

Factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos y México

Luz María Quevedo Monjarás ¹, Juan Manuel Izar Landeta ²,
Laura Romo Rojas ³

RESUMEN

Esta investigación identifica los factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores en la constitución de su empresa, así como el uso de la tecnología en la misma. Se diseñó un cuestionario con las dimensiones endógenas de motivación y oportunidades; en la dimensión exógena, se considera la cultura emprendedora; así como variables del uso de medios electrónicos, nivel educativo y formación empresarial. Las muestras se recabaron en Andalucía, España, Distrito Federal, México y South West Border Texas, Estados Unidos, con un total de 300 personas empresarias, correspondiendo 100 a cada país. Los hallazgos en las variables endógenas, las mujeres han obtenido un puntaje mayor que los hombres. En los factores exógenos, sólo ha habido diferencias en la importancia que atribuyen los emprendedores a los programas educativos y al tener acceso a financiamientos, donde, de igual modo, las mujeres han obtenido mayores valores promedio que los hombres. El uso de la tecnología es mayor por parte de los empre-

Palabras clave: Emprendedoras, género, igualdad, discriminación, motivaciones y oportunidades.

Key words: Female entrepreneurs, gender, equality, discrimination, motivations and opportunities.

Recibido: 7 de octubre de 2009, aceptado: 12 de enero de 2010

¹ Facultad de Contaduría y Administración y Facultad de Ciencias, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, luzmaquevedo@yahoo.es

² Facultad de Ingeniería, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, jimizar@uaslp.mx

³ Centro de Ciencias Económicas y Administrativas, adscrita al Departamento de Administración Básica de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, lrr485@yahoo.com.mx

rios hombres. Asimismo, se ha encontrado que las mujeres tienen mayor formación empresarial.

ABSTRACT

This research identifies the endogenous and exogenous factors involved in the setting up of an enterprise by entrepreneurial men and women, as well as the utilization of technology within that same enterprise. A questionnaire was designed including the endogenous dimensions of motivation and opportunities; the exogenous factors considered include entrepreneurial culture; as well as variables in the use of electronic media; education level and entrepreneurial training. Samples for this research were gathered in Andalucía, Spain; Distrito Federal, Mexico and South West Border Texas, United States, with a total of 300 entrepreneurial individuals, 100 per country. Regarding the findings, women have obtained a higher mark than men in the endogenous variables. In the exogenous variables, differences have showed only in the importance entrepreneurs grant to educational programs and their access to financing, where, likewise, women have obtained higher median values than men. The utilization of technology is more prevalent by male entrepreneurs. Likewise, it has been found that women have a wider entrepreneurial training.

INTRODUCCIÓN

Para entender la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres con éxito en la constitución de una nueva empresa, hay que considerar que la situación social está influenciada por aspectos culturales que regulan la relación entre hombres y mujeres. Entendiendo por **género** como el conjunto de comportamientos, actitudes y valores de

hombres y mujeres, el cual es producto de una construcción histórica, social y cultural. Al mecanismo de transmisión y perpetuación de los roles de género se le denomina **estereotipo** (Alonso, 2003).

El género se caracteriza por la división sexual del trabajo, hecho que ocasiona en la sociedad que hombres y mujeres realicen funciones diferentes y, específicamente, para las mujeres, su participación se ha restringido al ámbito familiar y al hogar, limitando así su ingreso al mercado laboral. Esta desigualdad, desgraciadamente, ha generado múltiples formas de opresión hacia las mujeres. A su vez, la división del trabajo ha traído consigo importantes consecuencias en las relaciones sociales que hombres y mujeres pueden desarrollar, pues mientras los primeros trabajan de manera grupal en varias actividades, las mujeres lo hacen en forma individual y aislada. La mayor diferencia entre hombres y mujeres se observa en el ámbito sociocultural, jugando la mujer el papel de miembro base de la familia y el hombre el de líder y protector. Sin embargo, la mayoría de los expertos coinciden en que el liderazgo no depende del género, sino de otros factores, como son la formación humana y profesional del individuo. Cárdenas (2009) en sus conclusiones dice que existen emprendedoras de oportunidad y emprendedoras por necesidad, así al trabajar de cerca con organizaciones de mujeres emprendedoras, es usual encontrar motivación y compromiso con el desarrollo sustentable para mejorar la calidad de vida.

Con el fin de disminuir las diferencias de género, la estrategia que más se ha generalizado a nivel internacional en las últimas dos décadas es la igualdad de oportunidades, la cual establece, en primer término, la revisión del marco legal existente, al mismo tiempo de impulsar algunas medidas para que la ley se aplique.

Cada vez un número mayor de mujeres participan como empresarias, como en Estados Unidos, pionero en género, ya que del total de empresarios del país, 45% son mujeres, mientras que en España esta cifra oscila alrededor del 25% y, en México, apenas supera al 16% (Escoto, 2006), lo que lleva a hacer la siguiente pregunta: ¿Existen diferencias significativas entre los emprendedores hombres y las emprendedoras mujeres?

Objetivo: Identificar los factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores para constituir su empresa, así como del uso de la tecnología en la misma.

La hipótesis general es que hay diferencias significativas en el emprendimiento para crear nuevas empresas de mujeres emprendedoras respecto a hombres emprendedores en los factores endógenos y exógenos.

MARCO TEÓRICO

En primer término se habla del emprendedurismo, cuya historia se remonta al año 1755 con el economista francés Richard Cantillon, quien definió al emprendedor como "agente económico que compra medios de producción a determinado precio, a fin de combinarlos y crear un nuevo producto". Años más tarde, el también economista francés J. B. Say agregó que el emprendedor es un líder que atrae a otras personas para formar organizaciones productivas. Un siglo más tarde, Alfred Marshall, economista británico, resaltó la importancia de los emprendedores en los procesos productivos.

Existen muchas definiciones del emprendedor, dependiendo del punto de vista que se trate, ya sea económico, político, operativo o pragmático. No obstante, una definición genérica debida a Anzola (2003), es la siguiente: "emprendedor es el que hace que las cosas sucedan".



Asimismo, hay mucha bibliografía sobre las características deseables que debe tener el emprendedor, tales como virtudes, valores, habilidades y actitudes, entre las que señalan la honestidad, solidaridad, responsabilidad, excelencia, objetivos claros, fe en sus proyectos, dedicación plena, tomar riesgos, energía, actualización continua de sus conocimientos, ética y conciencia ambiental, capacidad para hacer relaciones personales y poder de comunicación.

Djankov y colaboradores (2006) en un estudio sobre las características que identifican a los emprendedores, llegan a las siguientes conclusiones: No hay diferencia en el nivel educativo entre los emprendedores y los que no lo son:

- la familia y amigos influyen en el emprendedor;
- los emprendedores tienen mayor motivación para ganar dinero, alcanzar el éxito y son más ambiciosos; desean libertad política;
- tienen mayor disposición al trabajo y más confianza en otras personas.

En cuanto a los estudios de género, en la actualidad vienen ganando espacio en la sociedad científica, política y económica y que a continuación se presentan diferentes conceptos, teorías e investigaciones.

Para Bruni, Gherardi y Poggio (2004), decir espíritu emprendedor es discriminatorio, pues va asociado al género masculino, determinado de manera etnocéntrica e ideológicamente controlado, fenómeno que lamentablemente se repite en muchos países. Estudios efectuados en Estados Unidos han intentado asociar al género con diversas variables. Swinney, Runyan y Huddleston (2006), tras analizar datos de pequeños negocios del medio oeste norteamericano, concluyen que los mejores desempeños corresponden a los emprendedores del sexo masculino que tienen al menos estudios de nivel medio, mientras que en el caso de las mujeres, se desempeñan mejor las que tienen grados universitarios. Masters y Meier (1988) en una investigación con emprendedores estadounidenses de ambos sexos, han determinado que en cuanto a la propensión a tomar riesgos, no hay diferencias entre hombres y mujeres.

En una investigación realizada en Estados Unidos patrocinada por *The National Association of Women Business Owners*, según Gendron, citado en Inc, (1994), se señala que 71% de los hombres utiliza la lógica para tomar decisiones y el 29% restante; la intuición, lo que significa que los hom-

bres lo hacen basados en hechos, no en sentimientos, como lo hacen las mujeres. En otro estudio con emprendedores que asistieron a un curso para pequeños negocios de Gran Bretaña, Birley, Moss y Saunders (1987) encuentran algunas similitudes entre hombres y mujeres, como el tiempo que toman para emprender su negocio, ambos se apoyan en su experiencia, educación y acceso a financiamientos para el arranque.

Según Sánchez-Apellániz (2003), el nivel de formación de las mujeres empresarias en Andalucía no es muy alto, quedando la mayoría en educación primaria o con estudios superiores. Las que poseen estudios universitarios suelen ser las más jóvenes, quienes laboran, preferentemente, en el sector de los servicios. Sus principales obstáculos para crear empresas son el financiero, la falta de una cultura empresarial, falta de formación, el considerar la actividad empresarial una tarea dura y con pocas recompensas y la poca propensión a tomar riesgos. Para futuro desarrollo, las andaluzas consideran que necesitan ajustes en la prestación del servicio, comercialización, formación y motivación del personal así como en los medios de financiamiento.

MATERIALES Y MÉTODOS

Es una investigación tipo encuesta, transversal, las unidades de observación fueron: la región de Andalucía, España, el South West Border de Texas, Estados Unidos y el Distrito Federal, México. Se comparan sus respuestas buscando diferencias y similitudes entre los grupos de hombres y mujeres emprendedores.

Para determinar el criterio del marco muestral de las nuevas empresas en cada uno de los países encuestados, se agrupó a las empresas por sectores: comercio, servicios e industria y de acuerdo al porcentaje de cada sector se generó una lista de números aleatorios de los directorios de cada uno de los centros por país encuestado mediante el programa estadístico EPSTAT. La muestra en cada país fue de 100 empresarios y para este estudio de género, se toman los 300 datos conjuntamente, de los cuales 190 corresponden a empresarios del género masculino y el resto (110) al femenino.

El cuestionario consta de las siguientes dimensiones en cuanto los factores endógenos:

- las motivaciones y oportunidades del emprendedor que le llevaron a crear su empresa; en

los factores exógenos:

- la cultura emprendedora;
- la variable de uso de medios electrónicos en la empresa;
- el nivel educativo;
- la formación empresarial.

Cada dimensión tiene cinco opciones de respuesta, que van desde poco importante o estar en total desacuerdo, hasta muy importante o estar completamente de acuerdo.

El análisis se hace con el comparativo de las respuestas en cada dimensión, para definir en cuáles de ellas hay diferencias significativas de los empresarios y las empresarias de los tres países en conjunto en cuanto al género.

Para cada conjunto de preguntas la hipótesis nula es que no hay diferencias significativas entre las respuestas de hombres y mujeres y la hipótesis alternativa es que sí las hay.

La técnica estadística empleada para efectuar los comparativos ha sido la del análisis de varianza para cada bloque y grupo de datos, para ver si hay diferencias a nivel individual de cada

reactivo, para lo cual se compara la F calculada a partir de la información colectada, con la F teórica al nivel de significancia de 0.05 obtenida de tablas, de modo que si la primera es mayor que ésta (lo cual es equivalente a decir que el valor de pi es menor de 0.05), se rechaza la hipótesis nula de igualdad de medias, en caso contrario, se acepta.

Con las variables endógenas y exógenas que resultaron con diferencias significativas en cuanto a género, se hizo un análisis posterior de varianza buscando cruces entre dichas variables.

RESULTADOS

El análisis estadístico ha sido el de varianza (ANOVA), que determina las medias de cada ítem por género y después se hacen los comparativos del cuestionario con el estadístico F, para determinar si existen diferencias significativas en las variables endógenas y exógenas y del uso de medios electrónicos.

La **Tabla I** muestra el comparativo de los factores endógenos como son las motivaciones y oportunidades para crear una nueva empresa.

Tabla I. Comparativos de factores endógenos para crear la empresa.

Dimensión	Ítem	Medias		Estadístico F	Valor Pi
		H	M		
Motivaciones	Audacia	3.795	4.291	17.522	0.000
	Pasión	4.116	4.455	9.502	0.002
	Creatividad	4.295	4.536	6.095	0.014
	Liderazgo	4.221	4.391	2.278	0.132
	Innovación	4.342	4.546	4.470	0.035
	Competitividad	4.153	4.336	2.267	0.133
	Intuición	3.879	4.255	10.202	0.002
	Empuje	4.242	4.482	5.006	0.026
	Persuasión	3.926	4.200	5.243	0.023
	Eficacia	4.342	4.673	11.291	0.001
	Capacidad de gestión	4.205	4.636	21.147	0.000
Aventura	3.511	3.736	1.823	0.178	
Oportunidades	Poner en práctica conocimientos y experiencia	4.126	4.436	7.230	0.008
	Mejorar estatus	3.574	3.809	2.769	0.097
	Tomar riesgos	3.163	3.636	9.460	0.002
	Ayudar a la sociedad	3.584	4.018	10.564	0.001
	Ganar más dinero	3.979	4.327	7.362	0.007
	Ser como alguien que admira	3.016	3.327	3.181	0.076

Fuente: Elaboración propia

La **Tabla II** presenta las diferencias de los factores exógenos que inciden en la cultura emprendedora.

Tabla II. Factores exógenos que inciden en la cultura emprendedora

Dimensión	Ítem	Medias		Estadístico F	Valor Pi
		H	M		
Cultura emprendedora	Factores políticos	2.753	2.800	0.081	0.776
	Poder del mercado	3.979	4.018	0.100	0.752
	Programas educativos	3.521	3.800	4.402	0.037
	Acceso al financiamiento	4.116	4.355	4.017	0.046
	Tradición familiar	3.000	3.218	1.750	0.187
	Incertidumbre social	2.805	2.982	1.395	0.238
	Experiencia laboral	3.916	3.855	0.213	0.645
	Estar desempleado	3.116	3.091	0.021	0.886
	No poder estudiar	2.616	2.536	0.218	0.641
	Ambiente externo	3.347	3.400	0.122	0.727
	Estrategias de negocios	3.568	3.746	1.481	0.225
	Educación empresarial	3.674	3.582	0.384	0.536
	Red de contactos	3.742	3.782	0.076	0.783
	Desarrollo tecnológico	3.963	3.827	1.259	0.263
Cultura emprendedora	3.947	4.027	0.466	0.495	
Confianza en lo legal	3.458	3.664	1.738	0.188	

Fuente: Elaboración propia

En la **Tabla III** se muestran los ítems, referentes al uso de la tecnología.

Tabla III. Comparativo en cuanto al uso de medios electrónicos

Dimensión	Ítem	Medias		Estadístico F	Valor Pi
		H	M		
Uso de medios electrónicos	Dispone de correo electrónico	1.716	1.664	0.893	0.345
	Dispone de página web	1.474	1.318	7.048	0.008
	Hace relaciones por internet	1.547	1.482	1.197	0.275
	Hace mercadotecnia por internet	1.479	1.282	11.578	0.001

Fuente: Elaboración propia

El análisis final que se hizo fue el de varianza para buscar cruces entre variables endógenas y exógenas respecto al sexo. Sus resultados se sintetizan en la **Tabla IV**.

Tabla IV. Cruces entre variables endógenas y exógenas

Variables analizadas	Estadístico F	Valor Pi	Variable significativa	Observaciones
Innovación – Programas educativos	10.823 2.424	0.001 0.048	Sexo Interacción	Las mujeres con baja puntuación en programas educativos han obtenido el puntaje máximo en innovación.
Intuición – Acceso a financiamientos	5.051 2.485	0.025 0.044	Sexo Acc. a Financ.	Sin distinción de sexo, los del segundo nivel menor en acceso a financiamientos, han sido los de valores máximos en intuición.
Persuasión - Programas educativos	6.766 3.673	0.010 0.006	Sexo Prog. Educat.	Las mujeres con valores bajos en programas educativos han sido las de puntaje mayor en persuasión.
Poner en práctica conocimientos -Programas educativos	4.187 4.150	0.042 0.003	Sexo Prog. Educat.	No hubo interacción entre las variables respecto al sexo.
Tomar riesgos - Programas educativos	8.810 4.292	0.003 0.002	Sexo Prog. Educat.	Las mujeres con puntaje mínimo en programas educativos, tienen los máximos en tomar riesgos.
Ayudar a la sociedad - Programas educativos	10.030 8.847	0.002 0.000	Sexo Prog. Educat.	Las mujeres con bajos puntajes en programas educativos, han salido altas en ayudar a la sociedad.

Fuente: Elaboración propia

DISCUSIÓN

En cuanto a los factores endógenos, se observa en la **Tabla I** que en la mayoría de los ítems sobre las motivaciones hubo diferencias significativas, teniendo mayores valores las mujeres emprendedoras que sus colegas hombres. En los ítems que ha habido tales diferencias son: audacia, pasión, creatividad, innovación, intuición, empuje, persuasión, eficacia y capacidad de gestión, y en los que no hubo diferencias fueron: liderazgo, competitividad y aventura.

En cuanto a las oportunidades, resultaron diferencias significativas en los siguientes reactivos: poner en práctica sus conocimientos, tomar riesgos, ayudar a la sociedad y ganar más dinero, siendo en todos los casos mayores los valores de las emprendedoras, mientras que donde no hubo diferencias fue en el deseo de mejorar su nivel social y ser como algún empresario al que admiran.

A la luz de estos resultados, es claro que las mujeres valoran con mayor importancia los factores endógenos en la creación de sus empresas, lo cual concuerda con las afirmaciones de Cárdenas (2009) sobre el mayor compromiso de las mujeres emprendedoras con el desarrollo y mejora de la calidad de vida.

Las mujeres emprendedoras han valorado con mayor puntaje que los hombres el tomar riesgos como una oportunidad en el establecimiento de sus empresas, lo cual parece contradecir a aquellos que afirman que los hombres son más propensos al riesgo que las mujeres, o bien, que no existen diferencias entre ambos (Masters y Meier, 1988; Sonfield *et al.*, 2001).

Respecto a los factores exógenos, ha habido pocas diferencias en cuanto al género, habiendo calificado con mayores puntuaciones las mujeres la importancia de los programas educativos y el acceso a financiamientos como componentes de la cultura emprendedora; sin embargo, el estudio de Blake (2006) señala que los préstamos bancarios son más accesibles para los empresarios hombres que para las mujeres, lo cual podría considerarse discriminatorio. Por otro lado, Alsos, Isaksen y Ljunggren (2006) encuentran diferencias por género en el comportamiento y percepciones de financiamiento, así como en las cantidades financiadas, pues las mujeres obtienen menores montos de financiamiento para desarrollar

sus nuevas empresas, lo cual también podría tener algún componente de discriminación.

De la **Tabla III** se observa que los hombres disponen más de páginas web y hacen más mercado por internet que las mujeres, lo cual concuerda con lo que señala Sánchez-Apellániz (2003) en cuanto al nivel de uso de tecnologías de la información, que en el caso de las emprendedoras andaluzas es muy bajo.

En la **Tabla IV** se aprecia que las mujeres que han obtenido menores puntuaciones en programas educativos, son las que obtienen valores mayores en algunas variables endógenas, como es el caso de la innovación, persuasión, tomar riesgos y ayudar a la sociedad. También cabe señalar que tanto en hombres como mujeres, los que tienen menos acceso a financiamientos son los que han puntuado más en intuición.

CONCLUSIONES

En las variables endógenas de las motivaciones y oportunidades para crear nuevas empresas, las puntuaciones obtenidas por las mujeres han sido mayores que las de los hombres en la mayoría de los ítems, por lo que puede afirmarse que las mujeres no son menos exitosas que los hombres, contrario a lo que varias investigaciones afirman, que a pesar de que no hay igualdad de oportunidades para la creación de nuevas empresas, las mujeres aún con ello las emprenden. Esto también es un indicador de que las mujeres se apasionan más por sus empresas que los hombres.

De los factores exógenos, se concluye que las mujeres emprendedoras han realizado un gran esfuerzo para adaptarse a las nuevas exigencias de su entorno, capacitándose y tratando de tener una mayor formación empresarial, aún cuando hagan menos uso de la tecnología en sus empresas que los hombres.

En la muestra encuestada, hay diferencias significativas entre mujeres y hombres emprendedores, destacando las mujeres en audacia, pasión y capacidad de gestión como motivaciones para crear la empresa.

Del hecho de que las mujeres que han puntuado menos en programas educativos, sean las de valores máximos en algunas variables endógenas, nos invita a pensar en un efecto compen-

satorio, es decir, que al no tener formación empresarial, suplen tal carencia con otras aptitudes.

En cuanto a las limitaciones de este estudio, queda pendiente identificar para cada una de las regiones encuestadas, las diferencias signifi-

cativas que pudieran existir por género, ya que debido a la cantidad limitada de datos de esta investigación, esto no fue posible, puesto que se manejaron 100 encuestas por cada país. Esta sería una de las recomendaciones para futuras investigaciones.

REFERENCIAS

- ALONSO, I., *El Enfoque Integrado de Género. Políticas de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en la Junta de Andalucía*. España: Instituto Andaluz de Administración Pública, 249, 2003.
- ALSOS, G. A., ISAKSEN, E. J., y LJUNGGREN, E., New Venture Financing and Subsequent Business Growth in Men- and Women- Led Businesses, *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol 30, no. 5, 667-686, 2006.
- ASTELARRA, J., *Igualdad de Oportunidades en las Relaciones de Género. Políticas de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en la Junta de Andalucía*. España: Instituto Andaluz de Administración Pública, 249, 2003.
- BIRLEY, S., MOSS, C., y SAUNDERS, P., Do Women Entrepreneurs Require Different Training?, *American Journal of Small Business*. Vol 12, no. 1, 27-35, 1987.
- BLAKE, M., Gendered Lending: Gender, Context and the Rules of Business Lending, *Venture Capital*. Vol. 8, no. 2, 183-201, 2006.
- BRUNI, A., GHERARDI, S., y POGGIO, B., Doing Gender, Doing Entrepreneurship: Ethnographic Account of Intertwined Practices, *Gender, Work and Organization*. Vol. 11, no. 4, 406-429, 2004.
- CÁRDENAS, M. J., Mujeres emprendedoras y los beneficios del desarrollo sustentable en proyectos de inversión, *Revista Ostara*, Universidad Autónoma de Aguascalientes, núm. 1 y 2, época 1, 119-120, 2009.
- CASTAÑO, C., *Tecnología, Mujer y Trabajo. Políticas de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en la Junta de Andalucía*. España: Instituto Andaluz de Administración Pública, 249, 2003.
- DJANKOV, Simeon, et al., Entrepreneurship in China and Russia Compared, *Journal of the European Economic Association*. Vol. 4, no. 2-3, 352-365, 2006.
- EDDLESTON, KIMBERLY A., y POWELL, G. N., The Role of Gender Identity in Explaining Sex Differences in Business Owners' Career Satisfier Preferences, *Journal of Business Venturing*. Vol. 23, no. 2, 244-256, 2008.
- GBOR, J. O., Mythicizing and Reification in Entrepreneurial Discourse: Ideology-Critique of Entrepreneurial Studies, *Journal of Management Studies*. Vol. 37, no. 5, 605-635, 2000.
- INC, Extra! Extra! Men and Women are Different, Inc, The Daily Resource for Entrepreneurs. Octubre 1, 1994.
- MASTERS, R. y MEIER, R., Sex Differences and Risk-Taking Propensity of Entrepreneurs, *Journal of Small Business Management*. Vol. 26, no. 1, 31-35, 1988.
- SÁNCHEZ-APELLÁNIZ, M., *Mujeres Empresarias y Directivas. Políticas de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en la Junta de Andalucía*. España: Instituto Andaluz de Administración Pública, 249, 2003.
- SWINNEY, J. L., RUNYAN, R. C., y HUDDLESTON, P., Differences in Reported Firm Performance by Gender: Does Industry Matter?, *Journal of Developmental Entrepreneurship*. Vol. 11, no. 2, 99-115, 2006.

Diccionario

- ANZOLA, Sérvulo, Evento El impacto de la cultura emprendedora". De: <http://produccionintelectual.nur.edu/archivos/empreendedorismo.pdf>, 2003.
- ESCOTO, J., Empresarias en México. De: Gestipolis. <http://www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar1/eveolution.htm>, 2006.

Fotografía: Emprendedores encuestados en España.