

MEMORIA DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO

**BRECHA DE GÉNERO EN EL EMPRENDIMIENTO: *UN ANÁLISIS
DEL CASO ESPAÑOL***

**(GENDER GAP IN ENTREPRENEURSHIP: *AN ANALYSIS OF THE
SPANISH CASE*)**

Autor: Jonay Quintero Hernández
Tutora: Olga María Rodríguez Rodríguez

**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO
Curso académico: 2021/2022**

Convocatoria de septiembre

En La Laguna, a 12 de septiembre de 2022

"Durante todos estos siglos, las mujeres han servido de espejos dotados del mágico y delicioso poder de reflejar la figura del hombre al doble de su tamaño".

Virginia Woolf.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	5
ABSTRACT	5
1. INTRODUCCIÓN	6
2. MARCO CONCEPTUAL Y REVISIÓN DE LA LITERATURA	7
2.1. CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y DE EMPRENDEDOR/A	7
2.2. TIPOLOGÍA Y CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO	8
2.3. DIMENSIONES DEL EMPRENDIMIENTO	9
2.4. TEORÍAS DEL EMPRENDIMIENTO	10
2.5. EVOLUCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO: DESDE LOS CAVERNÍCOLAS HASTA LA ACTUALIDAD	10
2.6. LA BRECHA DE GÉNERO EN EL EMPRENDIMIENTO: REVISIÓN DE LA LITERATURA	11
3. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL EMPRENDIMIENTO DE LA MUJERES	14
3.1. FACTORES IMPULSORES	14
3.2. FACTORES LIMITANTES	14
4. REGULACIÓN DEL TRABAJO AUTÓNOMO	15
5. ANÁLISIS EMPÍRICO	16
5.1. EVOLUCIÓN DE LA BRECHA DE GÉNERO EN EL EMPRENDIMIENTO	17
5.2. CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS	24
6. CONCLUSIONES: UNA REFLEXIÓN FINAL SOBRE LA BRECHA DE GÉNERO EN EL EMPRENDIMIENTO	28
7. REFERENCIAS	29

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Dimensiones de empresas de nueva creación	9
---	---

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Evolución del índice TEA por género (en %) en España durante el periodo 2005-2021	17
Gráfico 2. Evolución del índice TEA (en %) por nivel de renta en España durante el periodo 2005-2021	18
Gráfico 3. Índice TEA (en %) por nivel de renta y género en España durante 2020-2021	19
Gráfico 4. Distribución por género de los colectivos emprendedores (en %) en España durante el periodo 2005-2021	20
Gráfico 5. Distribución por edad de los colectivos emprendedores (en %) en España durante el periodo 2005-2021	21
Gráfico 6. Distribución por edad y género de los colectivos emprendedores (en %) en España durante 2020-2021	22
Gráfico 7. Distribución por nivel de estudios de los colectivos emprendedores (en %) en España durante el periodo 2005-2020	23
Gráfico 8. Distribución por educación y género de los colectivos emprendedores (en %) en España durante 2020-2021	24

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Motivaciones del colectivo: Marcar una diferencia en el mundo	25
Tabla 2. Motivaciones del colectivo: Crear riqueza o una renta muy alta	25
Tabla 3. Motivaciones del colectivo: Continuar una tradición familiar	25
Tabla 4. Motivaciones del colectivo: Ganarse la vida porque el trabajo escasea	25
Tabla 5. Percepción de oportunidades para emprender en función del sexo (en %) en España durante 2020-2021	26
Tabla 6. Distribución del colectivo emprendedor (TEA en %) por el sector de actividad en función del sexo en España durante 2020-2021	27
Tabla 7. Expectativas de creación de empleo en 5 años en función del sexo (en %) en España durante 2021	27

RESUMEN

En esta Memoria de Trabajo Fin de Grado se estudian las causas y la evolución de la brecha de género en el emprendimiento para el caso español, con el objetivo de analizar el estado de este aspecto tan importante y urgente para el liderazgo y la visibilización de las mujeres en el mundo actual. Para ello, en primer lugar, se realiza una revisión teórica del concepto y las teorías del emprendimiento, así como de la literatura sobre la brecha de género en este ámbito. Este marco teórico permite un posterior análisis de los datos sobre la brecha en el emprendimiento a nivel nacional. Para eso, se utiliza la información del GEM España y Statista durante el periodo 2005-2021. Los resultados ponen de manifiesto la desigualdad económica y social que existe en España en el camino del emprendimiento, aunque actualmente parece vislumbrarse una leve tendencia positiva hacia la paridad de género, sobre todo tras la pandemia ocasionada por la COVID-19. Esta desigualdad revela la falta de éxito de las estrategias seguidas durante las últimas décadas frente a este tipo de brecha de género y sugiere la necesidad de profundizar en medidas más efectivas que acerquen esta forma de empoderamiento al colectivo femenino.

Palabras clave: brecha de género, emprendimiento, percepción de oportunidades, España.

ABSTRACT

This Final Degree Project is devoted to analyze the reasons and evolution of the gender gap in entrepreneurship for the Spanish case. The main goal of the study is analyzing the state of this important and urgent aspect for leadership and visibility of women in today's world. To do this, first, a theoretical review of the concept, the theories of entrepreneurship and the literature on the gender gap in this field is carried out. This theoretical framework allows a further analysis of the data on the gap in entrepreneurship at the national level, using information from GEM Spain and Statista for the period 2005-2021. The results highlight the economic and social inequality that exists in Spain in the field of entrepreneurship, although a slight positive trend towards gender parity seems to be glimpsed nowadays, especially after the pandemic caused by COVID-19. This inequality reveals the lack of success of the strategies against this gender gap followed during the last decades and suggests the need to delve into more effective measures that bring this form of empowerment closer to women.

Keywords: gender gap, entrepreneurship, perception of opportunities, Spain.

1. INTRODUCCIÓN

La igualdad es un derecho fundamental recogido en el artículo 2 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (París, 1948). Sin embargo, hoy en día, a pesar de tantos avances en la sociedad, sigue existiendo desigualdad entre hombres y mujeres en muchos ámbitos de la vida. Este desequilibrio es lo que se conoce, en términos generales, como brecha de género. Es muy importante ser conscientes de su existencia e identificar sus causas, en la medida que representa disparidad entre hombres y mujeres, acotando derechos y libertades fundamentales, lo que se traduce en una reducción de oportunidades y recursos para la sociedad en su conjunto.

Debido a la complejidad que engloba el término de brecha de género, existen diversos índices que tratan de sintetizar su significado, tanto a nivel mundial, europeo, como nacional. Estos índices se basan en diferentes subíndices, dimensiones y categorías que están interrelacionados entre sí. Asimismo, estas dimensiones son construidas a partir de variables que recogen diversos aspectos específicos relacionados con la economía, la educación, la salud, la política, etc.

Uno de los índices más conocidos es el índice global de brecha de género¹. Para el caso de España, en el año 2021 este índice descendió ligeramente con respecto a 2020 (debido, fundamentalmente, a la pandemia ocasionada por la COVID-19), alcanzando un valor de 0,788 puntos sobre 1. Este hecho, que no es nada positivo por muy ligero que haya sido el descenso, demuestra que aún queda mucho por hacer. No se puede retroceder ni para coger impulso. Hay que avanzar, y siempre hacia delante.

No obstante, si se realiza una comparación con el resto de países que aparecen en el informe del Foro Económico Mundial 2021 con respecto a este índice, España se sitúa en la posición número 14 de 156 países. La “medalla de oro” es para Islandia, ubicada a la cabeza del ranking con un valor del índice de 0,892. El “podio” lo completan otros dos países nórdicos: Finlandia, con 0,861; y Noruega, con 0,849. Por contra, la última posición la ocupa Afganistán (0,444).

Cuando se analizan las dimensiones de este índice, España se posiciona en el puesto 71 en relación a la participación económica y la percepción de oportunidades (0,699). Mejor posición ocupa en lo que respecta al subíndice que engloba las políticas de empoderamiento, situándose en el puesto 15 (con un valor del índice de 0,491).

Según los datos proporcionados por la OCDE² (2021), en España existe un 8,5% de mujeres emprendedoras sin asalariados, mientras que en el caso de los hombres este porcentaje supera en más de 4 puntos porcentuales al de las mujeres. Por otro lado, el porcentaje de mujeres emprendedoras con asalariados apenas alcanza un 2,9%; en cambio, en el caso de los hombres este dato representa un 5,7%.

¹ Este índice fue creado por el Foro Económico Mundial en 2006 y está compuesto por diferentes dimensiones y subdimensiones interrelacionadas entre sí. Su valor va de 0 a 1; siendo 0 la máxima desigualdad y 1 la paridad completa entre hombres y mujeres.

² La OCDE, Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, es un organismo de cooperación internacional compuesto por 38 estados, cuyo objetivo es coordinar sus políticas económicas y sociales.

Por otra parte, de acuerdo con los datos facilitados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la pandemia ocasionada por la COVID-19 ha afectado, en mayor medida, a las mujeres que a los hombres. En el ámbito empresarial, en el año 2020, el número de mujeres trabajadoras disminuyó un 5%, frente al 3,9% de los hombres en todo el mundo.

Además, el índice Mastercard de mujeres emprendedoras de 2021 reveló que el 90% de las mujeres que perdieron su trabajo durante la COVID-19 no volvieron a trabajar; el 64% de las empresas dirigidas por mujeres se han visto fuertemente afectadas por la pandemia; y el 80% de las empresas propiedad de mujeres con necesidades crediticias están desatendidas. A pesar de los retos que está ocasionando la COVID-19, este mismo índice manifiesta la resiliencia, confianza y optimismo de las mujeres emprendedoras, logrando aumentar en un 1,8% la propiedad de negocios.

Con el fin de analizar esta situación tan importante y urgente para el liderazgo y la visibilización de las mujeres en el mundo del emprendimiento, en esta Memoria de Trabajo de Fin de Grado se indican los motivos que implican que las mujeres emprendan con menor frecuencia que los hombres a partir de un análisis de los comportamientos, principalmente sociales. También, se analizan datos estadísticos oficiales sobre la brecha de género en el emprendimiento para el caso español.

Crear conciencia y sensibilización para reducir o eliminar las diferencias de género en el emprendimiento es el principal objetivo de esta investigación. En este sentido, se proponen, a nivel general, acciones reales como la cultura de igualdad en el trabajo y la eliminación de los roles y estereotipos de género; y, en relación al emprendimiento, se plantea el fomento de programas de financiación para mujeres emprendedoras y el incentivo a la redefinición de la figura del emprendedor/a. Todo ello para dar lugar a una sociedad en la que todos y todas tengamos las mismas oportunidades, independientemente de nuestro género. Las brechas de género que marginan a las mujeres deben pasar a la historia y quedarse en el olvido.

Esta Memoria de Trabajo de Fin de Grado se estructura de la siguiente manera. En el apartado 2 se describe el marco conceptual y se hace una revisión de la teorías del emprendimiento, así como de la literatura sobre la brecha de género en este ámbito. Los factores que influyen en el emprendimiento de las mujeres son presentados en el apartado 3, mientras que el 4 está dedicado a la regulación del trabajo autónomo. El análisis empírico de este trabajo se presenta en el apartado 5, y en el 6 se recogen las principales conclusiones alcanzadas en esta investigación.

2. MARCO CONCEPTUAL Y REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y DE EMPRENDEDOR/A

Según el Libro Blanco de la Iniciativa Emprendedora de ESADE, no existe una definición comúnmente aceptada de lo que se entiende por iniciativa emprendedora ni, por tanto, de la condición de emprendedor/a. Por consiguiente, el concepto de emprendimiento no es un término cerrado y consensuado, por lo que diferentes autores/as lo han definido de distinta manera. Así, según Timmons (1989) “el emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para

construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos”.

Por su parte, Kundel (1991) define la actividad emprendedora como “la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre dentro o fuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio”.

Por otro lado, Drucker (1985) define al emprendedor y emprendedora como “aquel empresario que es innovador”, y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento. En este sentido, subraya que “si bien una pequeña empresa puede correr riesgos, eso no significa que sea innovadora y que represente una causa emprendedora”. De la misma manera, Stevenson (2000) considera que “es imprescindible que el empresario innove para encuadrarlo como emprendedor”.

2.2. TIPOLOGÍA Y CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO

En la literatura sobre el emprendimiento se distinguen distintas tipologías (Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad, 2021):

- ❖ El **emprendimiento empresarial**: consiste en desarrollar un proyecto de negocio que genere los ingresos suficientes para cubrir los gastos básicos.
- ❖ El **emprendimiento social**: tiene como objetivo generar un impacto positivo en la ciudadanía y solucionar problemas de carácter social.
- ❖ El **emprendimiento cultural**: su fin es proporcionar una solución a una circunstancia específica mediante un producto o servicio creativo que posea una manifestación artística.

Esta Memoria de Trabajo de Fin de Grado se basa, fundamentalmente, en el emprendimiento empresarial.

En cuanto a las principales características del emprendimiento, puede señalarse que existen distintos elementos claves para transformar las ideas innovadoras en un modelo de negocio rentable (Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad, 2021).

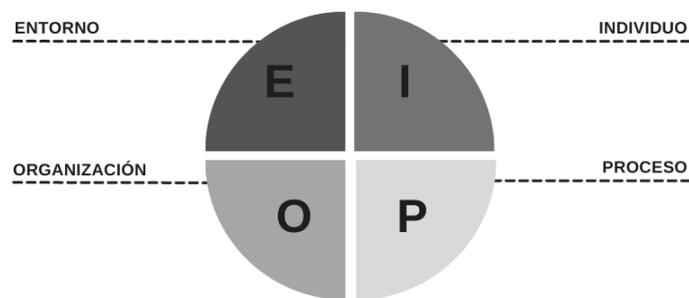
- ❖ En primer lugar, el **espíritu emprendedor**, vinculado a la búsqueda constante de nuevas oportunidades y la conversión de amenazas en una alternativa positiva. Tener esta actitud fomenta el éxito empresarial.
- ❖ En segundo lugar, la **capacitación**, ya que una persona que quiera iniciar una aventura emprendedora necesita conocimientos precisos para poder poner en marcha su idea de negocio. Además, debe saber adaptarse a la realidad, incluyendo sus hechos circunstanciales (como la crisis sanitaria provocada por la COVID-19 o una recesión económica).
- ❖ En tercer lugar, el **marco regulatorio**, puesto que existe una serie de leyes que deben ser cumplidas y pueden o no facilitar el proceso de la creación empresarial.

- ❖ En cuarto lugar, la **financiación**, debido a la relevancia de poseer recursos económicos, así como un sistema financiero para poder desarrollar la actividad empresarial.
- ❖ Y, por último, la **sinergia**. Un/a emprendedor/a debe adherirse a la red de intermediarios y emprendedores/as que configuran el ecosistema corporativo.

2.3. DIMENSIONES DEL EMPRENDIMIENTO

En el trabajo de Gartner (1985) se definen cuatro dimensiones relacionadas con el emprendimiento. En este sentido, este autor señala que “la creación de empresas se entiende como un fenómeno multidimensional, compuesto por cuatro dimensiones: entorno, individuo, organización y proceso, en el que se debe considerar el grado de complejidad de la interacción entre las variables” (Gartner, 1985, p. 696). Un estudio y un análisis exhaustivo concretos permiten descubrir cuáles son las limitaciones y las libertades en el momento de desarrollar una nueva estrategia empresarial.

Figura 1. Dimensiones de empresas de nueva creación



Fuente: Elaboración propia a partir de Gartner (1985)

Gartner define el **entorno** como el conjunto de factores sociales, culturales, profesionales, jurídicos, etc. que rodea a una empresa. Estos factores pueden ser el capital disponible para la creación de la organización, la disponibilidad de instalaciones y superficies, las condiciones de vida, la actitud de los ciudadanos y ciudadanas, las destrezas acerca del mundo empresarial, la rivalidad entre los/las competidores/as existentes, el régimen jurídico...

Por su parte, el **individuo**, que es la persona que toma la iniciativa de emprender, destaca por la necesidad de buscar métodos más efectivos para avanzar como sociedad; pero, para ello, se debe enfrentar a posibles amenazas que puedan surgir repentinamente. No obstante, con seguridad en sí mismo, una actitud positiva, una experiencia previa y una formación adecuada, puede ser capaz de resolver cualquier incertidumbre que surja y seguir hacia adelante.

Cuando se habla de **organización**, esta recoge las estrategias de liderazgo en diferenciación, costes y segmentación de mercados (Porter, 1985), así como el enfoque social y cultural y los nuevos productos y servicios que se desean ofrecer.

Finalmente, esta acción innovadora y creativa conlleva un **proceso**, caracterizado por las oportunidades de negocio de los/las futuros/as emprendedores/as locales y las respuestas a la sociedad y al gobierno.

2.4. TEORÍAS DEL EMPRENDIMIENTO

Las principales teorías sobre el emprendimiento son las siguientes:

- ❖ Teoría del Desarrollo Económico (Schumpeter, 1934), según la cual el equilibrio clásico se ve obstaculizado por el comportamiento de los/as emprendedores/as, quienes, mediante la introducción de innovaciones, intentan lograr una posición de monopolio en el mercado. Estos/as agentes estarán motivados/as a tomar riesgos debido a los beneficios que pueden obtener tomando esas decisiones. Estos beneficios facilitarán la creación de otras innovaciones, puesto que las anteriores se dispersarán, creando un proceso de retroalimentación para impulsar el crecimiento y el desarrollo económico.
- ❖ Teoría del Espíritu Empresarial (Kirzner, 1973), que establece que los/as agentes económicos no son simplemente aquellos/as que maximizan o resuelven problemas de asignación de recursos, sino que también pueden identificar nuevos objetivos y considerar nuevas formas de alcanzarlos. Todo ello implica combinar las habilidades de resolución de problemas con la asignación de recursos. Así, para este autor, esta actitud permite que las personas emprendedoras puedan cumplir con un rol equilibrado en el mercado.

Kirzner (1973), coincidiendo Schumpeter (1934), consideró que el impulso y la perspicacia están presentes en todo comportamiento humano, y no pueden ser analizados en términos de eficiencia económica. Además, reiteró que las teorías basadas en la racionalidad de las decisiones individuales no pueden explicar cómo funciona el comportamiento empresarial.

- ❖ Teoría de la Oferta Empresarial (Baumol, 1990), que manifiesta la viabilidad de ampliar el listado de tareas que podría llevar a cabo un/a emprendedor/a, con el fin de incluir actividades de búsqueda o rentas (*innovations in rent-seeking procedures*). Considera que no existe ningún motivo que justifique que un/a agente creativo/a únicamente pueda utilizar su creatividad en aquellas actividades que mejoran el bienestar social. Sin ir más lejos, los/as emprendedores/as pueden añadir a su ámbito de tareas acciones destructivas del valor de los productos de la sociedad. Añade que el factor realmente considerable para analizar la contribución empresarial viene dado por el comportamiento de los/as empresarios/as.

2.5. EVOLUCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO: DESDE LOS CAVERNÍCOLAS HASTA LA ACTUALIDAD

Emprender no es una acción nueva ni asociada exclusivamente al mundo actual. De hecho, se ha llevado a cabo desde la época de las cavernas. En la Prehistoria, los cavernícolas no solo se limitaban a pintar animales en las paredes o realizar prendas de vestir con pieles de animales que cazaban, sino que también desarrollaban una actitud emprendedora, ya que tenían la necesidad de encontrar métodos más efectivos para avanzar como sociedad. De ahí que, posteriormente, en el Neolítico tardío surgiera el invento de la rueda, que revolucionaría el mundo del transporte.

Más tarde, llegaron los fenicios, pioneros en hacer negocios, movilizándose de un lugar a otro por la Península Ibérica y dejando constancia de sus estrategias comerciales. De hecho, se les considera los primeros agentes económicos de la Historia.

En la Antigua Roma, las calles estaban llenas de negocios, sobre todo al aire libre. Estos emprendedores romanos aprovecharon las campañas militares para salir a vender sus productos. Los propios militares necesitaban comida, bebida y ropa para sobrevivir en su hazaña, por lo que era fácil conseguir un aumento de las ventas. Supieron buscar nuevos nichos de mercado, ampliar su público objetivo, adaptándose a las circunstancias del momento. Eran verdaderamente versátiles desde una perspectiva comercial.

El trueque y otro tipo de negocios con productos y servicios nunca vistos anteriormente aparecieron en una época mucho más moderna. Diversas personas, en su mayoría hombres, comenzaron a embarcarse en el mundo de las *startups*. Asimismo, numerosos descubrimientos e inventos cambiaron la forma de ver la vida, como fue el caso de la imprenta de Gutenberg.

Si se continúa avanzando por el eje del tiempo, puede destacarse la figura de Benjamin Franklin, un hombre con una gran habilidad emprendedora y, a la vez, siendo trascendente, que intentaba siempre agrandar el tejido empresarial.

¡Y por fin llega el sufragio femenino! Las mujeres conseguían su derecho al voto y, junto a este, la visibilidad de todas aquellas mujeres que no habían podido desarrollar la carrera profesional que deseaban con tanta ansia. Tenían y siguen teniendo a sus espaldas tareas que se les asignan simplemente por el hecho de ser mujer (estereotipos). Por eso, hasta este momento, ninguna mujer había podido dar el paso al mundo del emprendimiento. Para poner fin a este hecho paupérrimo, llega el turno de Coco Chanel, la primera mujer emprendedora de la Historia. Fue, es y seguirá siendo un referente de la industria textil y de la lucha por la igualdad entre hombres y mujeres. Ella demostró que el género no era un impedimento para poder liderar un modelo de negocio y tener éxito.

Actualmente, existen numerosos comercios emergentes de todo tipo y en todas las partes del mundo. Y, por suerte, las mujeres pueden desarrollar su capacidad de liderazgo e innovación sin depender de ningún sometimiento o cargo adicional por su condición de mujer (en muchos casos). Asimismo, existen proyectos públicos que alientan y dan visibilidad a la figura de la mujer en el ámbito del emprendimiento; pero, ¿por qué después de miles de años y diversos avances en la sociedad sigue habiendo tanta diferencia entre el porcentaje de mujeres y de hombres que inician un camino emprendedor? En este Trabajo de Fin de Grado se tratará de dar respuesta a esta cuestión trascendental en la situación y empoderamiento de la mujer en el mundo del emprendimiento.

2.6. LA BRECHA DE GÉNERO EN EL EMPRENDIMIENTO: REVISIÓN DE LA LITERATURA

La literatura sobre las diferencias de género en el emprendimiento engloba aspectos tanto puramente económicos (fundamentalmente desde una perspectiva empresarial) como de tipo social y cultural, por lo que existen trabajos que analizan esta cuestión no solo desde una perspectiva puramente económica, sino también sociológica. En este sentido, algunos/as

autores/as basan su trabajo en las dificultades de diversa índole a las que se enfrenta el colectivo femenino, frente al masculino, a la hora de comenzar una aventura empresarial.

Históricamente, los hombres han sido más propensos que las mujeres a crear nuevos negocios. Según Peña *et al.* (2012), los enfoques que explican este fenómeno son dos: por un lado, el feminismo federal, que argumenta que hombres y mujeres son igual de capaces de actuar y tomar decisiones y, por lo tanto, las diferencias de género en el espíritu empresarial son el resultado de barreras sistémicas. Y, por otro, el feminismo socialista, que sostiene que hombres y mujeres se comportan de manera diferente en los negocios puesto que las estructuras sociales fomentan diferentes actos según el género.

Siguiendo con esta perspectiva fundamentalmente sociológica, y a pesar de que en los últimos años se evidencia un crecimiento de la participación en el emprendimiento económico por parte de las mujeres, se puede afirmar que este colectivo está expuesto a más dificultades que los hombres en la medida que responde a una marcada diversidad social e individual (Beber, 2013 y Viadana *et al.*, 2016). En este sentido, las identificaciones sociales del emprendimiento parecen haber sido construidas sobre la base de los ideales de éxito de los hombres, asociando lo masculino con la actividad económico-empresarial. Por el contrario, lo femenino se vincula con los roles maternos, considerando la maternidad como obstrucción a sus oportunidades de mercado y justificando el hecho como producto de diferencias naturales (Brunet y Pizzi, 2017, p. 182).

Atendiendo a lo anterior, se registra un discurso con rasgos patriarcales y normativos sin detectarse críticas de género. En este aspecto, no se observa un discurso elaborado que cuestione los marcos sociales existentes con respecto al género. Por ende, las declaraciones de este ámbito presentan el género como diferencia y no como un factor asociado a la organización de la desigualdad social y de relaciones de poder (Brunet y Pizzi, 2017, p. 182).

En esta misma dirección, la teoría de la Amenaza del Estereotipo (Davies *et al.*, 2005), destaca cómo los roles y estereotipos sociales influyen de manera negativa en el rendimiento y la perspectiva de las mujeres, dando lugar a una mayor desconfianza que, inevitablemente, ocasiona que se sientan más juzgadas y vulnerables a la hora de emprender.

En el ámbito del emprendimiento empresarial, a pesar de los múltiples avances sociales y culturales, y teniendo en cuenta el discurso empresarial liberal, siguen existiendo evidencias que demuestran sesgo de género en contra de las mujeres. En este sentido, se argumenta que el colectivo femenino no tiene las mismas posibilidades para emprender que los hombres (León, 2017).

Por otra parte, persisten arraigados prejuicios de género de carácter epistemológico, que presentan a la mujer como empresaria defectuosa pese a la ausencia de datos convincentes respecto a las diferencias esenciales entre el género y el rendimiento (Marlow y McAdam, 2013).

Más recientemente, se ha argumentado que una de las principales barreras con la que se encuentran las mujeres en el momento de emprender tiene una estrecha relación con el nivel

económico de partida y el acceso al crédito, pues ambos aspectos suelen ser menores en comparación con los correspondientes al colectivo masculino (Tejero *et al.*, 2021).

En cuanto a la actividad económica en la que se desarrolla el emprendimiento, autores como Sullivan y Meek (2012) sostienen que las mujeres emprenden más en sectores de bajo impacto, puesto que no tienen expectativas altas de éxito en los sectores de alto impacto. En consecuencia, las mujeres no emprenden en sectores muy innovadores, ya que tienen menos expectativas de atraer altos niveles de capital monetario en comparación a los hombres. Esto se traduce en que las mujeres, por lo general, no son tan ambiciosas como los hombres, lo que afecta a su identificación de oportunidades.

En relación a este mismo aspecto, y en base a los emprendimientos liderados por mujeres, la OCDE (2019) señala los estigmas culturales, el bajo nivel educativo, la falta de experiencia laboral, la escasa o nula habilidad para el manejo de las TIC en algunos países y la discriminación de género como principales limitaciones a las que se enfrentan las mujeres al emprender sus negocios. Estas acciones, por lo general, son una "extensión" de sus labores del hogar y están ubicadas en subsectores con un bajo valor agregado. Asimismo, la utilización de la tecnología por parte de las mujeres muchas veces es limitada, debido a la falta de recursos y de capacitación para su acceso, utilización y manejo (García, 2019).

De la misma manera, en conformidad con los datos de la OIT, los hombres adquieren competencias tecnológicas en mayor proporción que las mujeres, quienes se enfrentan a una gran cantidad de barreras que impiden su acceso a nuevas oportunidades laborales más productivas y de mayor valor agregado. Aunque se evidencia un aumento en la matriculación femenina en todos los niveles educativos, los resultados indican una menor participación en la investigación relacionada con la ciencia y la tecnología y, por lo tanto, una representación insuficiente de la fuerza laboral en estos campos (OIT, 2019).

También, se han encontrado diferencias por género en el emprendimiento atendiendo a la edad del emprendedor o la emprendedora. Así, la mayoría de las mujeres emprendedoras inician la aventura empresarial en un rango de edad comprendido entre los 30 y los 45 años, mientras que los hombres lo hacen en edades comprendidas entre los 25 y 30 años. Este hecho puede deberse a las mayores dificultades para el emprendimiento en edades más tempranas para las mujeres debido, fundamentalmente, a las cargas familiares por el cuidado de hijos/as (Ferreto y Picado, 2014).

Otro de los aspectos que se ha encontrado en la literatura relacionado con la brecha de género en el emprendimiento empresarial es el estado civil. En este sentido, si bien las mujeres, a nivel general, dan vida a su idea de negocio con mayor probabilidad estando solteras o divorciadas, los hombres, por su parte, inician su negocio estando casados o divorciados. De nuevo, en la línea de que las mujeres mayormente son las que se encargan de las labores del hogar y del cuidado de familiares. Esto se traduce en una menor probabilidad de que comiencen una actividad emprendedora en edades con mayor carga de cuidados (Ferreto y Picado, 2014).

A modo de conclusión, y siguiendo la literatura al respecto, existen varios factores que son decisivos a la hora de empezar una actividad emprendedora y que afectan a la brecha de género

en este aspecto, como la edad, el estado civil, el nivel educativo y la especialidad, así como la presencia de hijos/as en el momento de emprender. Además, los estereotipos y normas sociales que vinculan a la mujer con la tareas de cuidado y al hombre como mantenedor del hogar contribuyen al *gap* de género en el emprendimiento.

3. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL EMPRENDIMIENTO DE LA MUJERES

En esta apartado se recogen varios de los aspectos más importantes que condicionan a la mujer en el momento de emprender, tanto impulsores (como la brecha salarial y el llamado “techo de cristal”), como limitantes (formación, políticas de apoyo financiero y no económicas, roles familiares y estereotipos, redes sociales y habilidades percibidas).

3.1. FACTORES IMPULSORES

Existen varios elementos que motivan a las mujeres a que inicien un camino emprendedor. Dos de ellos son la brecha salarial y el fenómeno del “techo de cristal”, que aunque son hechos que afectan de manera negativa a las mujeres en el mercado laboral, a su vez, pueden provocar un impulso a la hora de tomar la iniciativa de comenzar un negocio innovador.

Según un informe publicado por el sindicato Comisiones Obreras (2022), la brecha salarial en nuestro país se sitúa en un 24%. Este hecho propicia que muchas mujeres traten de empezar un proyecto de negocio, ya que lo ven como una solución para eliminar este importante problema de desigualdad.

Al mismo tiempo, otro de los factores que alientan a las mujeres a emprender es el denominado “techo de cristal”. Este fenómeno afecta de manera directa en las posibilidades que tienen las mujeres a la hora de acceder a altos cargos. Por tanto, para evitar esa barrera (“invisible”, pero “consistente” al mismo tiempo) que no les deja seguir subiendo de nivel en el entorno laboral, deciden tomar la iniciativa de emprender, principalmente porque en ese caso nadie podría frenarlas en ningún escalón hacia el liderazgo.

De la misma manera, cabe subrayar las palabras de Eva Serrano (2019), presidenta de la Asociación Española de Mujeres Empresarias (ASEME), que afirma que “el emprendimiento implica una plena incorporación de la mujer al mundo laboral, así como que la mujer se responsabilice de su propia toma de decisiones, con el objetivo de lograr una sociedad más justa e igualitaria”. Estos son otros de los motivos por los que las mujeres se arriesgan a emprender.

3.2. FACTORES LIMITANTES

Según algunas investigaciones ya mencionadas y otras como Álvarez, Noguera y Urbano (2012), el emprendimiento de las mujeres está condicionado por diversos factores limitantes, que van desde aspectos formales (formación y políticas de apoyo financiero y no económicas), hasta otras más informales (roles familiares y estereotipos, redes sociales y habilidades percibidas). Estas circunstancias afectan de manera negativa y significativa a las mujeres, ya que influyen en su comportamiento. Es bien sabido que esta percepción se puede cambiar a través de intervenciones concretas, como el fortalecimiento de la política económica que promueva el autoempleo femenino o la erradicación de los estereotipos de género a través de la educación y la concienciación social.

A lo largo del tiempo, se ha demostrado que tanto la estructura social como la institucional pueden influir negativamente y fomentar que existan diferencias entre hombres y mujeres a la hora de emprender. Según Álvarez, Noguera y Urbano (2012), en general, se considera que las mujeres suelen dejarse influir por el entorno en mayor medida que los hombres; por tanto, se ven mucho más afectadas en el momento de iniciar su propio negocio. A esto hay que añadir que, por lo común, se sienten menos seguras y temen, en un sentido más amplio, al fracaso y a las posibles adversidades.

Además, según el informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM España, 2020-2021), existen otros factores que limitan el emprendimiento en general y, en particular, el de la mujer. Estos son los sociodemográficos como la edad, la educación, la ocupación y el nivel de ingresos; las percepciones y actitudes emprendedoras como los modelos de referencia, la percepción de oportunidades, conocimientos y habilidades y el miedo al fracaso; y la percepción sobre la cultura y su influencia en el emprendimiento (el emprendimiento como opción profesional, estatus social y difusión de noticias sobre emprendedores/as).

En general, las mujeres eligen las ciencias de la salud y las humanidades frente al resto de ramas orientadas al mundo empresarial, por lo que se ve limitada su capacidad para identificar oportunidades de negocio. De la misma manera, las mujeres tienden a tener menos experiencia laboral que los hombres, lo que reduce sus posibilidades de éxito empresarial y hace que duden más en iniciar sus proyectos innovadores (GEM España, 2020-2021).

4. REGULACIÓN DEL TRABAJO AUTÓNOMO

En España, el trabajo por cuenta propia se regula por la Ley 20/2007, de 11 de julio, del Estatuto del trabajo autónomo. Su ámbito de aplicación subjetivo redactado en el Título I establece que *la presente Ley será de aplicación a las personas físicas que realicen de forma habitual, personal, directa, por cuenta propia y fuera del ámbito de dirección y organización de otra persona, una actividad económica o profesional a título lucrativo, den o no ocupación a trabajadores por cuenta ajena. Esta actividad autónoma o por cuenta propia podrá realizarse a tiempo completo o a tiempo parcial.*

Esta ley también será de aplicación a los trabajos, realizados de forma habitual, por familiares de las personas definidas en el párrafo anterior que no tengan la condición de trabajadores por cuenta ajena, conforme a lo establecido en el artículo 1.3.e) del texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo.

La Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, tiene por objeto *apoyar al emprendedor y la actividad empresarial, favorecer su desarrollo, crecimiento e internacionalización y fomentar la cultura emprendedora y un entorno favorable a la actividad económica, tanto en los momentos iniciales a comenzar la actividad, como en su posterior desarrollo, crecimiento e internacionalización.* Esta Ley se aplica únicamente a emprendedores/as que desarrollen su actividad en territorio español.

Además, cabe mencionar el Proyecto de Ley de Fomento del Ecosistema de las Empresas Emergentes, más conocida como Ley de *Startups*, cuya entrada en vigor se producirá en el

segundo semestre de 2022 una vez superado el trámite parlamentario. Uno de sus principales objetivos es *fomentar la creación y la relocalización de empresas emergentes en España*.

En el contexto social, en lo que respecta a la Seguridad Social, se pueden resaltar normas como la Ley General de la Seguridad Social; el artículo 25.1 de la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género referido a las trabajadoras por cuenta propia que sean víctimas de la violencia de género; el Decreto 2530/1970, de 20 de agosto, que regula el Régimen Especial de los Trabajadores por Cuenta Propia o Autónomos; y otras resoluciones de exposición.

Por su parte, la Unión Europea ha abordado el trabajo por cuenta propia en instrumentos normativos como la Directiva del Consejo 86/613/CEE, de 11 de diciembre de 1986, referente a la aplicación del principio de igualdad de trato entre hombres y mujeres en relación con el trabajo autónomo, incluidas las actividades agrícolas y protección de la maternidad, en su artículo 2.a) o en la Recomendación del Consejo de 18 febrero de 2003 sobre la mejora de la protección de la salud y la seguridad en el trabajo de los/as trabajadores/as por cuenta propia.

En los países miembros de la Unión Europea ocurre lo mismo que en España, es decir, las normas en materia del trabajador autónomo se identifican en la legislación de manera disgregada, particularmente la legislación de seguridad social y de prevención de riesgos. En tal sentido, cabe destacar la trascendencia que tiene la Ley 20/2007, ya que es el primer ejemplo de regulación metódica y única del trabajo autónomo en la Unión Europea, un hecho que, sin duda, conforma un acontecimiento histórico en nuestro ordenamiento jurídico.

Finalmente, aunque no sea una normativa estrictamente, merece la pena recordar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, concretamente el número 5 -igualdad de género-, que representa un deseo de avanzar en la reducción de las brechas de género, no solo en términos generales, sino también específicamente en el emprendimiento, en la medida que uno de sus fines es promover el emprendimiento de las mujeres *para propiciar su liderazgo en la concertación de políticas públicas, el bienestar social y la gobernanza en múltiples niveles del desarrollo local*. Igualmente, impulsa *cambios estructurales y socioeconómicos necesarios para que las mujeres participen en las economías locales con los mismos derechos y en las mismas condiciones que los hombres*.

5. ANÁLISIS EMPÍRICO

En este apartado se lleva a cabo el análisis empírico de esta Memoria de Trabajo de Fin de Grado. De manera concreta, se realiza un estudio, basado en el análisis de datos, sobre la evolución de la brecha de género en el emprendimiento en nuestro país durante el periodo 2005-2021.

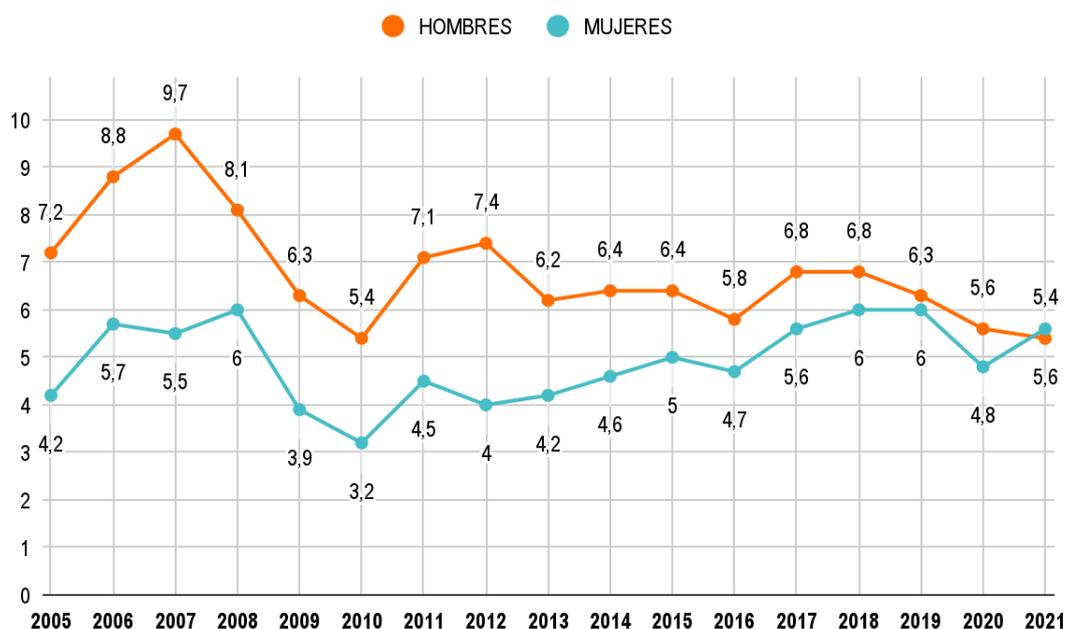
Los datos utilizados proceden de los Informes GEM España, correspondientes al periodo de estudio, teniendo en cuenta que desde 2005 hasta 2016 los informes eran anuales, mientras que a partir de 2017 comenzaron a ser bianuales. Además, para algunas de las variables analizadas, los datos disponibles no corresponden a todo el periodo analizado, al ser incluidas únicamente en los informes más recientes.

La información que proporciona el Observatorio del Emprendimiento ha sido obtenida a través de encuestas de elaboración propia realizadas a la población española de 18 a 64 años involucrada en iniciativas emprendedoras. Los informes GEM analizan distintos perfiles del proceso emprendedor: emprendedores/as potenciales, nacientes, nuevos/as, consolidados/as, o que han cerrado. En esta Memoria se volcarán los datos relativos al grupo de emprendedores/as nacientes. De manera concreta, en el modelo GEM un/a emprendedor/a naciente es alguien que se encuentra en proceso de iniciar un negocio, pero aún no lo ha completado, o bien aquella persona que ha pagado hasta tres meses de salario para sí mismo/a o para sus empleados/as.

5.1. EVOLUCIÓN DE LA BRECHA DE GÉNERO EN EL EMPRENDIMIENTO

En este subapartado se estudia la evolución del índice TEA por género (Gráfico 1) y por nivel de renta (Gráfico 2) durante el periodo 2005-2021, el índice TEA por nivel de renta y género durante 2020-2021 (Gráfico 3), la distribución por género (Gráfico 4), edad (Gráfico 5) y nivel de estudios (Gráfico 7) durante el periodo 2005-2021, y la distribución por edad y género (Gráfico 6), así como por educación y género (Gráfico 8) durante 2020-2021 de los colectivos emprendedores.

Gráfico 1. Evolución del índice TEA por género (en %) en España durante el periodo 2005-2021



Fuente: Elaboración propia a partir de los Informes GEM España

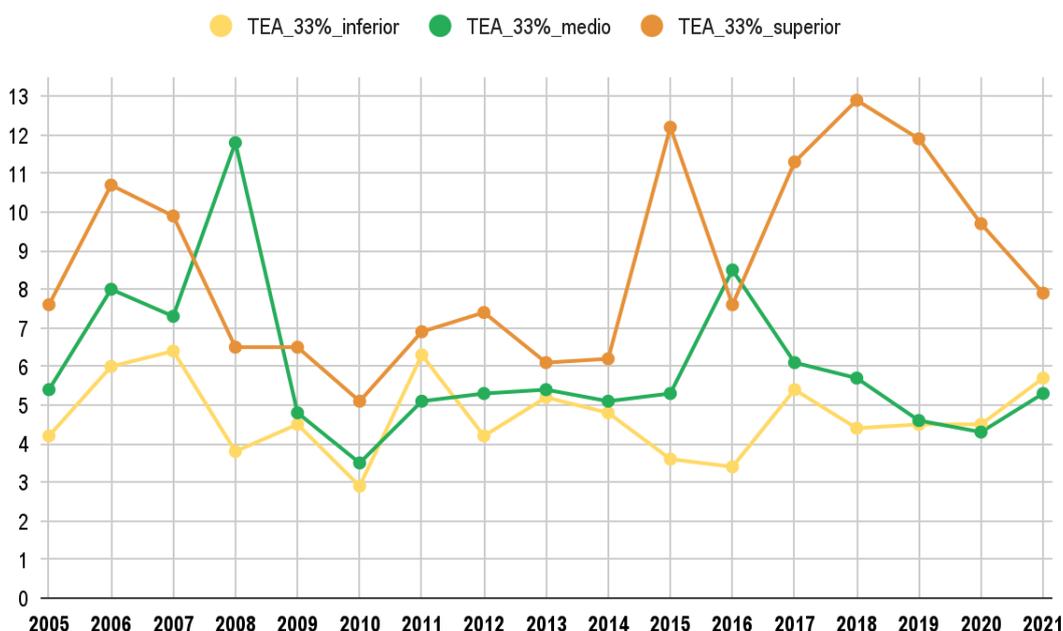
El Gráfico 1 muestra la evolución del índice TEA³ por género en España durante el periodo 2005-2021. Los datos indican que tanto la participación masculina como la femenina en el emprendimiento siguen una tendencia similar a lo largo del periodo analizado, aumentando en etapas de expansión y recuperación económica y reduciéndose en épocas de recesión, en términos generales. Además, se observa que, si bien la variación de la TEA masculina a lo largo del periodo considerado se reduce en 1,8 puntos porcentuales, la correspondiente al colectivo

³ La Tasa de Actividad Emprendedora, o TEA por sus siglas en inglés (Total early-stage Entrepreneurial Activity), es aquella que mide todas las iniciativas emprendedoras de menos de tres años y medio que existen en un mercado.

femenino aumenta ligeramente (1,4 puntos porcentuales), lo que se traduce en la tendencia convergente de ambas tasas.

De manera concreta, mientras que en los años anteriores a la Gran Recesión (2005-2007) se alcanza la mayor diferencia en estas tasas por género (en 2007 esta brecha supera los 4 puntos porcentuales), a partir de 2008, las diferencias han ido cayendo, llegando a ser prácticamente nulas (0,3 puntos porcentuales) justo antes del comienzo de la crisis provocada por la pandemia de la COVID-19. No obstante, se aprecia un nuevo distanciamiento de ambas tasas durante el transcurso de esta (2020), aunque, afortunadamente, parece que la tendencia continúa por la senda de la igualdad. De hecho, en 2021, la TEA femenina ha superado a la masculina -por primera vez desde 2005- en 0,2 puntos porcentuales.

Gráfico 2. Evolución del índice TEA (en %) por nivel de renta en España durante el periodo 2005-2021



Fuente: Elaboración propia a partir de los Informes GEM España

El Gráfico 2 muestra la evolución del índice TEA por nivel de renta⁴ en España durante el periodo 2005-2021. La estimación de la TEA, que separa en tercio inferior, medio y superior según el nivel de ingresos, corrobora que, en general, las personas con un nivel de renta elevado tienen más probabilidades de iniciar un negocio.

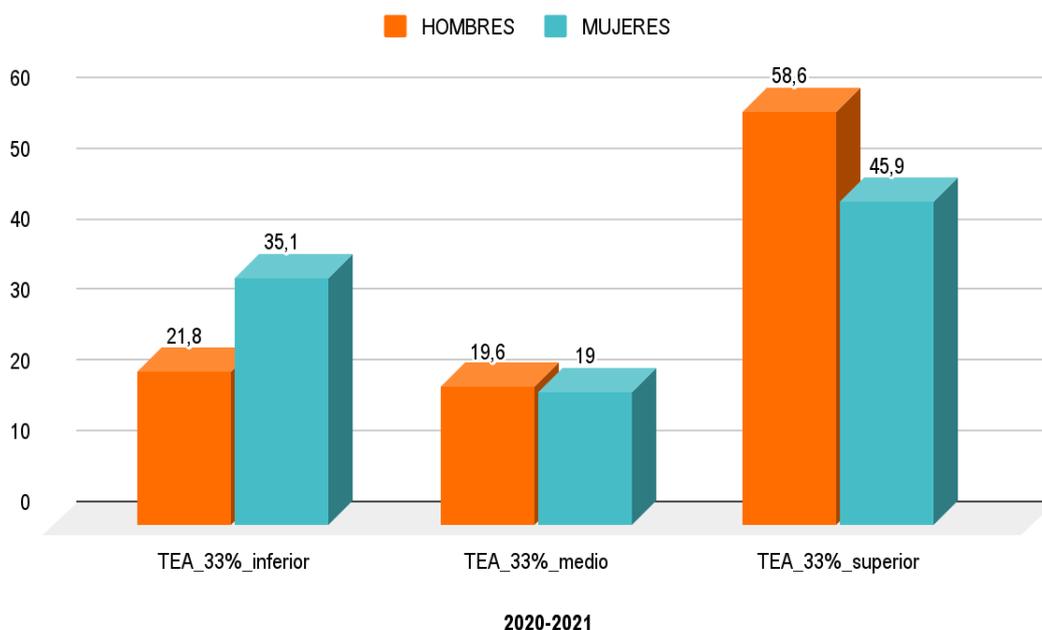
Al observar los datos de la serie histórica, la participación de emprendedores/as pertenecientes al tercio superior de renta oscila entre un mínimo de 5,1% en 2010 y un máximo de 12,9% en 2018; dentro del tercio medio, el índice fluctúa entre un mínimo de 3,5% en 2010 y un máximo de 11,8% en 2008; y, por último, los datos relativos al tercio inferior varían entre un mínimo de 2,9% en 2010 y un máximo de 6,4% en 2007.

⁴ Las personas encuestadas en el proyecto GEM se ordenan según su nivel de renta y se agrupan en tercios de menor a mayor nivel de renta para el análisis de los datos.

La evolución de los datos en las últimas décadas muestra que el índice TEA de la población del tercio superior es mayor que el del resto prácticamente en todo el periodo, a excepción de 2008 y 2016, años en los que es superado por el dato correspondiente al tercio medio de renta. Además, se produce una notable disminución de la TEA del tercio superior entre 2015 y 2016 (en 4,6 puntos porcentuales) y, a pesar de su recuperación hasta 2018, donde logra su mejor cifra, vuelve a caer de manera importante, reduciendo las diferencias con los valores correspondientes al resto de niveles de renta.

Cabe destacar que la TEA correspondiente al tercio medio experimenta también un importante descenso tras la crisis económica de 2008, mostrando una tendencia ligeramente positiva con la recuperación económica a partir de 2010 y logrando su pico más alto en 2016. No obstante, a partir de este año vuelve a reducirse, aunque remonta a pesar de la crisis sanitaria. En lo que se refiere a la población emprendedora del tercio inferior ocurre algo bastante parecido. Este análisis permite concluir que, a partir de 2014, el nivel de renta marca más diferencias a la hora de comenzar un proyecto emprendedor que en los años cercanos a la Gran Recesión, especialmente para el tercio superior respecto al resto.

Gráfico 3. Índice TEA (en %) por nivel de renta y género en España durante 2020-2021

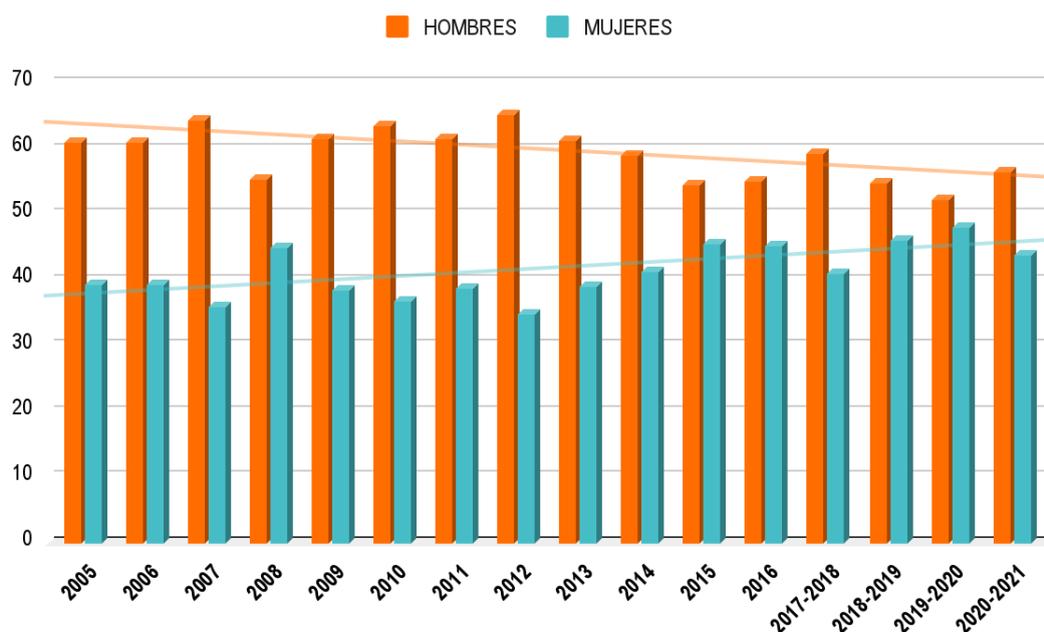


Fuente: Elaboración propia a partir de los Informes GEM España

El Gráfico 3 exhibe el índice TEA por nivel de renta y género en España durante 2020-2021. Dentro del tercio medio de renta de los/las emprendedores/as no se observan diferencias significativas en la tasa emprendedora entre mujeres y hombres. No obstante, las mujeres emprenden con mayor frecuencia que los hombres cuando se localizan en el tercio de renta inferior (con una diferencia de 13,3 puntos porcentuales). Por el contrario, ellas emprenden menos que ellos cuando se encuentran en el tercio superior de renta en 12,7 puntos porcentuales.

Las investigaciones realizadas por el GEM España a lo largo de 2020-2021 indican que la población es más propensa a iniciar negocios cuando disponen de un mayor nivel de renta, aunque es un hecho que se cumple con menor grado en el caso de las mujeres, puesto que una menor renta disponible parece ser un estímulo para ellas a la hora de emprender, que puede ser el resultado de verse más afectadas por la precariedad laboral o la falta de estabilidad en el mercado de trabajo.

Gráfico 4. Distribución por género de los colectivos emprendedores (en %) en España durante el periodo 2005-2021



Fuente: Elaboración propia a partir de los Informes GEM España

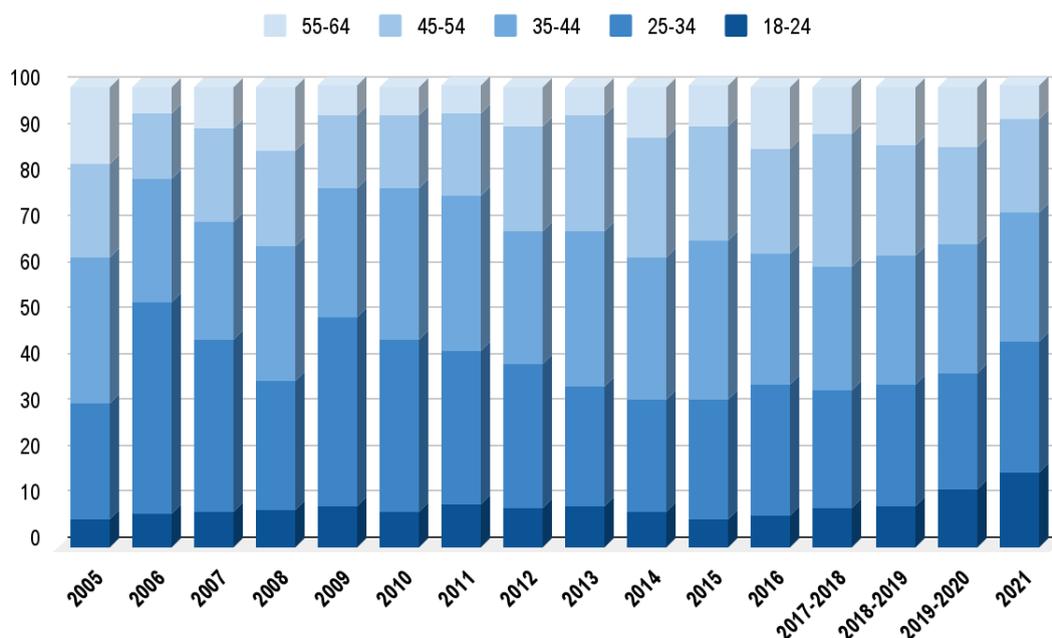
El Gráfico 4 muestra la distribución por género de los colectivos emprendedores en España durante el periodo 2005-2021. Los datos corroboran esta distribución desigual por género del emprendimiento en nuestro país y permiten observar que, a lo largo del periodo estudiado, la participación masculina supera a la femenina, llegando a diferenciarse hasta en 30,4 puntos porcentuales en el año 2012, coincidiendo con el peor año de la Gran Recesión. Estos resultados van en la línea de los recogidos en la revisión teórica, según los cuales los hombres tienen, en términos generales, más probabilidades de iniciar nuevos negocios que las mujeres (Peña *et al.*, 2012).

En la fase de expansión anterior a la Gran Recesión y durante esta, excepto en el año 2008, se aprecia la mayor brecha de género del periodo, mientras que se va reduciendo en la etapa de recuperación económica, salvo entre 2017-2018, que crece en 8,2 puntos porcentuales con respecto a 2016.

Si se observa la tendencia de participación de ambos sexos, representada con líneas en el Gráfico 4, se puede apreciar que el porcentaje de hombres emprendedores ha experimentado un descenso en términos medios, mientras que el de las mujeres emprendedoras se ha ido incrementando. Por ende, parece que, a nivel general, se ha ido reduciendo la brecha de género

en relación con la participación por sexo en el emprendimiento en España, aunque se observa un repunte de esta con la llegada y transcurso de la pandemia (2020-2021), llegando a alcanzar una diferencia de 8,4 puntos porcentuales en comparación con 2019-2020.

Gráfico 5. Distribución por edad de los colectivos emprendedores (en %) en España durante el periodo 2005-2021



Fuente: Elaboración propia a partir de los Informes GEM España

Tal y como se ha señalado en la revisión teórica de esta investigación, la edad es un factor determinante para emprender. Por una parte, la juventud tiende a carecer de recursos y experiencia, mientras que las personas mayores, con el paso del tiempo, además de ganar experiencia, desarrollan habilidades y retienen conocimientos que favorecen el reconocimiento de nuevas oportunidades de negocio. Por otro lado, los y las jóvenes suelen tener menos responsabilidades y cargas familiares, por lo que su capacidad para asumir riesgos no es tan limitada. Asimismo, son más conocedores/as de las TIC y mucho más dinámicos/as y entusiastas.

El Gráfico 5 muestra la distribución por edad de los colectivos emprendedores en España desde 2005 hasta 2021. Durante los periodos 2006, 2007, 2009, 2010, 2012 y 2021, en el colectivo de emprendedores predomina el rango de edad de 25-34 años (en torno al 36,85% como media). En cambio, en los años 2005, 2008 y 2011, y con el paso del tiempo, la categoría etaria mayoritaria es la de 35-44 años, con una media del 30,9%. Por lo común, las personas con dichas edades se caracterizan por su capacidad para superar el fracaso, no tener miedo a fallar y su curiosidad, además de realizar múltiples tareas simultáneamente y tener una afinidad con la tecnología.

En el extremo contrario, con poca participación emprendedora, se localiza la población más joven, de entre 18-24 años, aunque, en términos globales, ha incrementado su participación en el colectivo emprendedor a lo largo del periodo analizado. Así, por ejemplo, entre 2019-2020

incrementaba su participación en 4 puntos porcentuales con respecto al periodo comprendido entre 2017-2018.

Actualmente, el número de mujeres jóvenes que deciden emprender es cada vez mayor. Ahora bien, las jóvenes desisten antes y lo hacen en sectores más precarios que los jóvenes (Diagnóstico sobre Igualdad de Género en el Emprendimiento para Jóvenes, 2020). Además, tras la pandemia, la tasa de paro de la población joven en España registró un incremento, siendo mayor la de las mujeres en 2,6 puntos porcentuales (INE, 2020).

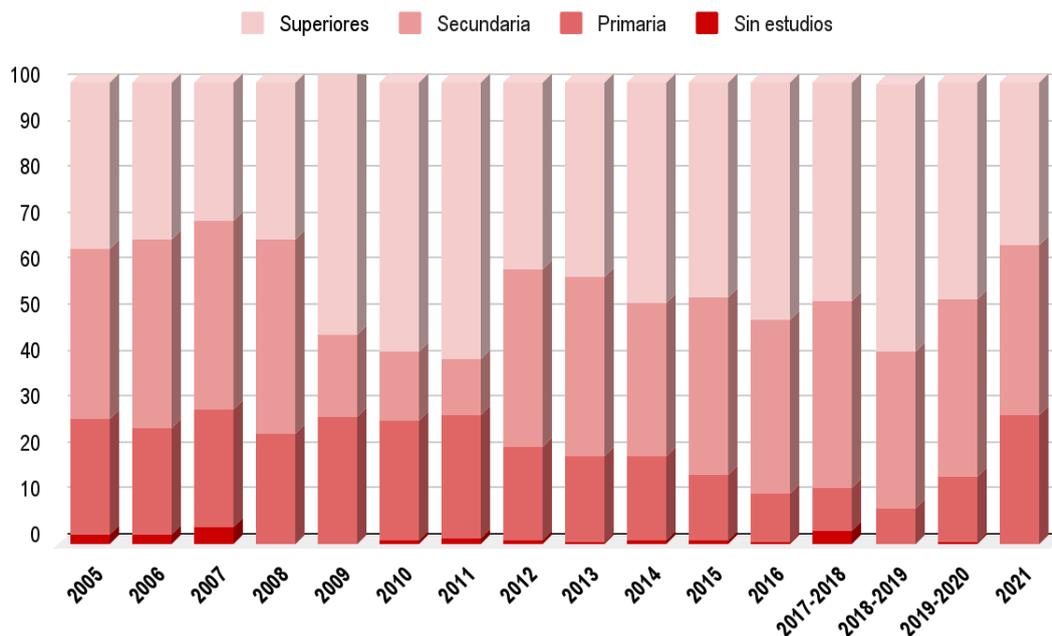
Gráfico 6. Distribución por edad y género de los colectivos emprendedores (en %) en España durante 2020-2021



Fuente: Elaboración propia a partir de los Informes GEM España

El Gráfico 6 señala la distribución por edad y género de los colectivos emprendedores en España durante 2020-2021. Las cifras señalan que en los rangos de edad de entre 35-44 y 55-64 años se produce la mayor diferencia por género en la participación en el emprendimiento (8,3 puntos porcentuales en ambos casos, a favor de las mujeres y de los hombres, respectivamente). De manera concreta, existe un mayor porcentaje de mujeres emprendedoras, en términos generales, en el rango de edad de 18-44 años, así como hombres emprendedores en la categoría etaria de 45-64. Estas cifras podrían estar recogiendo que las mujeres mayores de 45 años se enfrentan a una mayor cantidad de trabas que los hombres en el momento de emprender, aparte de que el colectivo masculino suele tener mayor experiencia y nivel de renta especialmente en este tramo de edad, debido a que, en muchas ocasiones, se siguen manteniendo los roles de género en su generación, aunque en menor medida que antaño.

Gráfico 7. Distribución por nivel de estudios de los colectivos emprendedores (en %) en España durante el periodo 2005-2021



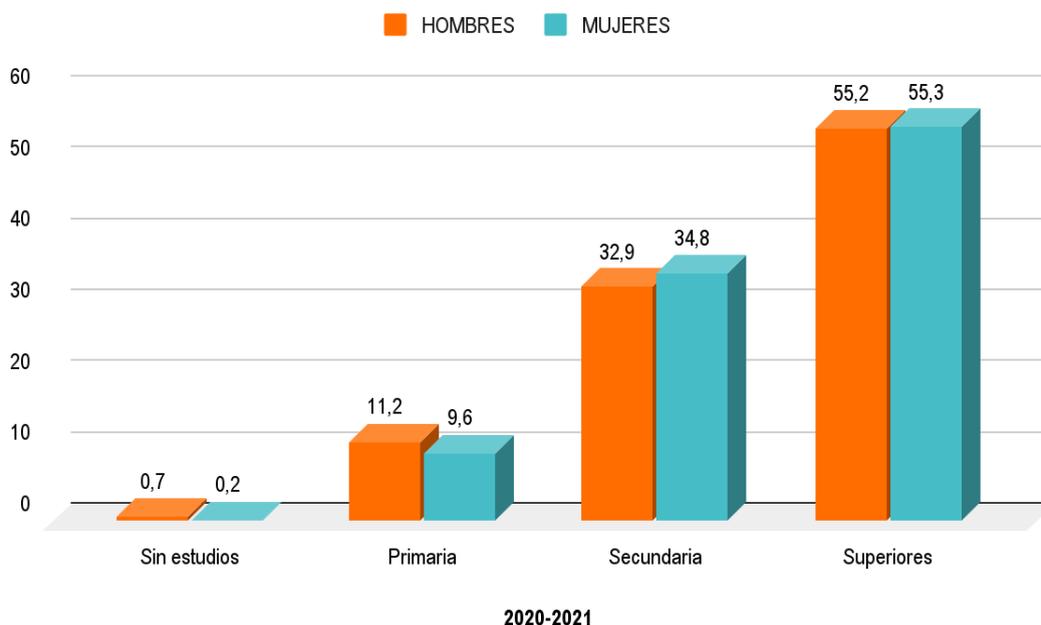
Fuente: Elaboración propia a partir de los Informes GEM España

El Gráfico 7 indica la distribución por niveles educativos de los colectivos emprendedores en España durante el periodo objeto de estudio. Estos niveles podrían servir como guía para estimar el capital humano total necesario que requiere la resolución de problemas al iniciar un negocio. De hecho, como se puede observar en este gráfico, una proporción significativa de las personas emprendedoras generalmente tienen estudios superiores, alcanzando una media del 45,43% a lo largo del periodo. Esto indica que el colectivo con un nivel de estudios elevado tiene cierta capacidad para poner en práctica sus conocimientos y habilidades emprendedoras. Asimismo, con la llegada de la crisis de 2008, este grupo fue el que más incrementó su participación en el emprendimiento en nuestro país. Esto se puede relacionar con el aumento de la tasa de paro durante la Gran Recesión, que llevó a muchas personas que perdieron su empleo a buscar una salida en el emprendimiento.

En el extremo opuesto, con poca presencia, se encuentra el colectivo sin estudios, siendo su participación más alta en el emprendimiento en nuestro país en el año 2007, con un 3,3%, manteniéndose prácticamente constante y en niveles muy bajos a lo largo del periodo analizado. Esto evidencia que las personas sin estudios, y que suelen ser las de menor nivel de renta, tienen más dificultades a la hora de comenzar un camino emprendedor y, más aún, después de una crisis económica.

En definitiva, se observa una tendencia positiva en el emprendimiento por parte de los colectivos con estudios superiores o secundarios, a diferencia de los grupos sin estudios o con estudios primarios, cuya participación se ha reducido a lo largo del periodo en términos generales.

Gráfico 8. Distribución por educación y género de los colectivos emprendedores (en %) en España durante 2020-2021



Fuente: Elaboración propia a partir de los Informes GEM España

El Gráfico 8 muestra la distribución por educación y género de los colectivos emprendedores en España durante 2020-2021. Los datos indican que apenas existen diferencias significativas entre ambos sexos en cuanto a la participación emprendedora para cada nivel educativo, aunque el porcentaje de mujeres emprendedoras con educación secundaria (y en mucho menor medida en educación superior) es algo mayor que en el caso de los hombres. Por el contrario, un mayor porcentaje de hombres emprendedores solo tienen estudios primarios o no poseen estudios en relación con la distribución de mujeres emprendedoras en estos mismos niveles educativos durante este periodo. Esto podría relacionarse con los niveles de exigencia, en el sentido de que a las mujeres se le suele exigir más que a los hombres para un mismo puesto de trabajo, lo que podría extrapolarse a la hora de iniciar un proyecto emprendedor. Además, estas cifras corroboran el resultado anterior de que, por lo general e independientemente del género, la mayor parte de los/las emprendedores/as tienen estudios fundamentalmente superiores y, en menor medida, secundarios.

5.2. CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS

En este subapartado se analizan las principales características de las iniciativas emprendedoras en España según el género, que incluyen las motivaciones del colectivo emprendedor durante 2019, 2020 y 2021 (datos relativos a las cuatro primeras tablas), la percepción de oportunidades para emprender (Tabla 5), así como la distribución del colectivo emprendedor según el sector de actividad (Tabla 6) durante 2020-2021, y las expectativas empresariales de creación de empleo en 5 años (Tabla 7) durante 2021.

**Tabla 1. Motivaciones del colectivo:
Marcar una diferencia en el mundo**

	TEA (en %)	
	Hombres	Mujeres
2019	50	44
2020	34	30
2021	42	44

**Tabla 2. Motivaciones del colectivo:
Crear riqueza o una renta muy alta**

	TEA (en %)	
	Hombres	Mujeres
2019	61	49
2020	41	28
2021	45	32

**Tabla 3. Motivaciones del colectivo:
Continuar una tradición familiar**

	TEA (en %)	
	Hombres	Mujeres
2019	16	14
2020	17	18
2021	21	18

**Tabla 4. Motivaciones del colectivo:
Ganarse la vida porque el trabajo
escasea**

	TEA (en %)	
	Hombres	Mujeres
2019	43	51
2020	71	74
2021	71	73

Fuente: Elaboración propia a partir de los Informes GEM España

La crisis sanitaria de 2020 ha provocado que, en términos generales, los/as emprendedores/as recientes reduzcan significativamente su ambición motivacional en cuanto a marcar la diferencia en el mundo (Tabla 1) o crear riqueza o una renta muy alta (Tabla 2). No obstante, con las motivaciones relacionadas con continuar una tradición familiar (Tabla 3) o ganarse la vida porque el trabajo escasea (Tabla 4) ocurre totalmente lo contrario, es decir, experimentan un aumento durante la crisis ocasionada por la COVID-19.

En 2021, el porcentaje de iniciativas emprendedoras relacionadas con las mujeres que quieren iniciar empresas con el objetivo de marcar una diferencia en el mundo es mayor que el de los hombres en 2 puntos porcentuales. Ahora bien, si se hace alusión a las iniciativas de las mujeres que inician negocios para crear riqueza o una renta muy alta son significativamente menores que las de los hombres en 13 puntos porcentuales. Esto se puede relacionar con un estudio de la Organización Internacional del Trabajo (2018), que expone que el colectivo masculino confía más que el femenino en el funcionamiento del mercado (Tabla 2), así como que las mujeres son más propensas que los hombres a apoyar políticas sociales y de protección del medio ambiente y, por tanto, más enfocadas a aspectos más allá del propio mercado (Tabla 1).

Por otro lado, el emprendimiento bajo la motivación de la continuación de una tradición familiar es más frecuente, en términos generales a lo largo del periodo analizado, en los hombres. Finalmente, el motivo de querer ganarse la vida porque el trabajo escasea es el que ha hecho reflexionar más al colectivo emprendedor, especialmente en el caso de las mujeres, aunque en los dos últimos años la tasa de emprendimiento para el caso masculino con esta motivación para emprender ha experimentado una notable subida de 28 puntos porcentuales entre 2019 y 2021, que ha hecho reducir las diferencias por género en 6 puntos en este mismo periodo. A nivel general, el colectivo femenino se enfrenta a más dificultades a la hora de encontrar empleo. La razón principal recae en la doble penalización que sufren las mujeres en los procesos de contratación laboral: su condición de mujer y de madre (o futura madre). De hecho, según un informe acerca de la discriminación de género en el mercado de trabajo (2022), “una mujer con descendencia tiene menos probabilidades de recibir una llamada para una entrevista de trabajo que un hombre con las mismas características”.

Tabla 5. Percepción de oportunidades para emprender en función del sexo (en %) en España durante 2020-2021

	Hombres		Mujeres	
	2020	2021	2020	2021
Emprendedores/as	17,9	44	14,4	38
No emprendedores/as	18,5	30	14,5	27

Fuente: Elaboración propia a partir de los Informes GEM España

La percepción de oportunidades distingue al colectivo emprendedor del resto de la población. Tal y como refleja la Tabla 5, en 2021 más que se duplicó el porcentaje de emprendedores/as conscientes de las oportunidades de negocio con respecto al 2020, lo que es un indicio del restablecimiento de la confianza empresarial en España tras la crisis sanitaria.

Si nos centramos en las diferencias por género, los hombres superan en 9 puntos porcentuales a las mujeres en la percepción de oportunidades en 2021, existiendo una mayor diferencia (6 puntos porcentuales) en el grupo de emprendedores/as. Esto ratifica, una vez más, que las mujeres, a nivel general, perciben menos oportunidades que los hombres, lo que se traduce en una mayor desconfianza -regularmente provocada por la sociedad- a la hora de comenzar un proyecto.

Tabla 6. Distribución del colectivo emprendedor (TEA en %) por el sector de actividad en función del sexo en España durante 2020-2021

	Hombres		Mujeres	
	2020	2021	2020	2021
Servicios al consumidor	41	37	53	51
Servicios a empresas	35	37	26	31
Transformador	19	23	15	13
Extractivo	5	3	5	4

Fuente: Elaboración propia a partir de los Informes GEM España

De acuerdo a los datos de la Tabla 6, la distribución de los emprendedores y las emprendedoras en los diferentes sectores de actividad es algo similar, siendo el mayor porcentaje de TEA en ambos casos el correspondiente a los sectores de servicios al consumidor, especialmente en 2020, aunque la diferencia con el resto de sectores es mayor para el caso de las mujeres, lo que refleja una cierta segregación ocupacional (sector con ocupaciones feminizadas: comercio minorista, hostelería, enfermería, educación, administración pública, servicios domésticos, etc.). Por su parte, el sector extractivo es el que muestra menor porcentaje de TEA, independientemente del género.

Tabla 7. Expectativas de creación de empleo en 5 años en función del sexo (en %) en España durante 2021

	Hombres	Mujeres
1-5 empleados/as	25	24
6-19 empleados/as	3	1
+20 empleados/as	1	1

Fuente: Elaboración propia a partir de los Informes GEM España

Tal y como indica la Tabla 7, independientemente del género, la mayoría de las expectativas empresariales futuras son microempresas. Los datos señalan que los/as empresarios/as buscan una plantilla reducida de trabajadores/as a tiempo completo con contratos fijos, con el fin de sobrevivir y crecer. Los hombres son algo más propensos a contratar que las mujeres. Estos datos tan bajos y poco arriesgados pueden estar influidos por la preocupación de la evolución de la economía española debido a la crisis provocada por la COVID-19.

6. CONCLUSIONES: UNA REFLEXIÓN FINAL SOBRE LA BRECHA DE GÉNERO EN EL EMPRENDIMIENTO

En esta Memoria de Trabajo de Fin de Grado se estudia la evolución de la brecha de género en el emprendimiento en nuestro país. De manera concreta, y utilizando datos del GEM España y Statista durante el periodo 2005-2021, se analiza si existe una tendencia a la paridad de género en el proceso emprendedor español.

En términos globales, a pesar de los diversos avances en los últimos años, aún sigue existiendo una importante desigualdad social y económica en nuestro país en cuanto al género se refiere. Por ende, ninguna de las variables analizadas, como la renta, edad, estudios y otros factores que influyen en el proceso de emprendimiento muestran equidad entre hombres y mujeres. Sin embargo, el porcentaje de paridad va en aumento, sobre todo tras la pandemia de la COVID-19.

Según los datos analizados, la perspectiva de oportunidades empresariales está vinculada notablemente al género masculino, abarcando los hombres la mayoría de las iniciativas emprendedoras con expectativas de mejorar su nivel económico. No obstante, las mujeres aprovechan las oportunidades para marcar una diferencia o mejorar la calidad de vida de las familias en momentos de inestabilidad económica.

A diferencia de décadas anteriores, las mujeres están mucho más involucradas en el mundo de los negocios, aunque continúan enfrentándose a una sociedad desafiante, en la que su esfuerzo tiene que ser mayor que el de los hombres para ser reconocido o lograr un ascenso laboral.

Con el paso de los años, se ha intentado luchar contra los estereotipos sociales desde distintos ámbitos de la vida, pero, desafortunadamente, siguen existiendo, y su impacto en el mercado laboral -tanto desde la perspectiva del trabajador/a como del empleado/a- es un claro ejemplo. Cuando una mujer quiere emprender o simplemente comunicar una idea, por lo general, duda (y duda mucho). Por ello, es frecuente que las mujeres sigan asumiendo el rol que la sociedad les asigna (aunque en menor medida que antaño): cuidado de la casa y/o familiares. Así pues, en términos generales, los hombres suelen ser más seguros de sí mismos y tomar con mayor confianza las riendas para emprender.

La estigmatización social también influye en la elección de las carreras profesionales. En este sentido, las mujeres suelen decantarse por especialidades de ciencias de la salud o educación (carreras tradicionalmente feminizadas), mientras que los hombres escogen las ingenierías o las ciencias sociales (campos de estudio masculinizados). Esto, evidentemente, tiene sus consecuencias en el mercado laboral en múltiples aspectos, muy especialmente en el ámbito del emprendimiento.

Por tanto, es importante fomentar desde la infancia una educación sin estereotipos de género para evitar normas impuestas socialmente que favorecen la desigualdad. Pero estos valores sociales no solo se tienen que potenciar en los colegios, sino también desde los propios hogares. La educación con una perspectiva feminista es imprescindible para entender cómo funcionan las desigualdades de género y cómo frenarlas o evitarlas. También, es fundamental impulsar acciones reales como la cultura de igualdad en el trabajo, cuya integración crea, según el Instituto de la Mujer (2022), empresas más productivas y competitivas, más adaptadas a los

cambios económicos y sociales, con un mejor clima laboral y con mejor imagen y reputación. Del mismo modo, potenciar programas de financiación para mujeres emprendedoras, como el Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM), que les ofrece la posibilidad de acceder a microfinanzas para iniciar su propio negocio o impulsar y consolidar uno ya existente. Asimismo, se debe tener en cuenta el incentivo a la redefinición de la figura del emprendedor/a, con el objetivo de conseguir la paridad de género en el ámbito emprendedor y que las oportunidades de negocio no se vean afectadas por una construcción social, sino por la capacidad de liderazgo individual, independientemente del género.

7. REFERENCIAS

Abril, P. y Alfons, R. (2020). DIAGNÓSTICO SOBRE IGUALDAD DE GÉNERO EN EL EMPRENDIMIENTO PARA JÓVENES. *Acción con el Hambre*, 38-40.

Acosta, S. y Pedraza, E. (2020). La Brecha Digital de Género como factor limitante del desarrollo femenino. *Boletín Científico INVESTIGIUM de la Escuela Superior de Tizayuca*, 10, 22-27.

Álvarez, C., Noruega, M. y Urbano, D. (2012). *Condicionantes del Entorno y Emprendimiento Femenino: Un Estudio Cuantitativo en España*. (Trabajo de investigación). Universidad de Barcelona.

Bello, A. (2022, 8 de marzo). España está por encima de la media europea en emprendimiento femenino. *ElEconomista*. Recuperado el día 14 de abril de 2022 de: <https://www.eleconomista.es/flash-emprendedores/noticias/11654733/03/22/Espana-esta-por-encima-de-la-media-europea-en-emprendimiento-femenino.html>

Berrio, M. (2022, 22 de junio). *Las mujeres tienen menos oportunidades de ser contratadas*. *Hacer Familia*. Recuperado el día 23 de agosto de 2022 de: <https://www.hacerfamilia.com/mujer/mujeres-tienen-menos-oportunidades-ser-contratadas-20190307112206.html>

Brunet, I. y Pizzi, A. (2017). Discursos de género de las mujeres emprendedoras por oportunidad. El caso español. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 32, 182-183.

Carrillo, M. P., Vallejo, F. y Vargas S. (2021). *El proceso de formación de la oportunidad en las emprendedoras*. (Trabajo de investigación). Universidad de Los Andes.

Comisiones Obreras. (2022). Por la igualdad real, contra la brecha salarial. *Secretaría Federal de Mujeres, Igualdad y Condiciones de Trabajo*, 7.

Davies, P., Spencer, S. y Steele, C. (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.

FEDEPE. (2022, 7 de febrero). Panorama del emprendimiento femenino en España. Recuperado el día 25 marzo de 2022 de: <https://mujeresfedepe.com/panorama-del-emprendimiento-femenino-en-espana/>

Ferreto, E. y Picado R. (2014). *Las emprendedoras y los emprendedores en ciencia y tecnología en Costa Rica: un contraste de realidades de género*. (Trabajo de investigación). Vicerrectoría de Investigación y Extensión. Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Gartner, W. (1985). Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture. *The Academy of Management Review*, 696-706.

Gobierno de España. (2020). JUVENTUD EN RIESGO: análisis de las consecuencias socioeconómicas de la COVID-19 sobre la población joven en España. *Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030*, 5-6.

INE - Instituto Nacional de Estadística. (2020). *Tasa de paro según grupos de edad y periodo. Brecha de género 2020*. Madrid: Instituto Nacional de Estadística.

La redacción. (2021, 27 de octubre). Emprendimiento: qué es, definición, tipos, características y ejemplos. *Responsabilidad Social y Sustentabilidad*. Recuperado el día 7 de abril de 2022 de: <https://www.responsabilidadsocial.net/emprendimiento-que-es-definicion-tipos-caracteristicas-y-ejemplos/?am>

La redacción. (2022, 28 de marzo). Las condiciones para el emprendimiento femenino en España han empeorado tras la pandemia. *Soziable*. Recuperado el día 5 de abril de 2022 de: <https://www.soziable.es>

Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización. *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, 28 de septiembre de 2013, núm. 233, 78787-78882.

Ley 20/2007, de 11 de julio, del Estatuto del trabajo autónomo. *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, 12 de julio de 2007, núm. 166, 29964-29978.

Martillo, A. (2019). *Desigualdad de género y emprendimiento en Ecuador período 2010-2017*. (Trabajo de investigación). Universidad de Guayaquil.

Mastercard Creative Studio. (2021). How targeted support for women-led business can unlock sustainable economic growth report. *The Mastercard Index of Women Entrepreneurs*, 12 y 21.

Mishra, V. (2018, 12 de febrero). *Los hombres y las mujeres no ven igual la economía*. Noticias ONU. Recuperado el día 23 de agosto de 2022 de: <https://news.un.org/es/story/2018/02/1426381>

Observatorio del Emprendimiento de España (2005). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe Ejecutivo GEM España 2005*. Instituto de Empresa.

Observatorio del Emprendimiento de España (2006). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe Ejecutivo GEM España 2006*. Instituto de Empresa.

Observatorio del Emprendimiento de España (2007). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe Ejecutivo GEM España 2007*. Instituto de Empresa.

Observatorio del Emprendimiento de España (2008). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe Ejecutivo GEM España 2008*. Instituto de Empresa.

Observatorio del Emprendimiento de España (2009). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe Ejecutivo GEM España 2009*. Instituto de Empresa.

Observatorio del Emprendimiento de España (2010). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe GEM España 2010*. Instituto de Empresa.

Observatorio del Emprendimiento de España (2011). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe GEM España 2011*. Fundación Xavier de Salas.

Observatorio del Emprendimiento de España (2012). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe GEM España 2012*. Fundación Xavier de Salas.

Observatorio del Emprendimiento de España (2013). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe GEM España 2013*. Ed. Universidad de Cantabria.

Observatorio del Emprendimiento de España (2014). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe GEM España 2014*. Ed. Universidad de Cantabria.

Observatorio del Emprendimiento de España (2015). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe GEM España 2015*. Ed. Universidad de Cantabria.

Observatorio del Emprendimiento de España (2016). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe GEM España 2016*. Ed. Universidad de Cantabria.

Observatorio del Emprendimiento de España (2017). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe GEM España 2017*. Ed. Universidad de Cantabria.

Observatorio del Emprendimiento de España (2019). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe GEM España 2018-2019*. Ed. Universidad de Cantabria.

Observatorio del Emprendimiento de España (2020). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe GEM España 2019-2020*. Ed. Universidad de Cantabria.

Observatorio del Emprendimiento de España (2021). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe GEM España 2020-2021*. Ed. Universidad de Cantabria.

Observatorio del Emprendimiento de España (2022). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe GEM España 2021-2022*. Ed. Universidad de Cantabria.

OECD. (2021). Key charts on Entrepreneurship. Recuperado el día 29 de marzo de 2022: <https://www.oecd.org/gender/data/entrepreneurship/#d.en.387805>

Peña, I., Guerrero, M., González, J. L. y Montero, J. (2019). *Informe GEM España 2019/2020*. Ed. Universidad de Cantabria, 67-68.

Proyecto de Ley de Fomento del Ecosistema de las Empresas Emergentes. *Boletín Oficial de las Cortes Generales*. Madrid, 27 de diciembre de 2021, núm. 81-1.

Román, M. y González, V. (2022). La competencia de emprendimiento digital en función del género: el proyecto emdigital. *Revista científica de Educación y Comunicación*, 24,1-13.

Statista. (2022, 7 de marzo). Brecha de género en España - Datos estadísticos. Recuperado el día 25 de marzo de 2022 de:

<https://es.statista.com/temas/3567/brecha-de-genero-en-espana/#dossierKeyfigures>

Viadana, C. A., Zubeldía, M. L., Tomarelli, J. y Morales, Ó. (2016). *Mujeres emprendedoras: una aproximación empírica*. (Trabajo de investigación). Universidad Nacional de Rosario.

World Economic Forum. (2021). Global Gender Gap Report. *Global Entrepreneurship Monitor*, 10-18.