INCYDE, y más específicamente dentro del proyecto Itinerarios de Emprendimiento Juvenil (IEJ en adelante).

El objetivo de la investigación es analizar la brecha de género existente en el acceso al mercado laboral de las/os jóvenes menores de 30 años a través del emprendimiento, en el contexto de la comunidad autónoma de Catalunya. Pretende además identificar los elementos que dan lugar a dicha brecha de género en el emprendimiento, con especial atención a los vinculados con la definición de los roles femeninos y masculinos. El objetivo final de la investigación es introducir la perspectiva de género y de nuevas masculinidades en la formación que realiza el proyecto IEJ.

La metodología empleada en este diagnóstico parte de la triangulación del análisis documental sobre el emprendimiento de los/as jóvenes, con la metodología cuantitativa y cualitativa elaborados específicamente para este estudio. Inicialmente presentamos en los dos primeros apartados el estado de la cuestión sobre el tema y el análisis de los datos de tipo secundario que nos sitúan ante la realidad del fenómeno. En tercer lugar, se presentan los resultados del cuestionario online que se pasó a los/as participantes en el programa IEJ de los años 2017 y 2018. En cuarto lugar, presentamos los resultados de los grupos de discusión y la entrevista a una experta en el tema, con el fin de contrastar los discursos sobre emprendimiento de los/as jóvenes. Finalmente, en las conclusiones sintetizamos la información recogida en estos cuatro apartados con el fin de señalar los elementos que deben ser trabajados metodológicamente en la segunda parte de la investigación: el kit de herramientas metodológicas.

2. Estado de la cuestión

Aunque el progreso que se ha hecho en términos de igualdad de género en el ámbito laboral sea considerable, hay algunas áreas en las que estos avances han sido más lentos, especialmente en lo que respecta a la iniciativa emprendedora. De hecho, los datos muestran que en la mayoría de los países el porcentaje de empresas creadas por hombres es mucho mayor que el de las creadas por mujeres (GEM, 2018a), eso no es así sólo en lo que respecta a la menor presencia de las mujeres en todas las fases del proceso emprendedor, sino también en lo que respecta a la creación y dirección de un negocio, los distintos problemas a los que se enfrentan para ello, así como el distinto perfil de sus iniciativas empresariales. A nivel sectorial, por ejemplo, el 85,2% de las mujeres que trabajan por cuenta propia lo hacen en el sector de servicios, en comparación con el 64,6% de los hombres (INE, EPA, 2018, T4).

En el caso de Catalunya, a pesar de que la tasa de actividad emprendedora juvenil se sitúa por encima de la media española (9,5% frente a 6,2%) y cercana a la media europea, sólo el 39% de esa actividad emprendedora juvenil está protagonizada por mujeres. Los datos del última GEM confirman esta menor presencia de las mujeres en todas las fases del proceso emprendedor (GEM, 2018b).

2.1. Tipo de emprendimiento femenino

Estas diferencias no son solo cuantitativas (menor número de emprendedoras), sino también cualitativas, dado que las mujeres emprenden más en el comercio minorista y en los servicios orientados a las personas, con la consecuente menor remuneración. Según el Observatorio Estatal de la igualdad en el Emprendimiento, las iniciativas empresariales de las mujeres se concentran fundamentalmente en el sector servicios (concretamente el 85% de las emprendedoras se concentran en los servicios en relación al 65% de los hombres), en actividades como el comercio, que presentan menos barreras de entrada, pero que sin embargo tienen una alta competencia, márgenes de beneficio reducidos y menores posibilidades de supervivencia. Las empresas creadas por mujeres suelen tener una dimensión más pequeña y una expansión menos rápida. Sus inversiones son más intensivas en mano de obra que en capital. También lo hacen en empresas con menor base tecnológica y sufren además de una menor visibilidad y grado de internacionalización. Su presencia en los sectores de impacto es más reducida.

Por lo que respecta a la relación entre innovación y género, las empresas propiedad de hombres presentan mayores tasas de crecimiento que las de las mujeres, por lo que los hombres tienen la necesidad de incorporar un mayor grado de innovación en sus empresas.

A pesar de este panorama negativo en términos objetivos, el emprendimiento femenino es visto como algo necesario para el crecimiento económico de los países en vías de desarrollo, así como para la propia emancipación laboral y familiar de las mujeres de los países de todo el mundo, también de los países desarrollados.

Cabe también destacar que las estrategias empresariales de las mujeres suelen caracterizarse por su apertura a los cambios y las innovaciones, sobretodo en lo relativo a la estructura organizacional y las relaciones laborales.

2.2. Factores explicativos de la menor presencia de mujeres emprendedoras y de su diferente tipo de emprendimiento

Para determinar las causas que sustentan estos datos, numerosos estudios han abordado una amplia gama de cuestiones que tratan de identificar las diferencias de género en el emprendimiento. Así, a la ya clásica discriminación laboral femenina (segregación horizontal y vertical del mercado de trabajo, doble presencia, techo de cristal, brecha salarial, etc.), en el caso del emprendimiento se añaden discriminaciones de carácter específico que dificultan especialmente el acceso al mismo de las mujeres jóvenes, pero también como veremos después de los hombres que no compartan una cultura empresarial impregnada de la tradición de masculinidad hegemónica.

Para explicar la brecha de género en el emprendimiento, la literatura reciente sobre el tema, y así lo hacemos nosotros en este estudio, contrasta la figura del emprendedor (en términos de tipo ideal weberiano o en nuestro caso a través de la pregunta: qué constituye un/a buen/a emprendedor/a), con las competencias y capacidades de los hombres y mujeres emprendedores. El objetivo es determinar hasta qué punto la figura del emprendedor está impregnada del rol de género imperante masculino (aunque también nos interesa ver si ha ido cambiando en los últimos años incorporando elementos andróginos o femeninos como positivos para el emprendimiento). Se procede entonces a comparar las capacidades de los emprendedores y las emprendedoras para ver su encaje dentro de las expectativas sociales de lo que significa ser un/a buen emprendedor/a. Los dos próximos apartados desarrollan por separado estos dos factores de contraste.

2.2.1. La figura del emprendedor desde la perspectiva de género

En términos económicos el estereotipo de empresario de éxito ha sido construido en base a estereotipos de racionalidad, ambición, y éxito. Pero el emprendimiento no es sólo un hecho económico, sino también una cuestión social y cultural, de manera que esta “racionalidad económica” se construye con género masculino. Pero en la ya

conocida identificación entre general y masculino, la masculinidad deja de ser visible, con lo que se convierte en norma.

Esta medida del rendimiento, en base a indicadores como el tamaño, el crecimiento o la rentabilidad, aplicada a las empresas creadas por mujeres, hace que éstas sean consideradas inferiores (con menores índices de crecimiento). Lo mismo en términos otras medidas como los niveles de capitalización, de nuevo sesgado por género, ya que se ha demostrado que las mujeres disponen de menos ahorros personales que los hombres (en base a un mercado laboral segregado y la consiguiente brecha salarial; a la desigualdad en la herencia, etc.).

La combinación del estereotipo de empresario en base a modelos masculinos de éxito (masculinidad hegemónica) añadido a una ciencia económica construida en base a indicadores hegemónicos (sin tener en cuenta el contexto social de desigualdad estructural de base que sufren las mujeres), ha producido a lo largo de los años el modelo de la figura de la persona emprendedora fuertemente impregnada de masculinidad.

Nuestra perspectiva parte de la idea de que el sexo biológico no es una variable adecuada, sino que deben utilizarse medidas de masculinidad y feminidad. En las últimas décadas se han reducido las diferencias entre los rasgos masculinos de los propietarios de pymes de ambos sexos. Lo que sí que hay es un sesgo evidente hacia la masculinidad en los atributos psicológicos utilizados en la literatura sobre pymes (ignorando atributos femeninos que también favorezcan el éxito empresarial).

2.2.2. Factores individuales y su papel en el emprendimiento

La investigación sobre género y emprendimiento ha diferenciado a grandes rasgos entre los factores de discriminación de tipo estructural y las barreras de tipo individual (en la que se analizan las características de los/as jóvenes emprendedores/as para determinar sus mayores posibilidades de éxito o fracaso en el emprendimiento). Neira, et al (2013) analizan, por ejemplo, los factores determinantes del emprendimiento, que se pueden clasificar en tres tipos: factores individuales, factores sociales y factores macroeconómicos. En esta investigación nos hemos centrado en los factores sociales e individuales.

Gran parte de la literatura sobre género y emprendimiento señala **las causas de tipo social**, especialmente la persistencia de un marco social sexista en el que conviven actitudes machistas con planteamientos apoyados en la diferencia de sexos a la hora de afrontar tanto la vida personal como la profesional, lo que influye también en su auto percepción, de modo que las mujeres, en términos generales, se consideran menos preparadas y con menos habilidades para emprender, tienen menos autoestima,

presentan más miedo al fracaso y son menos optimistas. Como vemos aquí sí que existe una fuerte conexión entre los factores estructurales de tipo social y los factores individuales.

Para el objetivo final de nuestra investigación, que es proponer cambios en la formación de los/as futuros/as emprendedores/as, no podemos centrarnos excesivamente en los factores estructurales (más difíciles de cambiar desde el potencial de acción de un curso formativo), pero sí que podemos intervenir en la esfera de los factores de capacitación individual. En este sentido destaca la teoría de la Amenaza del Estereotipo aplicado al emprendimiento.

La teoría de la Amenaza del Estereotipo destaca el rol de los estereotipos negativos en el debilitamiento tanto de las intenciones como del rendimiento del grupo discriminado. Así, cuando las personas que pertenecen a grupos estereotipados negativamente, como las mujeres en este caso, perciben que van a ser juzgadas de acuerdo a estereotipos que desconfían de que la pertenencia a su grupo social sea propicia para la realización de una determinada tarea (ser emprendedoras, en nuestro caso), de manera que se vuelven vulnerables a la amenaza de estos estereotipos (Davies et al., 2005).

Es decir, la teoría describe que cuando los individuos detectan una falta de ajuste entre las propias características y las asociadas a una tarea estereotipada, se produce un descenso en las intenciones de llevar a cabo dicha tarea (Pérez-Quintana, 2014). En el caso que nos ocupa y como vemos a lo largo tanto de los grupos de discusión como del cuestionario a las participantes en el programa IEJ, las mujeres detectan una falta de ajuste entre las propias características (escasa autoconfianza) y las asociadas a una tarea estereotipada: la figura del empresariado (que como hemos visto se ha ido construyendo básicamente con características masculinas).

“Al asociar género y emprendimiento, se comprueba que los estereotipos de género no sólo conducen a la percepción negativa de los demás hacia las mujeres que sopesan poner en marcha un negocio, sino que provocan idéntica percepción en ellas mismas” (Pérez-Quintana, 2014:66).

Esta investigación pretende cambiar ambos presupuestos: por un lado, aumentar la autoconfianza de las mujeres, y por el otro redefinir el constructo estereotipado de emprendedor/a, dotándolo de características más cercanas al de las mujeres (o a la socialización femenina).

2.2.3. Dándole la vuelta. Ejemplos positivos de gestión empresarial andrógina:

- Mueller & Conway realizaron en el año 2011 una comparación entre Estados Unidos y España utilizando la misma metodología a partir de las respuestas aportadas por estudiantes de Administración de Empresas. Los autores concluyen que existe una vinculación entre la orientación de rol de género andrógina (neutra) y la autoeficacia emprendedora, puesto que se trata de personas que poseen rasgos deseables para un empresario. Es decir, cualidades como la alta autoestima, mayores habilidades creativas, una mayor autoeficacia en la carrera profesional, la mayor adaptabilidad a situaciones diversas y un comportamiento más flexible distinguen a las personas andróginas de las que poseen un carácter estereotipado claramente hacia lo femenino o lo masculino (Mueller & Conway Dato-on, 2011).
- También se ha demostrado que en proyectos en países donde los roles de género están muy marcados, y se ha trabajado con el empoderamiento femenino, se ha visto la necesidad también de hacer un trabajo con sus parejas masculinas, ya que los cambios que estaban experimentando las mujeres les habían afectado. A nivel de emprendimiento, esto implicaría trabajar con la masculinidad hegemónica, introduciendo las aportaciones de las nuevas masculinidades.

2.3. Valor añadido de nuestra propuesta de enfoque teórico

En todo caso la gran mayoría de estos estudios insisten en relacionar esta variedad de factores con el sexo biológico de los/as emprendedores/as, obviando así un factor clave en el estudio del emprendimiento, como es la relación entre las dimensiones masculinas y femeninas de la cultura empresarial con la dimensiones masculinas o femeninas de los/as emprendedores, sean éstos/as hombres o mujeres. Como señala Pérez Quintana (2013:194): “las mujeres y los hombres no deben ser tratados como grupos homogéneos, puesto que las generalizaciones son arriesgadas y pueden alejarnos de la compleja realidad. Por otra parte, la insistencia de los estudios centrados en las diferencias entre los empresarios en función del sexo no hace más que consolidar la brecha existente entre ellos, puesto que implícitamente sostiene la inevitabilidad de dichas diferencias”. Como veremos a continuación, nuestra propuesta trabaja para la superación de dicha inevitabilidad.

La investigación reciente sobre género y emprendimiento está demostrando que el sexo biológico por sí solo no es un buen indicador para explicar las diferentes tasas de emprendimiento entre hombres y mujeres (Mueller y Conway, 2008, 2011; Wilson y Tagg, 2010; Pérez Quintana, 201e). El enfoque que proponemos para este proyecto es interseccional, al considerar no solamente el papel del género, sino también la cultura de origen, la etnia y la edad entre otros factores. Nuestra propuesta no parte del sexo biológico sino de la identificación de los individuos con el género. Se trata de un enfoque más dinámico, puesto que dicha identificación es algo que puede variar según el lugar y el momento en que se mida (López-Zafra et al, 2008). Dicho de otra manera y para que se entienda, nuestra aportación se basa en el indicador de la orientación de rol de género (es decir, en el grado de identificación que perciben los individuos -hombres o mujeres- con los estereotipos de género masculinos y/o femeninos, superando así la diferencial sexual entre individuos que se ha mostrado poco útil para el análisis. Esto nos permite no solo diferenciar a las mujeres en función de su grado de identificación con los roles masculinos, sino también a los hombres con su mayor grado de identificación con los roles femeninos, pudiendo considerar el papel que las nuevas masculinidades juegan en el emprendimiento.

Los estereotipos son resistentes al cambio, pero pueden evolucionar. Pérez Quintana (2013) muestra por ejemplo cómo en el caso de Catalunya, si bien persisten los tradicionales estereotipos de género masculinos y femeninos en la sociedad catalana, observa indicios de cambio al observar que las mujeres en Catalunya manifiestan un mayor acercamiento a las orientaciones de género masculino y andrógino (valores equitativos) que en otras zonas de España.

Como objetivo teórico y metodológico último nos planteamos aumentar la identificación de la mujer con la figura de la persona emprendedora. Para ello sería conveniente poner en valor determinados rasgos que en la mayoría de sociedades se consideran femeninos y que son beneficiosos en emprendimiento, incidir en la vertiente equitativa de dicha ocupación, y dotar de mayor visibilidad a los modelos de referencia que las incentiven. Pero también pretendemos vincular a los hombres con esta nueva figura de persona emprendedora, ya que nuestra hipótesis de partida es que las nuevas formas de gestión empresarial estarían más relacionadas con las nuevas formas de masculinidad que con la masculinidad hegemónica tradicional.

Consideramos que el emprendimiento es un fenómeno cultural y que el rol del emprendedor ha tenido hasta ahora género -predominantemente masculino, pero pretendemos observar si dicha caracterización está en proceso de cambio. Existen determinados rasgos típicamente femeninos como la adaptabilidad, la orientación hacia los demás, la flexibilidad, la amabilidad, que son valores positivos para llevar

a cabo proyectos emprendedores que conduzcan hacia un cambio de paradigma en el ámbito del emprendimiento. Se trata de replantear los indicadores utilizados para medir el éxito empresarial basados solamente en los principios de racionalidad económica para incorporar indicadores “femeninos” (o neutros) de éxito o beneficio no estrictamente económicos desde una óptica más amplia de éxito (Gálvez, 2004). Dicho planteamiento afecta de una manera central la formación en el emprendimiento tanto de las mujeres como de los hombres y las nuevas masculinidades.

Una formación empresarial que parta de la idea de que el arquetipo de emprendedor/a evoluciona y puede despojarse de la exclusividad de los rasgos identificados como masculinos (Pérez Quintana, 2013). Así, si los programas de educación empresarial insistieran en los rasgos de identidad de género equitativos del emprendedor/a, se aumentaría la identificación de esta figura con las mujeres, aumentando así su intención de emprender y cambiaría la visión del emprendimiento por parte de los hombres.

3. Datos de tipo secundario referidos al emprendimiento y su relación con el género y la edad

Para la obtención de los datos secundarios hemos recurrido a dos fuentes. Por un lado, los últimos datos del GEM (Global Entrepreneurship Monitor, *Informe executiu Catalunya, 2017-2018*), y por el otro a la EPA (Encuesta de Población Activa, 2018, INE).

El contexto socioeconómico influye no sólo en el crecimiento económico y la ocupación, sino que condiciona también los resultados de la actividad emprendedora. Subiendo el porcentaje de emprendedores (tanto hombres como mujeres) en momentos de crisis económica y bajando (porcentualmente) en épocas de creación de empleo. Eso explica que los porcentajes de trabajadores/as por cuenta propia del año 2018 sean más bajos que los del año 2012 durante la crisis económica (Tabla 3.1). Eso es así para hombres y mujeres y tanto en España como en Catalunya.

El dato relevante y que apenas varía con el tiempo es que la tasa de emprendimiento masculino dobla la tasa femenina (19,9% respecto al 10,8% femenino en el año 2018), con una ratio de 1,84 emprendedores masculinos por cada mujer emprendedora, casi el doble.

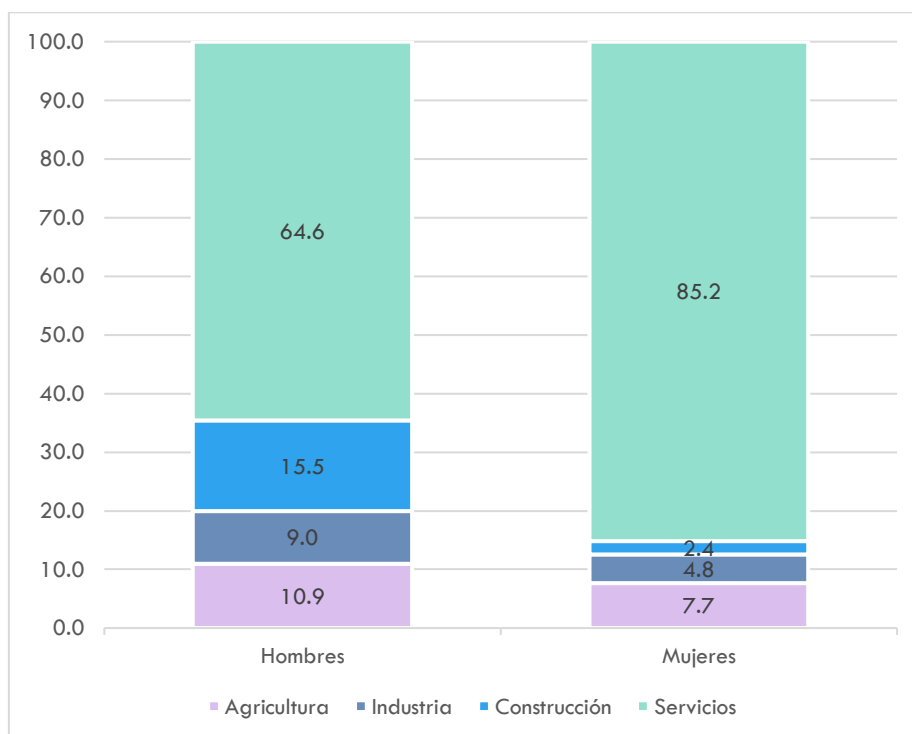
Tabla 3.1. Tasa de emprendimiento respecto a la población ocupada. Ratio Hombres/Mujeres del empresariado en Catalunya y España

	Hombres		Mujeres		Ratio	
	2012	2018	2012	2018	2012	2018
Catalunya	20,3%	19,9%	11,4%	10,8%	1,78	1,84
España	21,1%	19,4%	12,7%	11,8%	1,66	1,64

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta de Población Activa- INE

Pero como hemos señalado ampliamente en el marco teórico, las mujeres no sólo emprenden menos, sino que emprenden de diferente manera. Como vemos en el Gráfico 3.1 la distribución de los/as emprendedores por sector económico muestra una elevada concentración de mujeres (85,2%) en el sector servicios, en comparación con el 64,6% de los hombres. Se trata de un sector más atomizado, con mayor competencia, menor nivel de inversión tecnológica y mayor grado de abandono empresarial.

Gráfico 3.1. Distribución de los/as emprendedores/as por sector económico y sexo



Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta de Población Activa- INE (4º Trimestre, 2018).

Obtenemos más datos del proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor). El equipo GEM Catalunya ha publicado recientemente su informe ejecutivo con resultados para los años 2017-2018 (Guallarte et al, 2018), en el que han participado un total de 54 países. El proyecto GEM es el estudio de referencia internacional en el campo de la actividad emprendedora.

Los resultados de GEM de 2017 indican que el porcentaje de población que manifiesta su intención de crear una empresa propia en los próximos años es del 6,7% (6,8% en España y 12,9% en la UE). La TEA catalana es de medio punto porcentual superior a la del año 2016

La materialización de la intención de emprender se mide, en el proyecto GEM, con la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA: Total Entrepreneurial Activity), que es el porcentaje de personas de la población adulta (de 18 a 64 años) que está iniciando una empresa durante el último año, pero que no pagado salarios durante más de tres meses (emprendedores nacientes) o que poseen un negocio que ha pagado salarios durante más de 3 meses y no más de 42 meses (nuevos emprendedores).

El índice TEA revela que el año 2017 el 8,03% de la población adulta catalana de 18 a 64 años estaba involucrada en actividades emprendedoras en fase inicial. La TEA de Catalunya ha incrementado 1,04 puntos respecto a la de 2016, un aumento

considerable en un contexto europeo de ligero descenso. La TEA catalana es 1,76 puntos superior a la española (6,19%) y dos décimas por encima de la europea (7,86%). Este incremento es el resultado tanto del aumento de los emprendedores nacientes (0,92), como de los nuevos (0,13%)

Los/as emprendedores/as consolidados/as (iniciativas empresariales de más de 3,5 años) representan el 9,1% de la población adulta de Catalunya, y ha disminuido 1,5 puntos respecto al año anterior (10,6%). A pesar de ello continúan teniendo un valor superior a España (7%) y Europa (6,7%).

El porcentaje de personas que han abandonado una actividad empresarial (1,9%) ha sido similar a la del año 2016 (1,8%), igual que el de España (1,9%) e inferior al de Europa (2,9%).

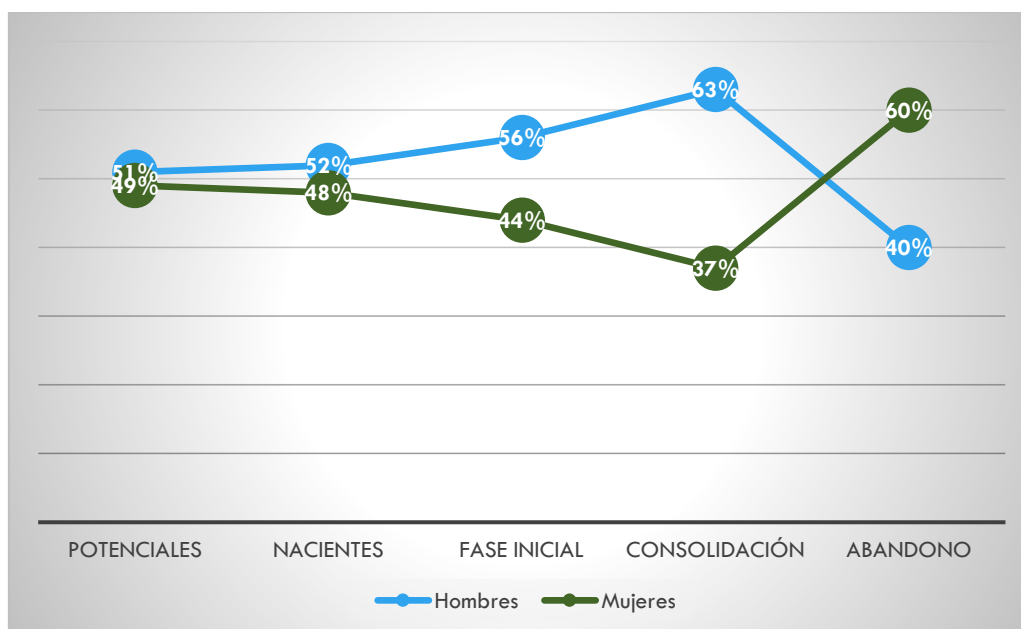
Por lo que respecta a la edad, la edad media de los emprendedores el año 2017 es similar a la de años anteriores, concretamente la media de edad de los potenciales y nuevos se sitúa en los 39 años, la de los nacientes en los 40 años, mientras que la de los consolidados es de 50 años. Estos datos contrastan con el discurso de los jóvenes participantes en el programa IEJ, que como veremos en el análisis de los grupos de discusión, consideran que su edad es la idónea para el emprendimiento y valoran poco el emprendimiento de las personas mayores.

Por franjas de edades y siguiendo una cierta lógica, en la franja de 18-24 años predominan los potenciales, en la de 25-34 destacan los nacientes, en la de 35-44 los nuevos, en la de 45-54 destacan claramente los consolidados, y finalmente en la de los 55-64 predomina el porcentaje de consolidados y de los que abandonan. Si analizamos la TEA, la población es más propensa a emprender en el tramo de 35-44 años (es el que tiene una TEA superior: 12%), el segundo grupo es el de los 25-34 años (10%).

En cuanto al género y como podemos ver en el Gráfico 3.2, los resultados del proyecto GEM del año 2017 indican que hay una participación muy similar en el caso de los/as emprendedores/as potenciales (un 51% de hombres y un 49% de mujeres) y de nacientes (52% y 48%).

El porcentaje sube y es claramente superior en los hombres que se encuentran en fase inicial (56% respecto al 44% de mujeres), y especialmente en la fase de consolidación: 65% respecto al 32%). En los abandonos la situación se invierte, ya que hay un porcentaje superior de mujeres en esta situación (60% de mujeres respecto al 40% de hombres).

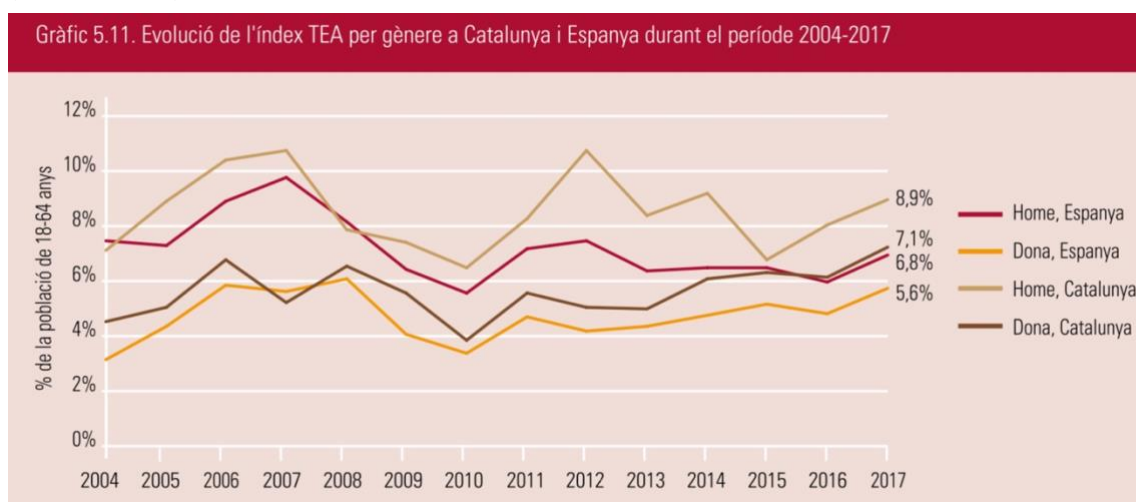
Gráfico 3.2. Participación por sexo en las distintas fases del emprendimiento



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del GEM-Catalunya 2017-2018

Por lo que respecta al índice TEA por género, los resultados de Catalunya corroboran el ya mencionado predominio de la participación de los hombres emprendedores durante el año 2017. La TEA de los hombres es del 8,9% y la de las mujeres se sitúa en el 7,1% (Gráfico 3.3). Este diferencial es similar al del año 2016. Tanto la TEA masculina como femenina han ido aumentando desde el año 2015, después del descenso de años anteriores (Gráfico 2). La TEA femenina aumenta más de un punto porcentual, pasando del 6,0% al 7,1% del último ejercicio. En España también aumenta la TEA de mujeres y hombres (6,8% de TEA masculina y 5,6% de TEA femenina).

Gráfico 3.3. Evolución del índice TEA por género en Catalunya y España (2004-2007)



Fuente: GEM-Catalunya 2017-2018 (Extraído directamente del propio informe).

El análisis de la distribución por media de edad de los colectivos emprendedores femeninos y masculinos en Catalunya el año 2017 indica que la edad de los hombres es mayor que el de las mujeres tanto entre los emprendedores potenciales, como los nacientes y los consolidados (Tabla 3.2). Las diferencias son especialmente notables en el grupo de emprendedores nacientes, ya que los hombres tienen 5 años más que las mujeres pertenecientes a este mismo grupo (43 respecto a 38). En cambio, la edad de las mujeres emprendedoras nuevas y en el grupo de abandonos es ligeramente superior al de los hombres.

Tabla 3.2. Media de edad por Fase del Emprendimiento y Género

	Potenciales	Nacientes	Nuevos/as	Inicial	Consolidados/as	Abandono
Mujeres	38	38	40	39	49	49
Hombres	40	43	39	40	50	47

Fuente GEM-Catalunya 2017-2018

Por lo que respecta al índice TEA por género y edad en Catalunya, la TEA aumenta durante el año 2017 tanto en emprendedores como emprendedoras de edades comprendidas entre los 35 y los 64 años. El índice femenino en esta franja de edad se sitúa en el 7,7% y el masculino en el 9,2%. En el caso de los hombres se supera incluso la TEA de los jóvenes (9,2% contra 8,2%).

Tabla 3.3. Índice TEA por género y grupos de edad en Catalunya

	18-34 años	35-64 años
Mujeres	7,7%	3,9%
Hombres	8,2%	9,2

Fuente: GEM-Catalunya 2017-2018

Pero lo que más nos interesa es ver cómo en las etapas iniciales la intención de emprender es similar para mujeres y hombres, y cómo va disminuyendo a medida que ellas envejecen (caso que no pasa con los hombres). A lo largo de este diagnóstico iremos desgranando las causas de este abandono.

4. Análisis del cuestionario a participantes en el IEJ 2017 y 2018

4.1. Introducción

En el marco del proyecto de investigación-acción que se propone, una parte esencial del mismo es la recogida de información del estudiantado sobre el cual se validarán las propuestas de acciones y la propia guía metodológica (Tool-kit). Para el cumplimiento de este propósito se ha realizado un acercamiento al mismo desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo. A nivel cualitativo se han realizado 4 grupos de discusión y una entrevista. A nivel cuantitativo se ha realizado un cuestionario online a los/as participantes de las sesiones formativas del programa IEJ de las ediciones de 2017 y 2018. En este informe detallamos los resultados de dicho cuestionario.

El objetivo del cuestionario era recabar información demográfica general sobre los/as participantes del programa IEJ, con especial atención a su situación respecto al emprendimiento y sobretodo centrándonos en su valoración de los factores que impiden y facilitan el emprendimiento. El cuestionario consta de 12 de preguntas y la recogida de datos se realizó entre el 25 de enero y el 6 de marzo de 2019 con un total de 48 cuestionarios respondidos.

La tabla 4.1 recoge los principales datos demográficos (sexo, edad, situación familiar, nivel de estudios y país de nacimiento) de los/as encuestados/as. A destacar la mayor proporción de mujeres (67%), una edad media de 27 años, la escasa carga familiar en términos de hijos/as y una mayor formación superior de las mujeres (78,2%) respecto a los participantes masculinos (62,5%).

Tabla 4.1. Datos demográficos de los/as participantes

	Hombres	Mujeres	Total
N (Total de encuestados/as)	16	32	48
Porcentaje de estudiantes o ex estudiantes	33%	67%	100%
Edad media	26,6	27,3	27
Edad máxima-mínima	23-29	21-32	21-32
Situación familiar	Hombres	Mujeres	Total
Casado/a o en pareja sin hijos/as	18,8%	43,8%	35,4%
Casado/a o en pareja con hijos/as	12,5%	0,0%	4,2%
Separado/a; divorciado/a; soltero/a con hijos/as	0,0%	9,4%	6,3%
Separado/a; divorciado/a; soltero/a sin hijos/as	25,0%	21,9%	22,9%
Soltero/a (vivo con mis padres)	43,8%	25,0%	31,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Nivel de estudios máximo alcanzado	Hombres	Mujeres	Total
Estudios de postgrado (Máster, Doctorado)	12,5%	34,4%	27,1%
Estudios primarios (ESO, Graduado escolar)	18,8%	3,1%	8,3%
Estudios secundarios (Bachillerato, Formación Profesional)	18,8%	18,8%	18,8%
Estudios superiores (Universitarios, Form. Prof. Superior)	50,0%	43,8%	45,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

País de nacimiento	Hombres	Mujeres	Total
Argentina	0%	3%	2%
Bolivia	0%	3%	2%
Catalunya/España	56%	77%	70%
Colombia	0%	10%	6%
Ecuador	6%	0%	2%
Holanda	6%	0%	2%
Marruecos	6%	3%	4%
Paquistán	6%	0%	2%
Rusia	6%	3%	4%
Venezuela	13%	0%	4%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

Inmigración	Hombres	Mujeres	Total
Inmigrantes	44%	23%	30%
No inmigrantes	56%	77%	70%
Total	100%	100%	100%

Por lo que respecta al país de nacimiento de los/as participantes del programa, alrededor del 70% de los/as mismos/as son catalanes y españoles, con una proporción algo mayor de inmigrantes entre los hombres (44%) respecto a las mujeres inmigrantes (23%)

4.2. Experiencia laboral y relación con el emprendimiento

En cuanto a la experiencia laboral previa y la relación de los/as participantes del programa IEJ con el emprendimiento, destaca inicialmente el hecho de que la mayoría de mujeres del programa ha trabajado previamente como asalariadas (87,5%) en comparación con el 50% de los hombres, siendo todavía más destacable para nuestro objeto de estudio el hecho de que sólo el 12,5% de ellas ha trabajado previamente como emprendedora, en comparación con el 43,8% de los mismos.

No hay diferencias significativas, sin embargo, en lo que se refiere a su situación actual con el emprendimiento, ni a la posesión de un negocio familiar propio por parte

de la familia, con exactamente la misma proporción del 37,5% de encuestados/as que afirman tener antecedentes de emprendimiento en sus familias.

Tabla 4.2. Experiencia laboral y relación con el emprendimiento

Experiencia laboral previa	Hombres	Mujeres	Total
Como asalariado/a (por cuenta ajena)	50,0%	87,5%	75,0%
Como emprendedor/a (por cuenta propia)	43,8%	12,5%	22,9%
No tengo experiencia laboral previa	6,3%	0,0%	2,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Situación respecto al emprendimiento	Hombres	Mujeres	Total
Acabo de constituir mi empresa/proyecto (hace menos de 1 año)	25,0%	37,5%	33,3%
Hace más de 1 año que he constituido mi empresa/proyecto	12,5%	12,5%	12,5%
Todavía no he constituido mi empresa/proyecto	50,0%	43,8%	45,8%
Ya he tenido oportunidad de constituir una empresa/proyecto, pero finalizó	12,5%	6,3%	8,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

La familia posee negocio familiar propio	Hombres	Mujeres	Total
No	62,5%	62,5%	62,5%
Si	37,5%	37,5%	37,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Principal motivo personal para el emprender	Hombres	Mujeres	Total
Flexibilidad	0,0%	3,1%	2,1%
Mejorar la sociedad, mejorar el sistema.	6,3%	0,0%	2,1%
Necesidad económica	12,5%	12,5%	12,5%
No depender de nadie. No tener jefe/a	0,0%	6,3%	4,2%
Observación de un nicho de mercado interesante	18,8%	3,1%	8,3%
Realización personal y/o Profesional	62,5%	75,0%	70,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

La realización personal o profesional aparece destacado con diferencia como el principal motivo personal para emprender con especial relevancia entre las mujeres (75%) en relación al 62,5% de los hombres. El resto de motivos aparece con un valor similar a excepción del 18,8% de los hombres que aduce la observación de un nicho de mercado interesante como principal motivo para emprender en comparación con

el 3,1% de los hombres. Este dato es interesante dado que tanto la entrevista a la experta como la literatura sobre el tema, señalan que un buen conocimiento del sector en el que se quiere emprender son elementos esenciales para el éxito y la consolidación de los proyectos empresariales.

4.3. Valores y actitudes respecto al emprendimiento

La “Orientación Emprendedora” se ha convertido en las últimas décadas en un concepto muy utilizado para predecir capacidades en el campo del emprendimiento. El concepto se desarrolló para caracterizar las organizaciones que adoptan una estrategia dinámica de búsqueda constante de nuevas oportunidades, considerando como esenciales la innovación, la proactividad y la propensión al riesgo.

Lo interesante de la Orientación Emprendedora para nuestro estudio es la importancia que se le otorga actualmente a nivel individual, midiendo así las capacidades individuales de los individuos para el emprendimiento. Lumpkin & Erdogan (2004) analizaron empíricamente la relación entre la orientación emprendedora individual y los rasgos de la personalidad de los empresarios, encontrando una fuerte asociación positiva entre ambas variables.

“La orientación emprendedora individual describe las actitudes empresariales que adopta una persona a lo largo de la vida y se define, fundamentalmente, por tres dimensiones. Dos de ellas (la asunción de riesgos y la proactividad) están estrechamente relacionadas con estereotipos masculinos mientras que la tercera, la innovación (o la creatividad), se clasifica como un atributo andrógino” (Pérez-Quintana, 2014)

Nuestro objetivo en este cuestionario es incorporar además de estas tres dimensiones, las capacidades recogidas en las evaluaciones que el propio programa IEJ realiza al inicio y al final de sus sesiones (autoconfianza, autocontrol, comunicación, cumplimiento de las normas, razonamiento analítico, capacidad de relación, orientación a la cliente, iniciativa y toma de decisiones, flexibilidad/adaptabilidad y tolerancia a la frustración).

Se amplía además con un amplio conjunto de capacidades, con el objetivo de introducir dimensiones consideradas tradicionalmente como más femeninas (la humildad, la amabilidad o la prudencia) o consideradas por las investigaciones sobre el tema como neutras o andróginas, como la innovación.

Para medir la orientación emprendedora individual en términos de rasgos de la personalidad de los/las participantes, se les preguntó sobre una serie de características o capacidades que los/as definieran. Se les facilitaba una lista de elementos que les pudieran definir en una escala de 1 a 5, donde 1 significaba que

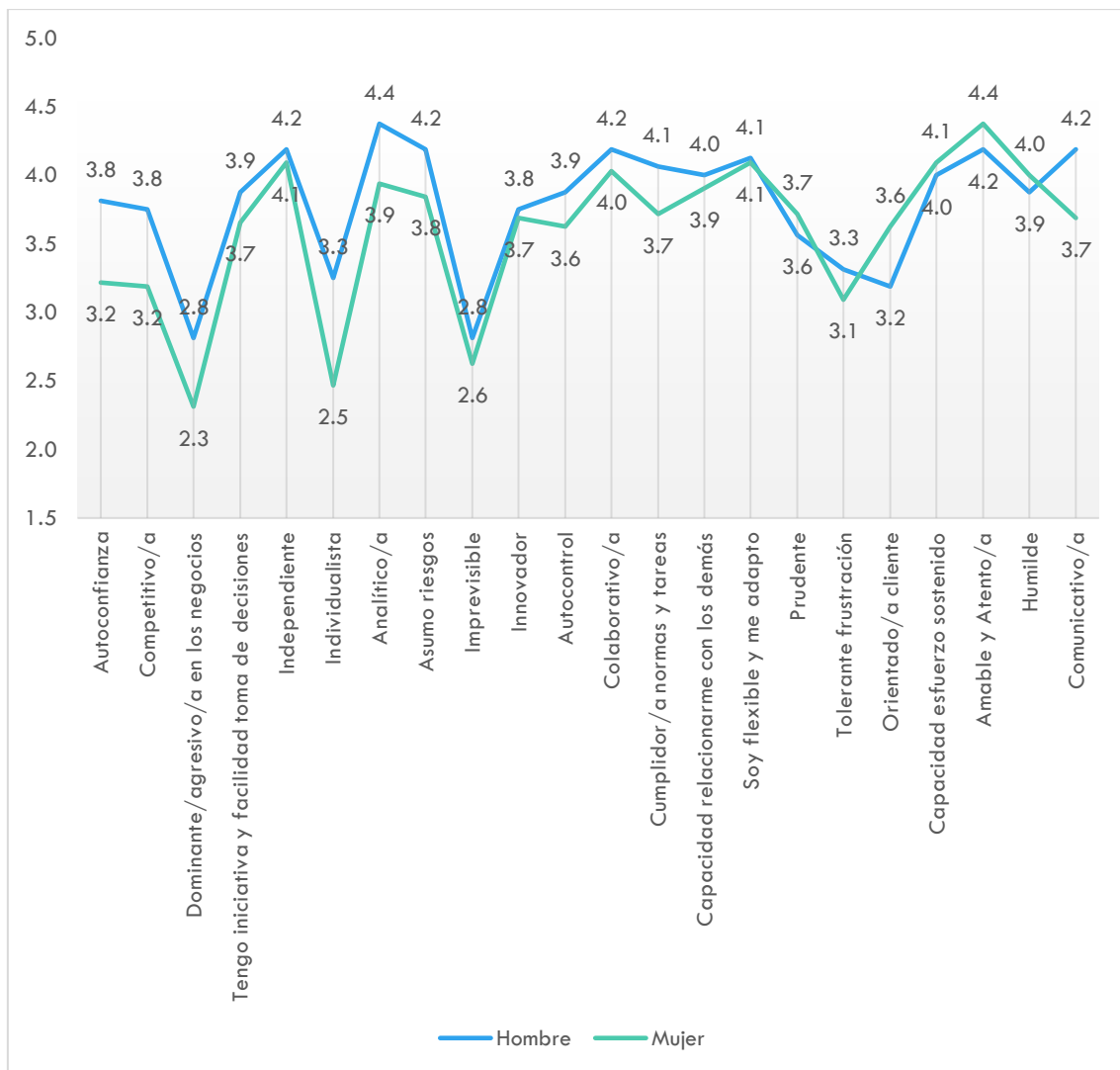
no le definía nada y 5 que lo definía completamente. La Tabla 4.3 y el Gráfico 4.1 dan cuenta de los resultados de dicha autodefinición. Los resultados se presentan simplificados con un índice de media para cada elemento.

Tabla 4.3. Características que mejor definen a los/as encuestados/as en relación con el sexo

	Hombre	Mujer	Diferencia
Autoconfianza	3,8	3,2	0,6
Competitivo/a	3,8	3,2	0,6
Dominante/agresivo/a en los negocios	2,8	2,3	0,5
Tengo iniciativa y facilidad toma de decisiones	3,9	3,7	0,2
Independiente	4,2	4,1	0,1
Individualista	3,3	2,5	0,8
Analítico/a	4,4	3,9	0,4
Asumo riesgos	4,2	3,8	0,3
Imprevisible	2,8	2,6	0,2
Innovador	3,8	3,7	0,1
Autocontrol	3,9	3,6	0,3
Colaborativo/a	4,2	4,0	0,2
Cumplidor/a normas y tareas	4,1	3,7	0,3
Capacidad relacionarme con los demás	4,0	3,9	0,1
Soy flexible y me adapto	4,1	4,1	0,0
Prudente	3,6	3,7	-0,1
Tolerante frustración	3,3	3,1	0,2
Orientado/a cliente	3,2	3,6	-0,4
Capacidad esfuerzo sostenido	4,0	4,1	-0,1
Amable y Atento/a	4,2	4,4	-0,2
Humilde	3,9	4,0	-0,1
Comunicativo/a	4,2	3,7	0,5

Como señala la mayoría de investigaciones sobre el tema, las mujeres tienden a infravalorarse en la mayoría de características consideradas tradicionalmente constitutivos de las competencias o capacidades del emprendedor/a exitoso (ser agresivo en los negocios, tener iniciativa, asumir riesgos, ser competitivo, etc.). En amarillo aparecen marcadas las capacidades en las que las mujeres se auto valoran por encima de sus compañeros masculinos: la prudencia, la orientación al cliente, la capacidad de esfuerzo sostenido, ser amable y atento/a y la humildad.

Gráfico 4.1. Diferencias entre la auto percepción y el sexo



Como nos planteábamos como objetivo teórico y metodológico último la identificación de la mujer con la figura de la persona emprendedora. Sería conveniente poner en valor determinados rasgos que en la mayoría de sociedades se consideran femeninos y que son beneficiosos en emprendimiento, incidiendo así en la vertiente equitativa de dicha ocupación, y dotando de mayor visibilidad a los modelos de referencia que las incentiven. Pero resultaría también interesante vincular a los hombres con esta nueva figura de persona emprendedora, ya que nuestra hipótesis de partida es que las nuevas formas de gestión empresarial estarían más relacionadas con las nuevas formas de masculinidad que con la masculinidad hegemónica tradicional. En este sentido podría ser interesante trabajar con las mujeres del programa aquellos aspectos que en este gráfico aparecen como infravalorados: autoconfianza, competición, asunción de riesgos, etc.) y, por otro lado, trabajar con los hombres de programa aquellos aspectos que pueden ser positivos para el éxito

empresarial y que la socialización de género no les ha podido desarrollar plenamente (atención al cliente, amabilidad, la prudencia).

Defendemos así, una formación empresarial que parta de la idea de que el arquetipo de emprendedor/a evoluciona y puede despojarse de la exclusividad de los rasgos identificados como masculinos (Pérez Quintana, 2013). Así, si los programas de educación empresarial insistieran en los rasgos de identidad de género equitativos del emprendedor/a, se aumentaría la identificación de esta figura con las mujeres, aumentando así su intención de emprender y cambiaría la visión del emprendimiento por parte de los hombres.

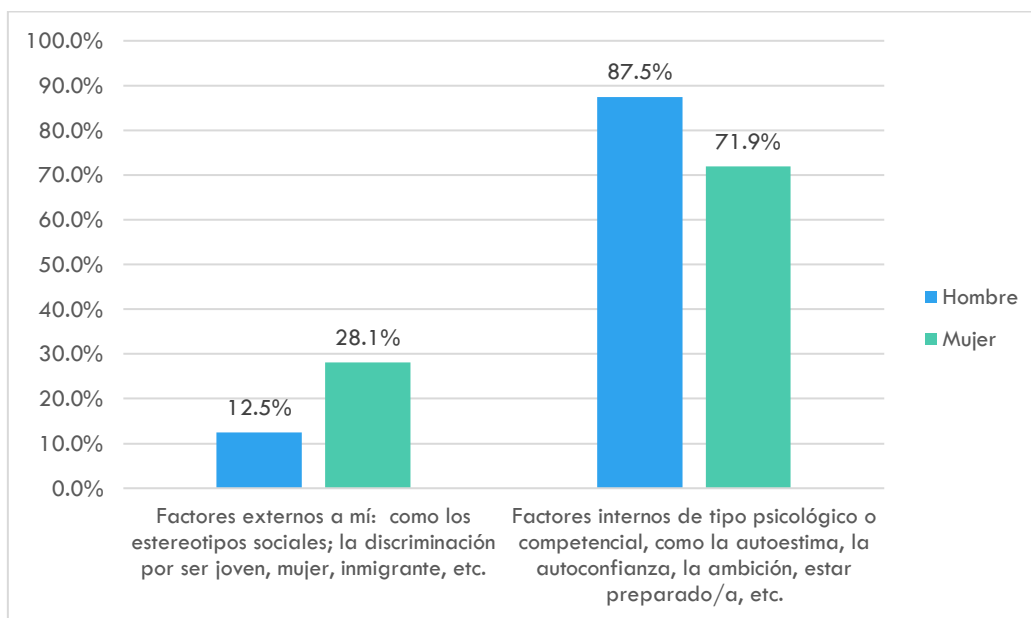
4.4. Factores que impiden o facilitan el emprendimiento

La investigación sobre género y emprendimiento ha diferenciado a grandes rasgos entre los factores de discriminación de tipo estructural y las barreras de tipo individual (en la que se analizan las características de los/as jóvenes emprendedores/as para determinar sus mayores posibilidades de éxito o fracaso en el emprendimiento). Neira, et al (2013) analizan, por ejemplo, los factores determinantes del emprendimiento, que se pueden clasificar en tres tipos: factores individuales, factores sociales y factores macroeconómicos.

Tanto la literatura sobre el tema, como la entrevista a la experta de esta propia investigación, señalan el enorme peso de la discriminación basada en los estereotipos sociales a la hora de explicar tanto la poca presencia de mujeres emprendedoras, como las dificultades con las que se encuentran en su emprendimiento las emprendedoras. Al mismo tiempo también se señalan los factores de tipo individual, psicológico o de autopercepción como una barrera importante (como hemos visto en el gráfico 4.1). Factores obviamente alimentados por los primeros (los estereotipos de género vinculados al emprendimiento, así como la socialización de género alimentarían esta autopercepción de las mujeres, en una especie de bucle, del que por suerte programas como este intentan salir.

En este sentido se preguntaba a los/as encuestados/as sobre qué impedía más el éxito de un proyecto empresarial: si los factores de tipo externo, como la discriminación social, o los factores de tipo psicológico o competencial. El Gráfico 4.2 recoge los resultados a dicho pregunta, con una mayor conciencia de discriminación por parte de las mujeres (como veremos también en los grupos de discusión, donde los hombres apenas perciben discriminación en términos de género a la hora de emprender).

Gráfico 4.2. ¿Qué factores consideras que son más importantes para impedir el éxito de un proyecto empresarial?



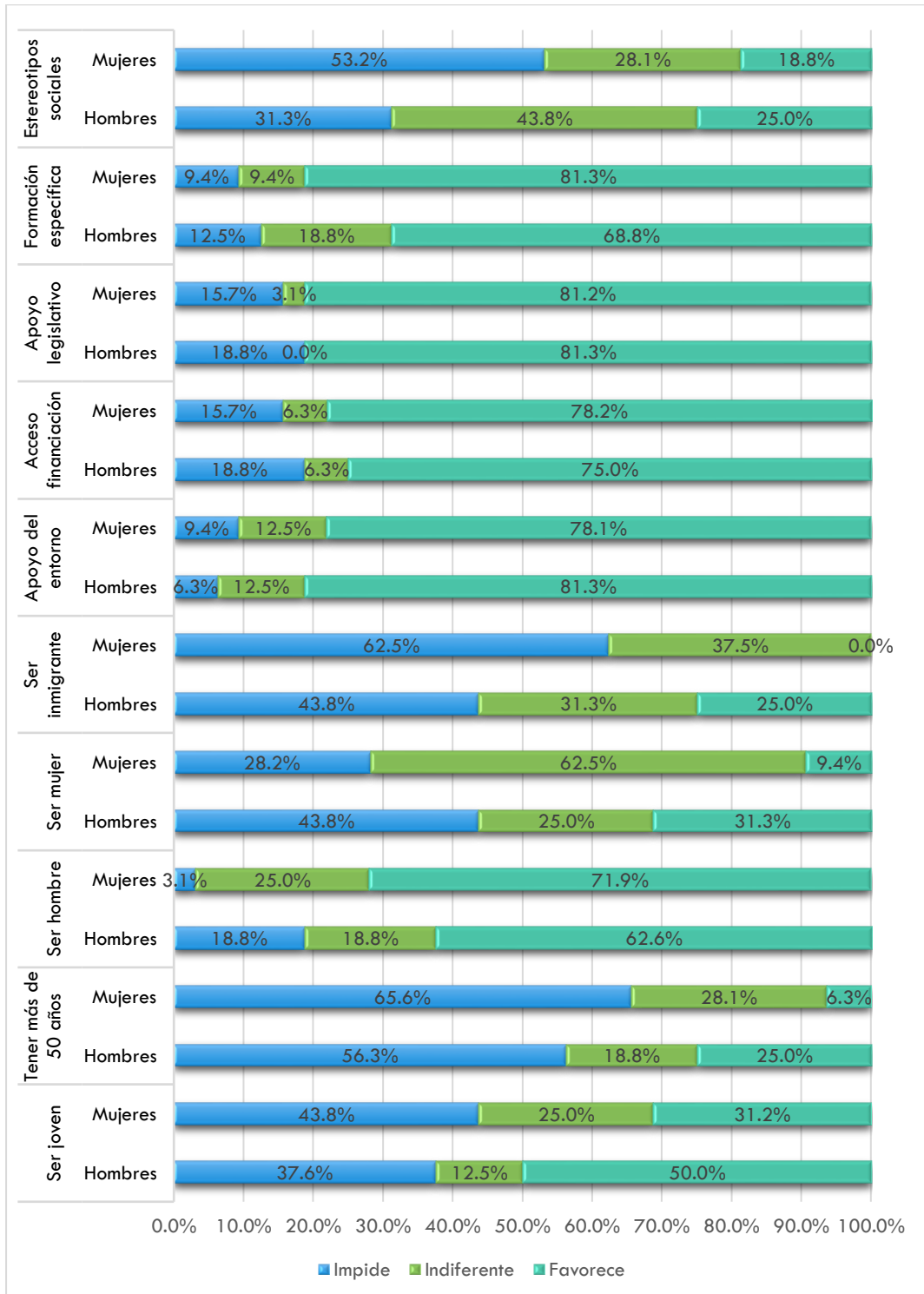
Finalmente, se les pregunta sobre qué elementos pueden dificultar o favorecer un emprendimiento exitoso. Para ello se les facilita un listado con dichos elementos, pidiéndoles que indiquen en una escala del 1 al 5, donde 1 indica que se trata de un elemento que dificulta el éxito del emprendimiento y en el lado opuesto, el 5 indica que se trata de un elemento que facilita o favorece el éxito del mismo.

El listado está compuesto por dos tipos de elementos, aquellos que desde la investigación consideramos como factores estructurales o externos a las capacidades de los individuos, como la edad, el género, la inmigración, las facilidades legislativas y de legislación o los estereotipos sociales (Gráfico 4.3). Seguidos, finalmente, de los que hemos considerado como elementos internos de carácter individual, psicológico o capacitivo (Gráfico 4.4).

En términos de género la tendencia general es que las mujeres tienden a señalar más las barreras y discriminación de índole social que los hombres, salvo para sí mismas. Así consideran que ser joven es un impedimento para el emprendimiento (43,8%) en relación al 37,6% de los hombres, que incluso consideran que “ser joven” es un elemento favorecedor para el éxito en el emprendimiento (50% de los mismos, en congruencia también con los resultados obtenidos de los grupos de discusión en el que los hombres destacaban más el valor de la juventud como gracias a la innovación y osadía característicos de esta etapa de la vida). Pasa lo mismo con ser mayor de 50 años o ser inmigrante, donde alrededor del 65% de las mujeres ven más barreras para el éxito empresarial que los hombres (que, si bien destacan que tanto ser mayor

como inmigrantes pueden ser factores negativos, también consideran en un 25% que puede ser un elemento favorecedor del éxito).

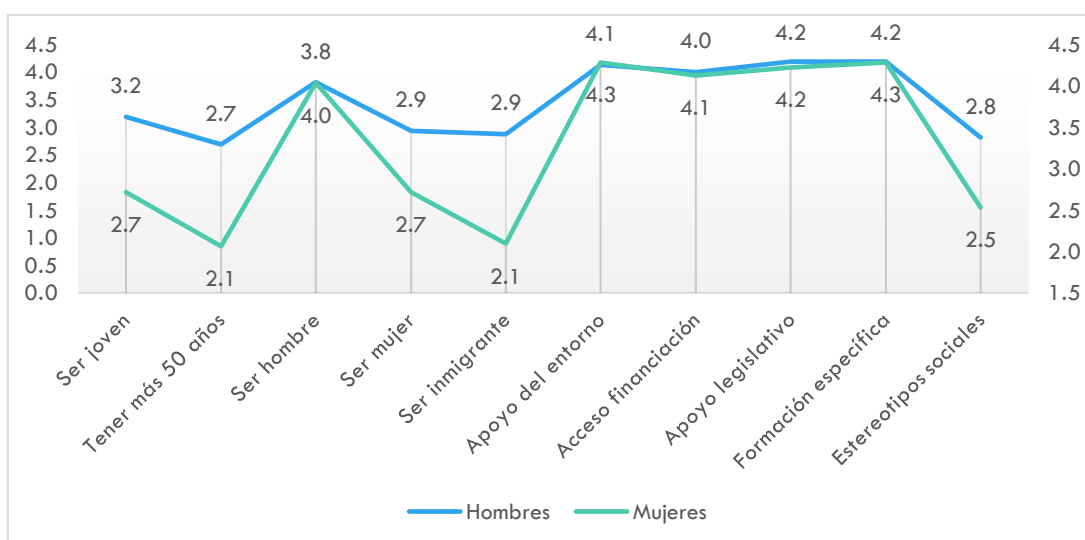
Gráfico 4.3. En qué medida los factores externos impiden o facilitan el emprendimiento



Tanto hombres como mujeres consideran que ser hombre es un hecho garante del éxito empresarial, todo lo contrario que el hecho de ser mujer, donde los hombres consideran que es un factor que impide el emprendimiento (un 43,8% de los encuestados) en comparación con sólo el 28,2% de las encuestadas. Al mismo tiempo un 31,3% de los hombres consideran que es algo que incluso es favorecedor del emprendimiento (coherente con los grupos de discusión, en los que aparece en algún caso la queja de los hombres respecto a las ayudas para el emprendimiento que reciben las mujeres). Igualmente, el dato a destacar en este caso es que las mujeres, que han destacado mucho más que los hombres los factores de discriminación por edad o inmigración, no crean que el hecho de ser mujer sea en sí mismo un factor negativo para el emprendimiento. Este dato es positivo en el sentido de empoderamiento que lleva implícito, sobretodo acompañado del 53,2% de las mujeres que consideran los estereotipos sociales como negativos. Lo cual nos informa, por un lado, de que las mujeres son conscientes de las barreras sociales, pero que al mismo tiempo no consideran que les tenga que afectar como actores para su propio emprendimiento.

En resumen, observamos un mayor optimismo o individualismo en el caso de los hombres que destacan, en comparación con las mujeres, menos factores de impedimento, dificultad o barrera para el emprendimiento que las mujeres que, siendo más pesimistas en las barreras de tipo social, no lo son para sí mismas como mujeres.

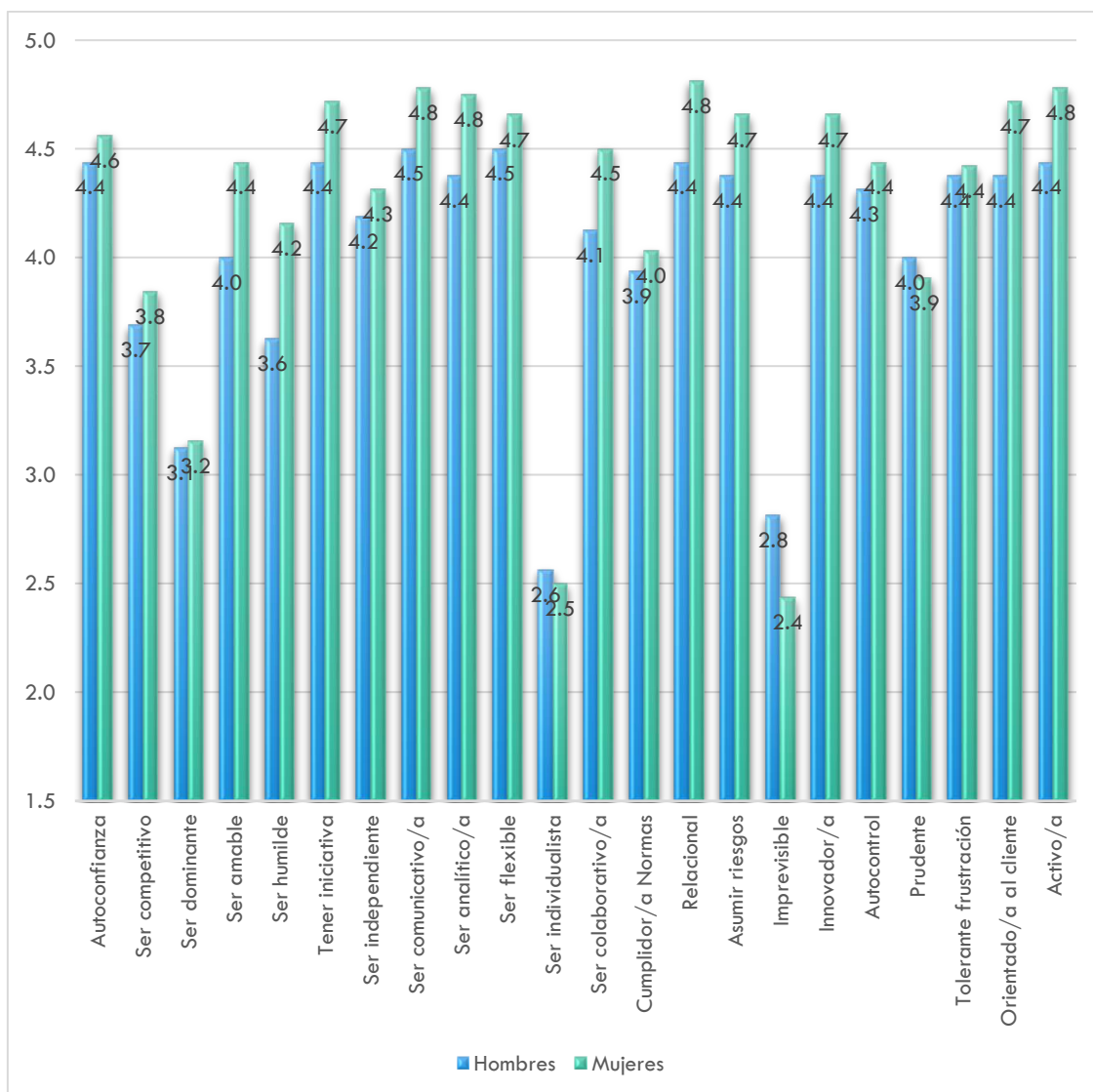
Gráfico 4.4. Valor promedio en una escala de 1 a 5 respecto a la limitación o facilitación del emprendimiento por parte de los factores externos.



El gráfico 4.4 resume estas tendencias tomando ahora como indicador la media en la escala de respuestas de 1 a 5. Se trata de los mismos resultados presentados ahora de manera más escueta.

A esta lista de factores que impiden o favorecen el éxito emprendedor, también añadíamos una lista de factores internos, con el fin de comprobar qué elementos del carácter o la capacitación son considerados como barreras o propulsores del emprendimiento (Gráfico 4.5). Se utiliza la misma lista de capacidades que en la Tabla 4.3 y el Gráfico 4.1 con el fin de poder comparar, a posteriori, sus propias capacidades con las expresadas como deseables o indeseables para el emprendimiento (como veremos finalmente en el Gráfico 4.6).

Gráfico 4.5. Factores internos que dificultan o facilitan el éxito en el emprendimiento



* Las respuestas cercanas al 1 indican que el elemento es considerado como una barrera al emprendimiento, mientras que las respuestas cercanas al 5 indican que el elemento es considerado como un facilitador del éxito empresarial.

Hombres y mujeres coinciden en términos generales respecto al conjunto de capacidades que favorecen e impiden el emprendimiento. En el caso de los factores que frenan el éxito en un proyecto de emprendimiento ambos sexos destacan el hecho de ser individualista (en una escala de 1 a 5, hombres y mujeres responden con una media similar de 2,6) e imprevisible (2,8 para los hombres y 2,4 para las mujeres). Les sigue el ser dominante o agresivo en los negocios, con un 3,2 de media.

En un campo intermedio (como favorecedores del emprendimiento, pero sin sobrepasar el 4) aparecen ser competitivo y prudente, y algo menos todavía con un 3,2 de media, ser dominante y agresivo en los negocios.

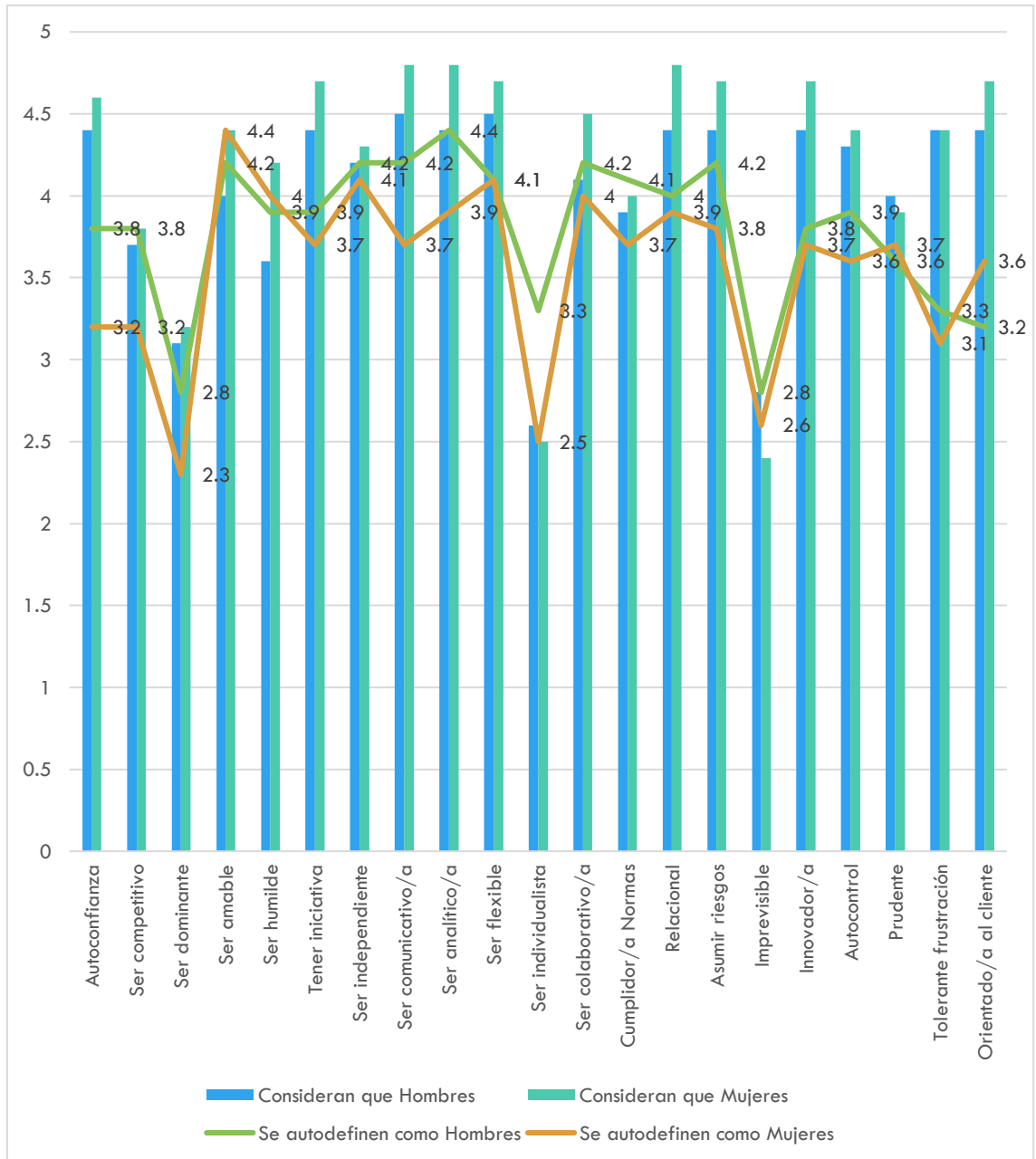
En el lado de las competencias positivas para el emprendimiento también coincide en general en destacar la autoconfianza, el autocontrol, tener iniciativa, ser independiente, ser comunicativo/a, analítico/a, flexible, colaborativo/a, relacional, asumir riesgos, innovador/a, tolerante a la frustración, activo/a, amable y orientado/a al cliente. Se trata de una lista obvia de capacidades facilitadoras del emprendimiento, así que no es de extrañar que tanto hombres y mujeres las destaquen. Lo que es significativo en términos de género es comprobar cómo son las propias mujeres las que más ventaja otorgan a estas características, por encima de las valoraciones de sus compañeros masculinos. Dicha sobre estimación de estas capacidades contrasta, como vemos en el Gráfico 6, con la infra autovaloración que ellas mismas hacían de sí mismas respecto a este mismo listado en una pregunta anterior. Las mujeres solamente valoran estas capacidades por debajo de sus compañeros en el caso de la prudencia, el individualismo y la imprevisibilidad.

Ahora bien, lo interesante, como destacábamos ahora, es contrastar el grado en que los/as participantes en el programa se autodefinen en relación a la importancia que les dan a estos factores para el éxito o el fracaso empresarial. Como podemos observar en el Gráfico 4.6, la diferencia entre la autopercepción de los hombres respecto a cada factor de la lista y el valor que le otorgan para el emprendimiento es mucho menor que las diferencias entre la autopercepción de las mujeres. Por poner un ejemplo, la diferencia entre la importancia que los hombres otorgan a la autoconfianza en general (4,4) para el éxito emprendedor y su propia autoconfianza (3,8) es de 0,6, mientras que en el caso de las mujeres esa diferencia se amplía a 1,3 (le otorgan un valor de 4,6, pero ellas se autodefinen con un 3,2).

Estas diferencias entre lo que consideran positivo y su autopercepción son especialmente relevantes además de en la autoconfianza en ser competitivo/a, ser dominante, tener iniciativa, ser comunicativo/a, ser analítico/a y asumir riesgos. En el otro lado tendríamos solamente la prudencia y la orientación hacia los clientes,

capacidades en las que las mujeres tendrían menos diferencias. Estos datos confirman la teoría de la amenaza del estereotipo visto en el apartado teórico.

Gráfico 4.6. Comparación entre la autopercepción y los factores considerados como positivos y negativos para el emprendimiento.



5. Análisis de los grupos de discusión

Como es sabido la información que se pretende obtener con la técnica cualitativa de los grupos de discusión es de tipo consensual. A pesar del calificativo “de discusión”, lo que se pretende es captar la opinión consensuada sobre los temas que se plantean en las diferentes sesiones. Es una técnica que para esta investigación nos iba muy bien porque nos permitía captar cuál es la idea predominante sobre la figura de un/a buen/a emprendedor, así como la visión de los/as participantes en los grupos sobre los principales obstáculos que se encuentran en el camino hacia emprendimiento en función del género, la edad o el factor migratorio.

Nuestra pretensión inicial era contrastar esta información de consenso con la teoría sobre el tema y con los datos objetivos, pero a medida que realizábamos y analizábamos los grupos de discusión, nos dábamos cuenta de la necesidad de contrastar la información también a nivel discursivo con una entrevista a un/a experto/a en el tema y con el mismo guion que habíamos utilizado con los grupos. Por este motivo, el análisis de los grupos de discusión que realizamos a continuación se contrasta con la entrevista a la responsable desde hace 15 años de los programas de emprendimiento de Barcelona Activa del Ayuntamiento de Barcelona.

El trabajo de campo se realizó durante los meses de febrero y marzo de 2019. La moderación de los grupos se realizó directamente por los investigadores, aunque se contó para la captación de los participantes y la localización de la sala de reuniones con Acción contra el Hambre y Barcelona Activa. El universo estaba compuesto por jóvenes emprendedores/as (menores de 30 años) que han recibido previamente formación en ACH y en Barcelona Activa. La inclusión de un grupo de discusión (compuesto por mujeres estudiantes) de Barcelona Activa se decidió por la necesidad de conformar un grupo de discusión adicional a los tres grupos previstos inicialmente en el proyecto, ya que la asistencia al grupo de discusión compuesto exclusivamente por mujeres del programa IEJ había sido de una sola participante. Cabe destacar, que el análisis realizado a posteriori del discurso de los grupos nos permite concluir que se consigue llegar a la saturación informativa que se pretende con este tipo de técnicas cualitativas.

En total se han realizado cuatro grupos de discusión: un grupo compuesto exclusivamente por hombres (GD-Hombres)¹, un grupo de composición mixta por lo que se refiere al género (GD-Mixto), y dos grupos compuestos exclusivamente por mujeres (GD-Mujeres-ACH y GD-Mujeres-BcnA). Anexamos aparte las fichas técnicas

¹ Estas etiquetas servirán, a partir de ahora, para identificar el origen de las citas literales de los/as participantes en el grupo, que irán apareciendo a lo largo del texto.

de los grupos, con un análisis específico para cada grupo y la transcripción de los mismos.

Antes de analizar detalladamente los diferentes apartados que conformaban el guion de los grupos de discusión, dejar constancia, en términos generales, de que el discurso de los/as participantes en los programas formativos era evidentemente individualista, con pocas referencias a las desigualdades patriarcales que padecen las mujeres.

El discurso predominante en los grupos con presencia masculina (el grupo formado exclusivamente por hombres y el grupo mixto) respecto a todos los temas planteados tiene un carácter muy individualista, basado en las capacidades de los individuos, tanto es así que incluso cuando se reconocen dificultades para emprendimiento relativas a la edad, o a la inmigración, las soluciones que se proponen para sortearlas se basan en la actitud y el empeño individual. En el caso de los grupos formados por mujeres sí que se señalan los estereotipos de género como barrera para el emprendimiento, pero con un discurso que acompaña a estos propios estereotipos al reconocer que ellas mismas ni siquiera lo intentaron (en relación a la financiación, o a convencer a su entorno de sus propias capacidades para llevar a cabo su proyecto de emprendimiento).

5.1. La figura del emprendedor

Como hemos visto en el apartado teórico, uno de los objetivos de esta investigación es comprobar hasta qué punto las propias capacidades exigidas a la “figura del emprendedor” tenían en sí ya un contenido impregnado claramente de características que se asignan al género masculino (con el fin de contrastar estas características de la figura del “buen emprendedor” con las propias capacidades individuales de los/as participantes en el programa). Para ello se preguntaba en el cuestionario online una serie de ítems, que proporcionábamos nosotros como investigadores. Con los grupos de discusión planteábamos dar un paso más, y preguntarles de manera abierta, cómo definirían una persona emprendedora. Queríamos evitar así un primer condicionamiento por parte nuestra parte.

Las respuestas, a pesar de ser muy variadas, sí que contienen ese sesgo hacia los atributos masculinos, con pocas referencias a los atributos más femeninos como el de la amabilidad, o más neutros/andróginos como el de capacidad de negociación. En realidad, no hacen más que repetir lo que las propias ciencias sociales y económicas llevan en sus manuales, sesgados también en términos de género.

La Tabla 5.1. recoge los atributos destacados por los grupos de discusión como constituyentes de la figura del emprendedor, distribuidos según el inventario de Roles de Sexo de Sandra Bem (BSRI), que añade el atributo de andrógino o indiferenciado (neutro) para algunas características de la personalidad.

Tabla 5.1. Atributos y capacidades necesarios para emprender según los/as participantes en los grupos de discusión (distribuidos a posteriori con criterios BSRI)

Masculino	Andrógino	Femenino
Que asume riesgos	Persistente	Sacrificado/a
Audaz	Fuerza de voluntad	Estar abierto/a al público
Proactivo/a	Organizado/a	Flexibilidad
Confianza	Creatividad	
Resolutivo/a	Multidisciplinar	
Valor	Práctico/a	
Autonomía	Apasionado/a	
Independencia	Resiliencia	
Seguridad	Constancia	
Determinación	Adaptación	
Ambición		

En contraste con este discurso la entrevista a la experta señala en primer lugar la importancia de “estar convencido/a”, ya que todo lo demás se puede aprender (importante matiz que destaca que no se trata de cualidades innatas, sino que se pueden adquirir). Como atributo considerado masculino añade el liderazgo, y el resto de atributos o capacidades tienen un componente andrógino o femenino: capacidad de comunicación, de negociación, y de identificar una necesidad de mercado, conociendo el sector en el que se quiere emprender: *“Las personas que tienen más éxito en emprender, es porque conocían bien el sector donde querían emprender”* (Entrevista-experta).

En términos analíticos nos interesa destacar, no sólo el fuerte contenido de capacidades masculinas que aparecen en la tabla, sino también y sobretodo la ausencia de capacidades que hoy muchas empresas reclaman como esenciales, de contenido andrógino y femenino (capacidad de negociar, escucha al otro/a, flexibilidad, adaptabilidad, comunicación, trabajo en equipo y orientación al cliente).

5.2. Diferencias entre hombres y mujeres

Si bien nuestro punto de partida es que no existen diferencias importantes en términos de capacidades entre hombres y mujeres a la hora de emprender (aunque sí desigualdades), sí que esperábamos que los/as participantes en los grupos de discusión destacasen algún factor diferencial entre hombres y mujeres, fruto de su propia experiencia. Curiosamente nos hemos encontrado un discurso en el que el género (entendido en términos de desigualdad) juega un papel escaso. Es el caso de una participante que al ser preguntada directamente por los obstáculos con los que se ha encontrado a la hora de emprender responde: *“Por ser mujer, en mi caso de momento no, que yo sepa”* (GD-Mixto). Aunque después se reconozcan diferencias en el tipo de empresas en las que emprenden hombres y mujeres: *“sí, las chicas eran más tienda ropa, bares, animales; y los chicos eran más de tipo empresarial”*, a la pregunta de por qué esto es así, responden no saber las causas.

Repasamos, a continuación, los factores diferenciales por género que aparecen en los grupos de discusión:

▪ Factores Culturales

Aunque la investigación sobre el género y el emprendimiento destaca la importancia y el comportamiento desigual de los estereotipos de género sobre los/as emprendedores, los/as participantes en los grupos de discusión no los consideran importantes, ya sea porque son superables individualmente, o porque se consideran pasajeros ya que se valora positivamente los cambios que está experimentando la sociedad, y consecuentemente se observan como factores superables: *“Yo pienso que primero hay que preguntarse si existe una diferencia sustancial entre hombres y mujeres, y segundo, si existe, si es biológica o cultural. Yo creo que es más cultural y si es así, la cultura va cambiando y podemos ser optimistas”* (GD-Hombres)

▪ Maternidad y Conciliación personal y laboral

Como es habitual en otras investigaciones similares, no se cuestiona que la paternidad pueda ser un problema, pero también es verdad que en ningún caso se plantea que el emprendimiento sea una solución a la conciliación, como se señala en la entrevista a la experta: *“Emprender es lo más incompatible con la conciliación. Se confunde la flexibilidad con la conciliación. También se acaban pensando que se pueden mezclar los espacios personales y laborales y piensan que pueden traer a los hijos al trabajo y no es así.”* (Entrevista-experta)

Lo que sí que se plantea es la necesidad de encontrar un punto medio: *“Deberíamos ser más flexibles. No porque trabajes 50 horas eres más productiva, ni porque te dediques a la familia has dejado de lado todo el mundo de los negocios. Se debería compaginar*

los dos más. La verdad es que no es así. Si te vuelves una ejecutiva agresiva todo el mundo entiende que tus hijos los cuida una niñera. O si te dedicas a la familia se te cierran muchas puertas. Hoy en día es así.” (GD-Mujeres-BcnA)

▪ Factores individuales, capacidades

Son los más destacados en todos los grupos de discusión, en algunos casos se consideran importantes en relación al emprendimiento (la autoconfianza, la menor aversión al riesgo, el miedo, etc.), en otros no se encuentran diferencias entre las habilidades y competencias que desarrollan hombres y mujeres a la hora de emprender, ya que una cosa es considerar dichas competencias como masculinas o femeninas, y otra es vincularlos al sexo de los individuos: “Quizás el hombre es más arriesgado, pero también depende del carácter de la mujer”, o en otro caso en el mismo grupo: “Depende del tipo de mujeres. A algunas no nos da miedo nada. Yo creo que las mujeres emprendedoras tienen una parte masculina. Son potentes. Las mujeres emprendedoras no están tan centradas en la familia, son potentes y ambiciosas profesionales. No quiere decir que no se pueda compaginar la familia y el emprendimiento, pero es verdad que es más difícil” (GD-Mujeres-BcnA). Afirmaciones, ambas, en la línea de lo expresado en nuestro marco teórico respecto a la importancia de la orientación de género por encima del sexo biológico, como factor explicativo del emprendimiento de hombres y mujeres.

Entre los rasgos diferenciales de carácter psicológico, se menciona la menor aversión al riesgo por parte de los hombres, lo que los lleva a desarrollar proyectos que requieren mayor financiación.

Sólo hemos encontrado una participante que afirmase categóricamente que el género juega un papel esencial en el emprendimiento: “Sí, llevo en esta línea desde 2012 y he visto que sí que hay diferencias a la hora de emprender en función del género. Nunca podía lanzarme porque no tenía las características que sí tenían los hombres con proyectos peores y ridículos, pero tenían pene.” (GD-Mujeres-ACH). Pero no culpa directamente a los hombres o al sistema por facilitar proyectos peores llevados a cabo por hombres, se culpa a sí misma por su falta de confianza. Incluso cuando culpa a su entorno más cercano y familiar por la falta de apoyo que ha recibido, reconoce, en última instancia, que ella misma nunca ha pedido ayuda por falta de confianza.

5.3. Edad e inmigración

El discurso predominante en todos los grupos de discusión respecto a la edad es muy optimista en relación a los jóvenes y muy pesimista en relación a las personas mayores. Entre las virtudes para emprender que poseerían los jóvenes destacan: mayor capacidad de innovar, de asumir riesgos, de ilusionarse. En el lado opuesto las

personas mayores tendrían como parte negativa una menor propensión al riesgo y la innovación. Aunque de nuevo aquí, la actitud individual es clave y se menciona la formación, la capacidad de reinventarse y la adaptación como elementos para salvar los problemas de la edad, de manera que: *“Esto se puede salvar si al margen de la edad te reinventas, si estás siempre formándote e integras esta capacidad de reinventarse y adaptarse, puedes salvar estos problemas de la edad. O sea que al final más que de edad, puede ser de actitud”*. (GD-Hombres)

El lado positivo de ser mayor se complementa con mayor facilidad a la financiación y mayor experiencia. En esta misma línea nos comenta en su entrevista la experta: *“Me sorprende positivamente la actitud de la gente joven. Tienen una confianza en ellos mismos muy fuerte. Por el contrario, he encontrado que en los programas para personas de más de 40 años hay una falta de confianza en esta gente más mayor. A pesar de tener más experiencia y redes les falta confianza. Hay... “el empuje del ingenuo”. Creo que esta confianza de poder hacer las cosas es propia de la edad, de la gente joven. La parte negativa de esto es que no miden los riesgos, barreras o inconvenientes”* (Entrevista-experta)

En el caso de los/as inmigrantes, los grupos suelen destacar en abstracto que deben tenerlo más difícil para emprender, y sólo en los grupos donde hay presencia de inmigrantes, esta información se amplía haciendo hincapié en la falta de redes, de falta de contactos y de falta de conocimiento de la realidad local. Eso sí, se mantiene el discurso individualista, ya que, gracias a su actitud personal de lucha, habrían conseguido superar estos obstáculos.

5.4. Obstáculos para el emprendimiento y la consolidación del mismo

Como en los apartados teóricos y el análisis del cuestionario de esta investigación, a la hora de hablar de obstáculos al emprendimiento, hemos diferenciado entre obstáculos de tipo estructural o externos y obstáculos internos o de capacidades individuales.

En el apartado de obstáculos estructurales se mencionan obviamente la dificultad de acceso a la financiación, la falta de cultura empresarial de este país y las consecuentes trabas de tipo legal y administrativo con las que se encuentran, y en algún caso (y en un grupo formado exclusivamente por mujeres) la dificultad para conciliar.

Por lo que respecta a la dificultad de acceso a la financiación, hay acuerdo unánime por lo que respecta a jóvenes e inmigrantes, y no tan general por lo que respecta a mujeres, ya que sólo en un grupo de mujeres se comenta que los/as hijos/as juegan un papel diferente en función de si el emprendedor es hombre o mujer: *“Sí,*

ellos lo tienen más fácil para, por ejemplo, obtener financiación. Si soy un chico emprendedor con hijos es posible que me escuche. Pero si soy una mujer emprendedora, separada (enfatisa), con hijos, es posible que no me hagan ningún caso” (GD-Mujeres-BcnA).

A nivel interno vuelve a aparecer como un obstáculo importante en el éxito en el emprendimiento el papel de las barreras psicológicas. En relación a los obstáculos internos basados en la confianza observamos dos discursos. Por un lado, el de las mujeres que reconocen: *“En mi caso el primer obstáculo es superar las barreras mentales que tenemos, creernos con derecho, tener mentalidad empresarial, dejar de tener una mentalidad de estudiante” (GD-Mujeres-ACH).* Por otro lado, el de las mujeres que no aceptan esta interiorización de minusvaloración: *“¿Quién ha dicho que las mujeres son menos arriesgadas que los hombres? El problema es que los hombres obtienen más financiamiento en los bancos ... por eso las mujeres se arriesgan menos porque no consiguen los recursos tan fácilmente como los hombres, pero no porque no sean arriesgadas” (GD-Mujeres-BcnA).*

En todo caso estas diferencias en el discurso de las mujeres podrían responder a una formación diferenciada, ya que sistemáticamente el discurso de empoderamiento femenino aparece más claramente en el grupo de discusión de mujeres de Barcelona Activa que en entre las mujeres de los grupos de Acción contra el Hambre. Aunque también este discurso diferencial podría deberse a un promedio de edad algo más elevado en el grupo de Barcelona Activa.

Pero lo más interesante para nosotros es la retroalimentación que se produce entre los estereotipos sociales y la interiorización de los mismos por parte de las mujeres: *“Creo que a veces las mujeres se creen lo que se dice: ‘lo tienen peor’, ‘que no se las apoya’. A veces esto se interioriza y se asume como tal y muchas ya ni lo intentan.” (GD-Mujeres-BcnA).* Esta retroalimentación² entre estereotipos sociales e interiorización de los mismos se produce de manera clarísima en muchos casos de emprendimiento femenino: *“Los datos nos dicen que las mujeres emprenden con menos dinero que los hombres. Esto afecta a la tipología de negocio que ponen en marcha, a la capacidad de desarrollo, a la capacidad de generar ingresos, etc. Si tuvieras confianza en ti misma no tendrías problemas en ir al banco a pedir dinero porque estás convencida que el proyecto tirará adelante y podrás devolverlo. Para los hombres esto es más fácil. También es verdad que hay un porcentaje de mujeres que cuando piden dinero no se lo dan porque son mujeres, pero el problema es que muchas ni siquiera lo piden. Es un tema de autolimitación clarísima.” (Entrevista-experta)*

² Retroalimentación contemplada teóricamente en nuestro apartado teórico en el marco de la Teoría de la Amenaza del Estereotipo y comprobada tanto en el cuestionario online como en los grupos de discusión.

Finalmente, un aspecto destacado por nuestra experta en el tema, pero no mencionado en los grupos de discusión, es el factor tiempo del proyecto de emprendimiento, que acabaría condicionando una mayor tasa de abandono entre las mujeres. Así, si se miran los datos del GEM y se considera el proceso desde que se “está considerando la posibilidad” (con alta presencia de mujeres), hasta la fase de consolidación, tres años después, la tasa de abandono es muy alta entre las mujeres: *“La potencialidad de las mujeres para emprender es mucha, pero no acaba de concretarse. En el caso de las mujeres el proceso es más largo, desde que tienen la idea hasta que acaban constituyéndolo pasa más tiempo. En este impase, la posibilidad que aparezca una oferta laboral y acaben dejando el proyecto es alta.”* (Entrevista-experta). Hipótesis ya contemplada en los estudios sobre el tema que confirman que las mujeres emprenden por necesidad, por tanto, cuando tienen una oportunidad laboral dejarían el emprendimiento.

5.5. Medidas para la mejora de la formación en emprendimiento

Finalmente se preguntaba a los grupos sobre posibles medidas para la mejora de la formación recibida, teniendo en cuenta todo lo que se había hablado a lo largo de las diferentes sesiones. A continuación, destacamos el listado de las propuestas resultantes por parte de los grupos:

- Potenciar en el curso la parte dedicada a la venta, la educación financiera y las competencias informáticas para el desarrollo de páginas web y competencias en redes sociales.
- Orientar a las mujeres hacia sectores técnicos, que son los más requeridos: *“El dinero está ahora en lo técnico, los servicios necesitan de unas cualidades técnicas para mantenerlos, orientar a las mujeres a carreras técnicas”* (GD-Mujeres-ACH)
- Concretamente: añadir técnicas de ventas, de role play, cliente beta y acción mínima viable.
- A nivel de género generar o descubrir habilidades que las mujeres tienen, pero que desconocen. Se trata básicamente de fortalecer la confianza y los factores psicológicos para el emprendimiento.
- También a nivel de género, conversaciones o algún micro evento de Networking para que las mujeres emprendedoras del curso hablen entre ellas.
- Se señala la necesidad de tener, durante la formación, referencias femeninas exitosas en todos los campos (no solamente en los tradicionalmente femeninos).
- Importancia de concienciar en la formación del valor de tener proyectos ambiciosos, ya que podría ayudar a reorientar algunos proyectos durante los programas formativos.

- Posibilidad de talleres en los que se vean proyectos emprendedores diversos, ya que *“cuando venimos al curso, venimos ya con nuestros proyectos, entonces ver otros tipos de proyectos que te abran el abanico de posibilidades”* (GD-Mixto)

En general en la exposición de medidas no suele haber discusión, más bien lo contrario, asentimiento por parte de los/as integrantes del grupo. Sólo en el caso del grupo formado exclusivamente por hombres se planteó que no debería incorporarse la cuestión de género en el acompañamiento que hace Acción contra el Hambre, ya que se trata de *“Un acompañamiento que por suerte tenemos (en referencia a Acción contra el Hambre”)*, y siempre durante ese acompañamiento las dificultades concretas van a encontrar una asistencia concreta, pero no me parece adecuado que se nos ofrezca una opción moral como capacitación.” (GD-Hombres)

6. Conclusiones

A lo largo de las diferentes partes que conforman este diagnóstico hemos podido comprobar que efectivamente existe una brecha de género en el emprendimiento de los jóvenes. Hemos analizado dicha brecha desde el punto de vista teórico, cuantitativo y cualitativo. Nos corresponde ahora desgranar las principales conclusiones del estudio, con el objetivo, más allá de sintetizar, de señalar los elementos que deben ser trabajados metodológicamente en la segunda parte de la investigación: el kit de herramientas metodológicas.

La primera conclusión nos la proporciona la propia realidad. El repaso al estado de la cuestión y a los datos del INE y del GEM nos dejaba un mensaje claro: la intención de emprender de los/as jóvenes de Catalunya (18-34 años) es casi igualitaria: 7,7% de las mujeres respecto al 8,2% de los hombres. El problema se producía después, en las fases posteriores del emprendimiento, cuando el 49% de las mujeres potencialmente emprendedoras pasaba a un 37% con proyectos consolidados, o a un abandono del 60%. La potencialidad es alta, la realidad es discriminatoria. Se trata pues de una primera conclusión de concienciación, de confrontar a los/as participantes del programa con la realidad de la brecha de género en el emprendimiento, ya que los grupos de discusión nos han mostrado que no había conciencia alguna del problema.

Y del trabajo con los grupos de discusión surge la segunda conclusión, también de concienciación: la necesidad de implementar la perspectiva de género en el programa IEJ. El discurso de los grupos de discusión (formados por ex participantes del programa de acompañamiento) era de tipo muy individualista, sin reconocimiento de los factores estructurales de desigualdad de género, que incluso se negaban por falta de información. Y cuando el discurso dejaba de ser individual y hablaba de género, se cometían errores tales como identificar la conciliación laboral con algo específico de las mujeres, sin plantearse el papel de los hombres en la misma, lo cual nos hace pensar en la necesidad de acompañar la introducción de la perspectiva de género con las aportaciones de las nuevas masculinidades.

Otro elemento importante del que deben ser consciente los/as jóvenes emprendedores, es que la brecha de género en el emprendimiento no sólo hace referencia al menor número de emprendedoras, sino también al tipo de emprendimiento de las mujeres. Como hemos visto, las mujeres emprenden más en el sector de servicios, con la consecuente menor remuneración, mayor competencia, márgenes de beneficio reducidos, menores posibilidades de supervivencia y menor innovación tecnológica. Se trata de empresas más pequeñas, con una expansión menos rápida e inversiones más intensivas en mano de obra.

A lo largo de la investigación cualitativa hemos intentado confrontar esta realidad con los grupos de discusión. El resultado de dicha confrontación siempre era el mismo: reconocimiento y resignación. Reconocimiento del sesgo en sus propios proyectos, pero resignación ante la pregunta de cómo cambiarlo. No iban a cambiarlo si era lo que les apasionaba, o era su campo de conocimiento. Nos encontramos aquí ante un problema de segregación de base (que parte de la socialización diferencial de género y acaba en carreras educativas diferenciadas, con mucha presencia femenina en las carreras de cuidados, y mucha presencia masculina en las carreras de carácter tecnológico). De manera que el margen de maniobra de cara a la formación en el emprendimiento puede ser de nuevo de tipo informativo y orientativo. Informar de modelos exitosos de emprendimiento en el sector de los servicios que han introducido nuevas tecnologías, potenciar las capacidades técnicas de las mujeres, destacar más en la formación los factores que hacen competitiva a una empresa, pueden ser ejemplos de iniciativas que corrijan parte del problema.

La cuarta conclusión del estudio hace referencia a los obstáculos y barreras al emprendimiento de los/as jóvenes. A lo largo del estudio hemos dividido estos obstáculos en dos grandes grupos: los de tipo estructural y los de tipo individual. Lo hemos hecho así con una finalidad exclusivamente didáctica o de posibilismo metodológico: si bien es cierto que los estereotipos sociales, así como la discriminación estructural de los/as jóvenes y las mujeres en el mercado de trabajo son los principales obstáculos para el emprendimiento de los/as jóvenes, también lo es que nuestro margen de acción a partir del curso para cambiar esta realidad es escaso. Lo máximo que podemos hacer, y que debemos hacer, es hacer explícitos estos elementos en la formación de los/as jóvenes emprendedores/as, ya que la identificación de los mismos constituye un paso esencial para su superación. Pero no podemos derrotarlos desde un curso de formación. Sí que podemos, en cambio, modificar aquellos obstáculos o barreras de tipo individual que hemos ido identificando a lo largo del estudio, y que detallamos al final de estas conclusiones: aquellos elementos que están en manos de los/as propios/as participantes en el programa IEJ (la formación del profesorado o las competencias de los/as jóvenes emprendedores/as, por ejemplo).

En quinto lugar, para explicar la brecha de género en el emprendimiento, hemos optado por contrastar la figura del emprendedor (en términos de tipo ideal weberiano) con las competencias y capacidades reales de los/as emprendedores/as. La distancia entre ese tipo ideal de emprendedor y nuestra muestra, nos ha proporcionado una idea bastante aproximada de la brecha de género específica de nuestros/as jóvenes emprendedores/as. Y sobretodo de las competencias específicas que tanto hombres como mujeres deben trabajar (competencias de autoconfianza en el caso de las mujeres y de orientación al cliente en el caso de los hombres).

Evidenciábamos así, el cumplimiento de la teoría de la Amenaza del Estereotipo, al detectar una falta de ajuste entre las propias características y las asociadas a la figura del emprendedor/a. Nuestros datos confirmaban que efectivamente las mujeres jóvenes también expresan falta de autoconfianza, de competitividad y de liderazgo, entre otras.

En términos conclusivos todo esto nos lleva a la necesidad de una formación para jóvenes emprendedores/as que replantee la figura del emprendedor. La definición y los contenidos arquetípicos de lo que se entiende hoy en día por buen emprendedor han cambiado, pasando de ser predominante masculina a andrógina (recordemos que aquí situaríamos competencias como la creatividad, innovación, flexibilidad, adaptación, comunicación, e incluso la negociación considerada como competencia femenina). De igual forma la formación en el emprendimiento debería avanzar en esta dirección, insistiendo en los rasos de identidad equitativos del emprendedor (incluso para una mayor eficacia del mismo).

Se conseguiría así cambiar una de las dos partes que conforman la brecha de género en el emprendimiento: al redefinir las competencias de la figura del buen emprendedor, podría aumentar la identificación de esta figura con las mujeres o los hombres de las nuevas masculinidades, aumentando así su intención de emprender; y cambiando de paso la visión del emprendimiento por parte de los hombres.

Una vez cambiada la figura del emprendedor, la otra parte de la ecuación que también debe cambiar es el de los/as jóvenes emprendedores/as. Gran parte de esta investigación se ha dedicado a analizar con detalle las capacidades, competencias y características de los/as jóvenes emprendedores/as. El cuadro resultante es muy similar al que ya avanzaban los estudios realizados sobre el tema: las mujeres tienden en general a infravalorar sus competencias. Se trata de mujeres con formación, con potencialidad, pero que tanto en el cuestionario como en los grupos de discusión reconocían que se autolimitaban, que no llegaban a reclamar el apoyo familiar o financiero que necesitaban porque no confiaban en ellas mismas. Y el resultado era idéntico en competencias similares: la asunción de riesgos o ser dominante en los negocios. Lejos de culpabilizarlas, también acercábamos la lupa a sus compañeros masculinos para destacar sus valores bajos de autodefinición en capacidades como la amabilidad o la orientación al cliente, en comparación con sus compañeras femeninas.

La conclusión que deriva de todo esto es la necesidad de acercar a los/as jóvenes emprendedores/as a esa nueva figura del emprendedor, tanto a hombres como mujeres, trabajando individualmente sus carencias en las competencias en que se observe más distancia respecto al tipo ideal de emprendedor que haya establecido

la formación. Gran parte de todo esto se desarrollará en la segunda parte de la investigación: el kit de herramientas metodológicas.

7. Bibliografía

- Aladino, C., Aníbal, O., Verdesoto, S. (2016), "Influencia del género en el desarrollo del emprendimiento", *Revista Publicando*, 3(8): 295-316.
- Ahl, H. (2006), "Why research on women entrepreneurs needs new directions", *Entrepreneurship: theory & Practice*, 30(5): 595-621.
- Alberich, T. (2008) "IAP, mapas y redes sociales: desde la investigación a la intervención social", *Postularía*, 8(1): 131-151.
- Carr, W. (1997) *Calidad de enseñanza e investigación acción*, Sevilla, Díada Editora S.L.
- Davies, P.G., Spencer, S.J. y Steele, C.M. (2005) "Clearing the air: Identity safety moderates the effects of stereotype threat on Women's leadership aspirations", *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(2): 276-287.
- Elliott, J. (1996) *El cambio educativo desde la investigación-acción*, Madrid. Ed. Morata.
- Gálvez, L. (2004) "Logros y retos del análisis de género en la historia económica de la empresa", *Información Comercial Española*, ICE, 812: 77-89.
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor (2018a), *Informe GEM España 2017-2018*. <http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2018/04/Informe-GEM-2017-18.pdf>
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor (2018b), *Informe GEM executiu Catalunya 2017-2018*. https://www.diba.cat/documents/36150622/187833827/INFORME+GEM+CATALUNYA+2017-2018+_+CAT.pdf/4624cdde-cb22-4084-bf63-6d81322a0fe5
- Guallarte, C., Capelleras, J.Ll., Fíguls, M., Genescà, E. y Obis, T. (2018) *Global Entrepreneurship Monitor. Informe executiu Catalunya 2017-2018*, Barcelona, Generalitat de Catalunya, Catalunya Emprèn, Diputació de Barcelona.
- López-Zafra, E.; García-Retamero, Diekman, A.B., Eagly, A.H. (2008) "Dinámica de estereotipos de género y poder: Un estudio transcultural", *Revista de Psicología Social*, 23(2): 213-219.
- Lumpkin, G.T. & Erdogan, B. (2004), "If not entrepreneurship, can psychological characteristics predict entrepreneurial orientation? A pilot Study", *Journal of Entrepreneurship Development ICFAI*, 1: 21-33.
- Martí, J. (2000) "La investigación-acción participativa. Estructura y fases. La investigación social participativa", en T. Alberich, J. Martí, y T. Villasante (Eds.), *Construyendo ciudadanía*, Barcelona, El Viejo Topo: 77-117.
- Mueller, S.L., Conway Dato-on, M (2008), "Gender-role orientation as a determinant of entrepreneurial self-efficacy", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13(1): 3-20.

- Mueller, S.L. & Conaway Dato-on, M. (2011), "A cross cultural study of gender-role orientation and entrepreneurial self-efficacy", *International Entrepreneurship and Management Journal*.
- Neira, I., Portela, M., Cancelo, M., Clavo, N. (2013) "Capital social y humano como determinantes del emprendimiento en las regiones españolas", *Revista Investigaciones Regionales*, 26: 115-139.
- Pérez-Quintana, Anna (2014), *La influencia de los estereotipos de género en el emprendimiento: una aplicación en el contexto de Catalunya*, Barcelona, Servei de Publicacions Universitat de Barcelona.
- Rubio, A., Esteban, N. (2016) "Cultural factors and gender role in female entrepreneurship", *Suma de Negocios*, 7(15): 9-17.
- Stenhouse, L. (2003) *Investigación y desarrollo del currículum*, Madrid, Ed. Morata.
- Shön, D.A. (1992) *La formación de profesionales reflexivos*, Barcelona, Ed. Paidós
- Wilson, F., Tagg, S. (2010), "Social constructionism and personal constructivism: Getting the business owner's view on the role of sex and gender", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(1): 68-82.