

Tesis Doctoral

**LA INFLUENCIA DEL GÉNERO Y ENTORNO
FAMILIAR EN EL ÉXITO Y FRACASO DE LAS
INICIATIVAS EMPRENDEDORAS**



Universidad Autónoma de Madrid
Departamento de Estructura Económica y Economía del
Desarrollo

Doctorando: Rachida Justo
Director: José María Mella Márquez

Junio 2008

INDICE DE CONTENIDOS

PARTE I – INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN.....	2
1.1. Definición del problema.....	2
1.1.1. <i>La actividad emprendedora femenina como tema de investigación científica</i> ..	2
1.1.2. <i>Actividad emprendedora y diferencias de desempeño en función del género</i> ..	4
1.2. Objetivos	9
1.3. Relevancia del tema de estudio	11
1.3.1. <i>La investigación sobre actividad emprendedora y género en España</i>	11
1.3.2. <i>Interés del estudio desde el punto de vista práctico</i>	13
1.4. Estructura del estudio	14
CAPITULO 2. EL IMPACTO ECONÓMICO DE LAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES FEMENINAS.....	17
2.1. Pequeñas y medianas empresas y actividad emprendedora.....	17
2.1.1. <i>Definición</i>	17
2.1.2. <i>Actividad emprendedora y desarrollo económico: claros y oscuros de una relación ambigua</i>	18
A. Introducción.....	18
B. Análisis de la literatura sobre actividad emprendedora y crecimiento económico	21
2.1.3. <i>La actividad emprendedora femenina</i>	26
A. La actividad emprendedora femenina en el mundo y su relación con el desarrollo económico	26
B. Interés del estudio de la actividad emprendedora femenina para el diseño de políticas económicas.....	28
2.2. Análisis descriptivo de la actividad emprendedora femenina en España	30
2.2.1. <i>Análisis de la actividad emprendedora femenina en España desde una perspectiva internacional</i>	31
2.2.2. <i>Perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora española</i>	34
2.2.3. <i>Tipo de empresa creada</i>	37
2.2.4. <i>El apoyo institucional y cultural a la mujer emprendedora en España</i>	39
A. El apoyo institucional	39
B. El apoyo cultural.....	42
2.2.5. <i>Género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en España</i>	45
A. Las habilidades emprendedoras	46
B. El temor al fracaso	46
C. La disponibilidad de una red de contactos	48
D. La percepción de oportunidades para la creación de empresas.....	49
PARTE II - MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS.....	51
CAPITULO 3. MUJER EMPRENDEDORA Y DESEMPEÑO	53
3.1. La relación entre desempeño empresarial y género: un debate todavía abierto ..	53
3.1.1. <i>Las Teorías sobre la desigualdad de género y el análisis del desempeño empresarial de las mujeres</i>	54

A.	Las Teorías del Capital Humano	54
B.	Las Teorías de la Segmentación	55
C.	Las Teorías Feministas	57
3.1.2.	<i>Revisión de las principales contribuciones empíricas en entrepreneurship sobre género y desempeño</i>	63
3.2.	Género y desempeño empresarial: Principales propuestas teóricas y conceptuales	78
3.2.1.	<i>La percepción subjetiva del éxito</i>	79
3.2.2.	<i>Cierre o fracaso? Diferenciando entre cierre voluntario y cierre involuntario.</i>	81
3.2.3.	<i>La inclusión de indicadores familiares acerca del emprendedor, una tendencia reciente (La “Family Embeddedness Perspective”)</i>	84

CAPITULO 4. PERCEPCIÓN DEL ÉXITO DE MUJERES Y HOMBRES EMPRENDEDORES: UNA PERSPECTIVA DESDE LA TEORÍA DE LA IDENTIDAD SOCIAL..... 89

4.1.	Introducción.....	89
4.2.	Percepción del éxito empresarial: antecedentes y estado del arte	90
4.3.	La percepción subjetiva y los estereotipos de género.....	92
4.4.	Las dimensiones extrínseca, intrínseca y de independencia: hacia una redefinición del éxito empresarial	94
4.5.	Género y entorno familiar y su impacto sobre la percepción del éxito	96
4.5.1.	<i>La Teoría de la Identidad Social</i>	96
4.5.2.	<i>El efecto moderador del género</i>	103
4.5.3.	<i>El efecto moderador de la etapa de desarrollo emprendedor</i>	105

CAPITULO 5. MUJER EMPRENDEDORA, FRACASO Y CIERRE EMPRESARIAL..... 113

5.1.	Los determinantes del fracaso empresarial.....	113
5.1.1.	<i>Definir el ámbito del fracaso empresarial</i>	114
5.1.2.	<i>El alcance del fracaso empresarial</i>	115
5.1.3.	<i>Causas del fracaso empresarial: primeras investigaciones y principales temas comunes</i>	118
5.1.4.	<i>Género y los determinantes del fracaso empresarial</i>	120
A.	Características individuales	120
B.	Factores organizacionales	125
C.	Las condiciones del entorno externo	133
5.1.5.	<i>Limitaciones de la literatura sobre los factores del fracaso empresarial</i>	135
A.	Cuestiones metodológicas y de diseño de la investigación.....	136
B.	Desarrollo teórico del campo de investigación	138
5.2.	Los determinantes personales y familiares del cierre voluntario.....	149
5.2.1.	<i>Introducción</i>	149
5.2.2.	<i>Re-analizando La Teoría del Umbral bajo la Perspectiva del “Family Embeddedness</i>	150
5.2.3.	<i>La incidencia del género y de la situación familiar en los costes de oportunidad de la actividad emprendedora</i>	152
5.2.4.	<i>El efecto moderador del género</i>	161

PARTE III - PROPUESTA EMPIRICA..... 165

CAPITULO 6. EL PROYECTO GEM..... 167

6.1.	Origen de la muestra: el Proyecto GEM.....	167
6.2.	Encuesta a la población adulta en España (APS)	168
6.3.	Preguntas adicionales incluidas en la encuesta APS	170
CAPITULO 7. LA RELACIÓN ENTRE GÉNERO, ENTORNO FAMILIAR Y PERCEPCIÓN DEL ÉXITO: UN ANÁLISIS DE CONTINGENCIA		173
7.1.	Introducción.....	173
7.2.	Descripción de variables.....	173
7.2.1.	<i>Variables dependientes: escalas de percepción del éxito</i>	173
7.2.2.	<i>Variables independientes</i>	175
7.2.3.	<i>Variables de control</i>	175
7.3.	Análisis y resultados.....	177
7.3.1.	<i>Análisis descriptivo</i>	177
7.3.2.	<i>Metodología</i>	181
7.3.4.	<i>Resultados de las regresiones y contrastes empíricos de las hipótesis</i>	182
A.	Percepción intrínseca del éxito: análisis global	182
B.	Percepción intrínseca del éxito: análisis de submuestras.....	185
C.	Percepción del éxito como independencia: análisis global	187
D.	Percepción del éxito como independencia: análisis de submuestras	189
7.4.	Discusión de resultados	191
CAPITULO 8. LA INFLUENCIA DEL GÉNERO Y EL ENTORNO FAMILIAR EN EL CIERRE EMPRESARIAL.....		199
8.1.	Introducción.....	199
8.2.	Descripción de variables.....	199
8.2.1.	<i>Variable dependiente</i>	199
8.2.2.	<i>Variables independientes</i>	200
8.2.3.	<i>Variables de control</i>	201
8.3.	Análisis y resultados.....	203
8.3.1.	<i>Análisis descriptivo</i>	203
A.	Características personales de los emprendedores en función del tipo de cierre y el género.....	204
B.	Características de las empresas en función del tipo de cierre y el género	207
C.	Análisis de correlaciones	208
8.3.2.	<i>Metodología</i>	212
8.3.3.	<i>Resultados de las regresiones y contrastes empíricos de las hipótesis</i>	214
A.	Análisis de la influencia del género y el entorno familiar en el cierre voluntario	214
B.	Análisis del efecto moderador del género.....	218
8.4.	Discusión de los resultados	222
CAPITULO 9. CONCLUSION GENERAL		227
9.1.	Conclusiones y contribuciones del estudio.....	227
9.1.1.	<i>Conclusiones generales</i>	227
9.1.2.	<i>Contribuciones a la investigación</i>	232
9.1.3.	<i>Contribuciones a la práctica</i>	234
9.2.	Limitaciones del estudio.....	236
9.3.	Sugerencias de investigación para el futuro	238
BIBLIOGRAFÍA		244

ANEXOS..... 274

ANEXO 1. Modelo teórico GEM, Ficha técnica y otros datos 274

ANEXO 2. Encuesta GEM a la población adulta española..... 278

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Comparación internacional de la actividad emprendedora	32
Tabla 2 - Evolución histórica del TEA femenino en España	34
Tabla 3 - Perfil demográfico de los emprendedores españoles	36
Tabla 4 - Formación de los emprendedores españoles	37
Tabla 5 - Distribución sectorial de la actividad emprendedora en función del género	38
Tabla 6 - Distribución de género por nivel de empleo, innovación y exportación.....	39
Tabla 7 - El uso de asesoramiento en creación de empresas en función del género (2005).....	40
Tabla 8 - Tipo de asesoramiento recibido en función del género	41
Tabla 9 - Posición internacional de España respecto al apoyo a la mujer emprendedora (2006).....	43
Tabla 10 - Evaluación del apoyo cultural e institucional a la mujer emprendedora en España.....	44
Tabla 11 - Habilidades profesionales de los emprendedores españoles	46
Tabla 12 - Comparación de los factores psico-sociales en función del género	47
Tabla 13 - Desempeño de pequeñas y medianas empresas y género del propietario: resumen de los estudios más relevantes.....	75
Tabla 14 - Lista de los principales factores de fracaso detectados por los estudios empíricos más citados.....	140
Tabla 15 - Fracaso de pequeñas y medianas empresas: resumen de la literatura más relevante.....	142
Tabla 16 - Resumen de las Hipótesis del modelo acerca del cierre voluntario	164
Tabla 17 - Características personales de los emprendedores en función del género..	178
Tabla 18 - Descriptivos y Correlaciones	180
Tabla 19 - Los determinantes de la percepción intrínseca del éxito: análisis del efecto del género y de los hijos dependientes	183
Tabla 20 - Análisis de sub-muestras. Efecto del género y de los hijos dependientes en la percepción intrínseca del éxito	186

Tabla 21 - Efecto del género y de los hijos dependientes sobre la percepción del éxito como independencia	188
Tabla 22 - Análisis de sub-muestras. Efecto del género y de los hijos dependientes en la percepción del éxito como independencia	190
Tabla 23 - Características personales de los emprendedores que han cerrado su empresa entre el año 2005 y el año 2006.....	206
Tabla 24 - Características de las empresas que han cerrado entre el año 2005 y el año 2006	210
Tabla 25 - Descriptivos y Correlaciones	211
Tabla 26 - Regresión logística: el efecto del género y entorno familiar sobre el cierre voluntario.....	216
Tabla 27 - Regresión logística: análisis del efecto moderador del género	219
Tabla 28 - Tabla de clasificación.....	221

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Resumen de las propuestas teóricas.....	89
Figura 2 – Resumen de las Hipótesis: La influencia del género y entorno familiar en la percepción del éxito.....	113
Figura 3 – Resumen de las Hipótesis: La influencia del género y entorno familiar en el cierre empresarial.....	165
Figura 4 - Interacción entre el género y los hijos dependientes.....	185

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría manifestar mi más sincero agradecimiento a todas las personas e instituciones que han posibilitado la realización de este trabajo de investigación.

Primeramente, estoy en deuda con el Dr. José María Mella Márquez, Catedrático del Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo y director de esta Tesis, por la confianza que ha depositado en mi persona desde el primer día que empecé a trabajar con él y por no haber dudado en seguir prestándome su apoyo y su disponibilidad pese al largo tiempo que ha durado la realización de la misma.

Quiero expresar también mi reconocimiento al Instituto de Empresa, por facilitarme los medios humanos y materiales, y por apoyar la realización de esta Tesis como parte de un compromiso global con la investigación y especialmente, como parte de una apuesta por la importancia de la actividad emprendedora. En particular, quisiera mencionar a Julio De Castro por sus mensajes de ánimo y por contagiarme su pasión por esta área de investigación. También agradezco al equipo que elabora el GEM, por haberme permitido ser parte de este apasionante proyecto.

Al igual que para que una mujer emprendedora tenga éxito es importante la existencia de modelos de referencia femeninos en base a los que orientarse, sin duda alguna esta Tesis no habría sido posible sin la ayuda, el apoyo y el cariño que he recibido por parte de cuatro grandes mujeres que para mi tienen un lugar muy especial: mi madre, Nabila Hamza, que desde que tengo uso de razón ha sido una auténtica brújula para orientar mi camino; Julia Frías, por ser un maravilloso ejemplo de mujer emprendedora; Cristina Cruz, por ser un modelo a seguir en todos los aspectos, una fuente constante de inspiración intelectual, y una amiga insustituible; Laura Núñez, por ser esa magnífica combinación de honradez, inteligencia y bondad.

Finalmente, agradezco a toda mi familia su amor, apoyo e interés continuo en mi trabajo a través de los años, muchas veces desde la distancia. En especial a mi hermana Maribel, con quien comparto familia y profesión. Pero sobre todo a mi

marido Iskander, le agradezco sinceramente que, además de motivarme en todo momento, haya hecho el papel de padre y de madre para Sophia durante muchos y largos fines de semana. Este trabajo está dedicado de forma especial a él y a mi hija Sophia por ser un regalo del cielo y porque sin su existencia mi vida dejaría de tener sentido. Muchas gracias.

Madrid, a 26 de mayo de 2008

PARTE I – INTRODUCCIÓN

CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Definición del problema

1.1.1. La actividad emprendedora femenina como tema de investigación científica

Las mujeres empresarias en España han recibido escasa atención por parte de los estudios económicos y sociológicos, y mucho menor aún ha sido la prestada al colectivo de emprendedoras, es decir aquellas que se encuentran en las fases iniciales del proceso de creación empresarial o que gestionan una pequeña y mediana empresa. Esta “invisibilidad analítica”, también presente, aunque en menor medida, en los estudios internacionales (Litz y Folker, 2002; Stevenson, 1986), responde según los expertos (Baker, Aldrich, y Liou, 1997; Escobar, Filardo, y Ferrer, 2006) a dos factores fundamentales: en primer lugar se debe a la tendencia tradicional a practicar el llamado “androcentrismo” en los estudios sobre las actividades empresariales, o lo que es lo mismo, a analizar la actividad emprendedora asumiendo como natural la forma tradicional y masculina de hacer negocios (Beggs, Doolittle, y Garsombke, 1994; Green y Cohen, 1995), de manera que las mujeres emprendedoras terminan formando parte de la casuística más que de la realidad a estudiar. En segundo lugar, se esgrime como posible causa el número supuestamente reducido de las empresas creadas por el colectivo de mujeres emprendedoras así como su escaso peso económico.

Hoy en día no cabe duda de que ninguna de las razones aducidas a este respecto puede justificar seriamente la escasa atención analítica prestada a las mujeres emprendedoras en España. La realidad nos demuestra que la importancia numérica y económica de las mujeres emprendedoras en el país es innegable: aunque las estimaciones varían, este colectivo supone entre un 25 y 40 por ciento del empresariado español (Belso, 2003; De La Vega, Coduras, Cruz, y Justo, 2006; INE, 2006). Las

mujeres emprendedoras no son solo cada vez más numerosas en España sino que además sus empresas crean un número creciente de empleos¹.

A nivel internacional, la relevancia de la actividad emprendedora femenina explica porqué, aunque tardía, desde hace una década la investigación sobre mujer emprendedora ha despertado un gran interés en diversos ámbitos. Prueba de ello son la proliferación de iniciativas como por ejemplo: a) la creación de numerosos centros y grupos de investigación para estimular la investigación en este campo (en Estados Unidos por ejemplo, destacan el Center for Women's Business Research² y el Diana International Project³); b) las ediciones especiales en revistas académicas no específicas de género (La revista *Entrepreneurship and Regional Development Journal* publicó en 1997 un número especial sobre el tema⁴ y tiene previsto lanzar en el año 2009 una edición sobre el tema “mujer emprendedora y desarrollo económico”. Por su parte, la revista *Entrepreneurship Theory and Practice* ha dedicado dos ediciones especiales al tema⁵); c) la creación de nuevas revistas científicas especializadas en el tema de mujer y empresa (un exponente de ello es por ejemplo la revista *Women in Management Review*, que en el año 2004, también publicó una edición especial sobre mujer emprendedora⁶. Por su parte, Emerald Publications tiene previsto el lanzamiento de una nueva revista en el 2009, titulada “*International Journal of Gender and Entrepreneurship*”).

Sin embargo, la importancia de la actividad emprendedora femenina a nivel mundial y nacional no es la única razón por la cual ésta debe ser considerada como un grupo de estudio diferenciado en el campo de la economía o de la empresa; es el hecho de que el género impone a menudo una naturaleza distinta sobre el proceso emprendedor lo que justifica la necesidad de destinar esfuerzos a lograr una mayor comprensión de las especificidades de su funcionamiento. ¿Qué hace que las empresas creadas y dirigidas por mujeres sean distintas de las que han sido iniciadas por hombres? Se considera que varias características son exclusivas de las empresas creadas y dirigidas por mujeres pero quizá una de las más relevantes es que a menudo, son el

¹ Datos del INE indican que la proporción de empresarias con asalariados ha crecido del 20,36% en el 2000 al 37,81% en el 2007 (Encuesta a la Población Activa, IV trimestre 2007).

² Para más información ver su sitio Web: <http://www.cfwbr.org>.

³ Idem, <http://www3.babson.edu/ESHIP/research-publications/dianaproject.cfm>.

⁴ *Entrepreneurship and Regional Development Journal* (1997), 9(3).

⁵ *Entrepreneurship Theory and Practice* 2006, 30 (5) y 2007, 31 (3).

⁶ *Women in Management Review*, 2004, 19 (3).

reflejo de la integración por parte de sus dirigentes de la esfera personal y la esfera laboral como un todo indisociable. En palabras de Tobío (2001) las relaciones laborales femeninas funcionan de hecho como un indicador “*del proceso de ajuste entre las estructuras familiares y los sistemas productivos*” que no conviene analizar de forma separada. Asimismo, según Stewart, Watson, Carland y Carland (1998) las diferencias de género respecto a los roles familiares y la disponibilidad de modelos de referencia conllevan distintos niveles de competencias, objetivos y estrategias empresariales.

Parece por tanto lógico suponer que estas características específicas de las mujeres emprendedoras tendrán a su vez importantes implicaciones sobre la organización y el comportamiento de sus empresas y por ende sobre el desempeño de las mismas. Por lo que dado su peso en las economías actuales, es necesario destinar mayores esfuerzos de investigación hacia el estudio de la actividad emprendedora femenina desde un enfoque diferencial.

1.1.2. Actividad emprendedora y diferencias de desempeño en función del género

¿Son las empresas dirigidas por mujeres menos exitosas que las gestionadas por hombres? La respuesta a esta pregunta puede ser positiva o negativa dependiendo de cómo definamos el “éxito”. ¿Es el éxito sinónimo de crecimiento rápido, tamaño grande, beneficios elevados o sostenibilidad del negocio como han venido a afirmar los estudios durante los años 80 y 90? ¿O se trata más bien, como parecen sugerir algunas investigaciones recientes, de saber en qué medida el desempeño de una empresa concuerda con las metas del emprendedor?

Este es, como veremos a lo largo de esta Tesis, un debate sin concluir. Incluso cuando se utiliza la misma definición del éxito, es decir aquella relacionada con las medidas financieras, la literatura científica no ofrece ningún consenso acerca de las diferencias de género en el éxito empresarial. Por una parte, varios estudios afirman que las empresas lideradas por mujeres tienen un menor desempeño en cuanto al número de empleados (Rosa, Carter, y Hamilton, 1996), los ingresos (Cuba, Decenzo, y Anish, 1983; Johnson y Storey, 1993; Rosa et al., 1996), o la tasa de fracaso (Boden y Nucci, 2000; Carter, Williams, y Reynolds, 1997; Robb, 2002; Srinivasan, Woo, y Cooper,

1994). Por otra parte sin embargo, numerosas investigaciones sostienen lo contrario, y demuestran niveles comparables entre las empresas femeninas y las masculinas respecto a estos mismos criterios: empleados (Coleman, 2007), ingresos (Du Rietz y Henrekson, 2000; Hisrich, Brush, Good, y DeSouza, 1997; Kalleberg y Leicht, 1991), o fracaso (Chell y Baines, 1998; Perry, 2002). Algunos autores sugieren incluso que las mujeres son capaces de obtener mayores niveles de rentabilidad empresarial que los hombres (Coleman, 2007) y menores tasas de fracaso (Bloom, 2003; Johnson y Storey, 1993).

La clave del problema radica a nuestro entender en el hecho de que las motivaciones profesionales de los emprendedores y las percepciones que éstos tienen acerca del éxito empresarial pueden variar en función del género. No se trata pues de saber si las emprendedoras dirigen unas empresas menos exitosas que los hombres sino más bien si éstas desean alcanzar los mismos niveles de desempeño. Smith-Hunter (2003) señala que analizar las distintas definiciones de éxito, tanto en términos económicos como en cuanto a la consecución de metas socioemocionales, resulta de importancia crítica en el estudio de la actividad emprendedora femenina. Esta realidad está de hecho marcando una nueva tendencia en la investigación sobre los resultados empresariales y el género: por ejemplo, el tamaño más reducido de las empresas fundadas por mujeres ha sido relacionado con el deseo de estas últimas de mantener un umbral de crecimiento reducido (Cliff, 1998). Existen varias razones por las que una emprendedora puede establecer un umbral de desempeño distinto al de un emprendedor. La percepción del riesgo asociado a un crecimiento descontrolado puede ser una de ellas. El mantener una empresa pequeña puede también responder al deseo de evitar la pérdida de poder derivada de la involucración de inversores privados (Cliff, 1998; Still, 2005), o los conflictos relacionados con las responsabilidades familiares (England y McCreary, 1987). Finalmente, la socialización de género⁷ puede afectar el proceso de toma de decisiones de las mujeres con respecto al crecimiento o al desarrollo de sus empresas, induciéndolas a sopesar las ventajas e inconvenientes de cada opción de una forma distinta a los hombres (Orser y Hogarth-Scott, 2002).

Sin embargo, aunque esta distinta percepción derivada de los roles de género empieza a ser considerada como un factor clave en el entendimiento de los resultados empresariales, en realidad sabemos muy poco acerca de qué factores depende y qué

⁷ La socialización de género se refiere a la educación diferencial recibida por mujeres y hombres, la cual proviene de las expectativas culturales en cuanto al rol que ha de ejercer cada uno en la sociedad, e influye sobre sus actitudes y conductas que éstos han de tener en el futuro.

consecuencias tiene para la organización. Del análisis de los escasos estudios que exploran esta relación se comprueba en efecto que ninguno de ellos ha sido capaz de proporcionar, por sí mismo, resultados definitivos.

Probablemente, la falta de resultados concluyentes sobre este tema se deba en parte a que la mayoría de los estudios existentes han tratado a la mujer emprendedora como un grupo homogéneo, centrándose principalmente en analizar las diferencias con los hombres emprendedores. Sin embargo, el colectivo de mujeres emprendedoras dista mucho de ser homogéneo, como tampoco lo es el de hombres emprendedores. Dada la amplia gama de mujeres que han tomado parte en actividades emprendedoras durante las últimas décadas, parece legítimo esperar que existan varios grupos de mujeres propietarias de un negocio con distintas expectativas y metas profesionales, algunas de ellas distintas de las de los emprendedores varones y otras más bien parecidas. Los escasos estudios que reconocen este hecho demuestran que algunas mujeres pueden privilegiar los aspectos económicos del éxito empresarial mientras que algunos hombres pueden decantarse por el retorno socioemocional que les brinda la actividad emprendedora (Brush, Carter, Gatewood, Greene, y Hart, 2004; Gundry y Welsch, 2001; Walker y Brown, 2004). Aunque será útil realizar un estudio comparativo sobre las diferencias entre las expectativas que hombres y mujeres tienen respecto a sus empresas, que conduzca a identificar algunos patrones generales en cuanto a ciertos aspectos significativos que son compartidos por cada grupo, lo cierto es que se trata de un enfoque insuficiente que conlleva el riesgo de ignorar sutiles diferencias que existen entre las expectativas y percepciones inter-grupo. Es necesario por tanto complementar esta perspectiva con un análisis de las similitudes entre ambos sexos así como de las diferencias entre los individuos de un mismo sexo (Davidson y Burke, 2000).

Pero el género no es el único elemento que puede incidir en las expectativas de un emprendedor. La manera en la que éste concibe el éxito y el tipo de retorno, económico y no-económico, que espera sacar de su empresa representan un tema complejo, en el que también entran en juego factores relacionados con la situación familiar del mismo. La influencia de las responsabilidades familiares sobre las aspiraciones de los emprendedores y la evolución de las mismas a lo largo del tiempo no han sido tomadas en consideración por la literatura, cuando parece lógico esperar que estas aspiraciones sean un elemento determinante en los resultados empresariales. Si bien algunos estudios aportan evidencia empírica acerca de la relación entre las

responsabilidades familiares del emprendedor y su motivación inicial para emprender un negocio (Boden, 1999; Caputo y Dolinsky, 1998; Carr, 1996; DeMartino y Barbato, 2003; Lombard, 2001; Marlow, 1997), lo cierto es que una vez que la empresa es constituida, el impacto de la familia recibe poca consideración por parte de la investigación científica.

Precisamente, una de las principales diferencias encontradas dentro de los colectivos de emprendedoras y de emprendedores consiste en la forma en la que éstos compaginan los distintos roles, profesionales y familiares, que tienen que asumir y en cómo priorizan unos con respecto a otros. Hasta la fecha, pocos estudios han reconocido la importancia de considerar estas diferencias a la hora de analizar los valores y las motivaciones profesionales de los emprendedores, y los que lo han hecho, centrándose en el caso de las mujeres, no han tomado en cuenta el carácter dinámico de estos valores, es decir, la posibilidad que éstos cambien en función de la evolución de la situación personal de la emprendedora en cuestión (Cromie y Hayes, 1988; Goffee y Scase, 1983). La literatura existente no es capaz de explicar cómo la percepción del éxito se ve afectada al variar la circunstancias familiares, pues aunque algunos estudios señalan que las motivaciones profesionales de los emprendedores evolucionan a lo largo de su vida (Shu y Marini, 1998), de nuevo, no existe evidencia empírica ni base teórica para comprender el mecanismo mediante el cual operan dichos cambios.

Asimismo, resulta llamativo comprobar que, si bien algunos estudios sobre mujer emprendedora empiezan a incluir indicadores familiares en su análisis, en el caso de los hombres éstos han sido prácticamente ignorados por la mayor parte de la literatura (Ahl, 2006). Esta ausencia de investigación sobre la influencia de la familia en el emprendedor varón y su empresa no se debe sin embargo a un olvido fortuito, sino que obedece a que tradicionalmente los investigadores han considerado que el hogar y la familia son un ámbito de actuación exclusivo de las mujeres (Cowan, 1983). Recientemente, se empieza a recalcar que, cada vez más, la conciliación de las demandas profesionales y familiares es una preocupación compartida por los trabajadores de ambos sexos (Kaufman y Uhlenberg, 2000).

Así pues, la reinterpretación de los criterios tradicionales de éxito empresarial, y el análisis de cómo estos criterios se ven afectados por la situación familiar del emprendedor, resultan fundamentales para nuestro entendimiento de las diferencias de

desempeño entre hombres y mujeres emprendedores. Una percepción distinta del éxito tiene a su vez implicaciones sobre las decisiones relacionadas con el desarrollo de la empresa y su continuidad. Parece en efecto lógico suponer que una empresa que no cumple con el propósito de su fundador será abandonada o cerrada por éste aunque tenga un desempeño económico adecuado desde el punto de vista financiero. En vista de ello resulta sorprendente que hasta fechas recientes muy pocos estudios hayan hecho la diferencia conceptual entre un emprendedor que fracasa y otro que cierra por razones distintas al desempeño de su negocio.

Esta confusión ha contribuido a la falta de conocimiento académico consistente sobre el alcance y las causas del fracaso empresarial, hasta que, hace pocos años, algunos autores han comenzado a cuestionar esta conceptualización de los resultados empresariales, abriendo una nueva línea de investigación en este campo que apunta a ser muy prometedora. En concreto, la Teoría del Umbral (Gimeno, Folta, Cooper, y Woo, 1997) plantea que cada emprendedor tiene un umbral de desempeño empresarial debajo del cual decidirá cerrar su empresa sea cual fuere su rentabilidad en comparación con el resto de la industria. Este umbral será determinado por el capital humano del emprendedor, que influirá en los criterios siguientes: la utilidad esperada para el emprendedor de tener un empleo alternativo, el coste inherente de cambiar de empleo, y la utilidad esperada de permanecer en la empresa. Un elemento importante que subyace detrás de estos criterios es el retorno psicológico proporcionado por la actividad emprendedora, o dicho de otra manera, los beneficios no-económicos que ésta actividad le reporta al emprendedor. Este tipo de retorno disminuye el umbral de desempeño de un emprendedor y le hace más reactivo a cerrar su empresa para tomar otro empleo alternativo, y ello, independiente de la rentabilidad de la misma. Esto explicaría porqué en ocasiones los emprendedores prefieren optar por la supervivencia de su iniciativa pese a tener ésta un nivel de eficiencia claramente insuficiente.

Sin embargo, a pesar de las importantes contribuciones realizadas por esta teoría a la comprensión de los determinantes del cierre empresarial, ésta se ha centrado en el análisis de las características de capital humano del emprendedor que influyen en el umbral de desempeño, ignorando que existen otros factores personales que también pueden incidir en el mismo. Aplicada al contexto de la actividad emprendedora femenina, esta teoría no nos permite aclarar si las expectativas de las mujeres, y por tanto su umbral de desempeño, son inherentemente diferentes a las de los hombres. Bajo

este enfoque teórico, la pregunta de si las emprendedoras cierran o fracasan más que los emprendedores permanece por tanto sin respuesta. Asimismo, no se ha investigado la incidencia que la situación familiar puede tener sobre los costes de oportunidad de la actividad emprendedora. Esto hace que continúen existiendo numerosos interrogantes y controversias en torno a los factores que permiten discernir cuando un emprendedor considera su empresa como exitosa y cuando, en cambio, renuncia a ella de forma voluntaria porque ésta no alcanza el umbral de desempeño deseado.

Por lo tanto, la visión de la relación entre género y desempeño empresarial que ha imperado hasta fechas recientes adolece de varios sesgos: 1) se ha considerado el desempeño o el resultado empresarial como un constructo unidimensional, que se mide en términos económicos o cuantitativos (ventas, beneficios, crecimiento o supervivencia), cuando en realidad se trata de un concepto que también alberga un componente cualitativo, establecido esencialmente en función de las metas personales del emprendedor; 2) se han ignorado las diferencias que existen entre las mujeres emprendedoras así como las que existen entre hombres emprendedores; 3) se ha asumido que toda empresa que cierra o es abandonada por su fundador ha fracasado, y por consiguiente, que unas tasas de cierre para las empresas femeninas más elevadas que para las empresas masculinas son una indicación de un menor desempeño de las primeras.

1.2. Objetivos

En base a lo expuesto anteriormente, esta Tesis pretende dar respuesta a algunas de las carencias más relevantes de la literatura previa sobre el tema, contribuyendo de esta forma a esclarecer la relación que existe entre género y desempeño empresarial. Por ejemplo, *¿cómo valoran los emprendedores el éxito empresarial y con qué factores lo asocian? ¿Utilizan los hombres y las mujeres criterios distintos para valorar el éxito? Y, si éste fuera el caso, ¿a qué se deben estas diferencias?*.

En segundo lugar, tomar la “familia” como variable explicativa clave supone otro paso importante hacia la comprensión de cómo afectan ciertos aspectos personales del emprendedor al éxito percibido de su empresa y a la supervivencia de la misma. Esta es una contribución importante pues a pesar de que la conciliación de la vida familiar y

la vida profesional es una de las grandes preocupaciones de los emprendedores⁸, salvo excepciones muy recientes (DeMartino y Barbato, 2003; Huang, Hammer, Neal, y Perrin, 2004; Parasuraman, Purohit, Godshalk, y Beutell, 1996) este tema ha sido rara vez considerado en los estudios en *entrepreneurship*. Se trata pues de dar respuesta a la pregunta siguiente: *¿Cómo influye la situación personal y las responsabilidades familiares del propietario en las expectativas que un emprendedor tiene respecto a su empresa?*.

En tercer lugar, uno de los principales objetivos de esta Tesis consiste en reconocer que el entorno familiar afecta tanto a los hombres como a las mujeres, dejando cabida no obstante a la posibilidad de que, debido a las normas de socialización de género, esta influencia sea asimétrica. El interés de esta aproximación radica en que, tal como sugiere Mirchandani (1999) la conceptualización de las responsabilidades familiares como una preocupación estructural y organizacional, en lugar de cómo un problema personal puede arrojar luz sobre los procesos de género que subyacen bajo la actividad emprendedora. En este contexto, el género actuaría no solo directamente sino sobre todo de forma indirecta, moderando la influencia de la situación familiar en la percepción del éxito empresarial. Dicho de otra manera, nos plantearemos *¿en qué medida es esta relación idéntica en el caso de hombres y mujeres o existe un efecto distinto de estas variables en función del género?*

Finalmente, y como se comentó anteriormente, el contexto de la actividad emprendedora requiere de una reevaluación de los criterios tradicionales de desempeño y éxito en su vertiente relativa al cierre empresarial. En consecuencia, en este trabajo intentaremos comprender lo siguiente: *¿Más allá de los indicadores de desempeño económico de la empresa, qué influencia tiene el género en la decisión de continuar un negocio o al contrario de cerrarlo? ¿Cómo interactúa este factor con la situación familiar del emprendedor?*

⁸ La encuesta realizada en el marco del GEM a varios expertos revela este tema como uno de los principales obstáculos a la creación de empresas en España (De La Vega, Coduras, Cruz, y Justo, 2005; De La Vega et al., 2006; De La Vega, Coduras, Cruz, y Justo, 2007).

1.3. Relevancia del tema de estudio

1.3.1. *La investigación sobre actividad emprendedora y género en España*

Históricamente la investigación acerca de la actividad emprendedora en España ha sido muy escasa y limitada al análisis descriptivo de las características del emprendedor. Aunque las primeras aproximaciones al estudio del emprendedor español se remontan a los años 80 (ver por ejemplo Veciana, 1989; Veciana y Llonch, 1979) lo cierto es que la investigación sobre el fenómeno de creación de empresa se veía como residual dentro del área de economía y no era reconocida como un área de investigación propia, incurriendo en un retraso de una década con respecto a la investigación internacional en este ámbito.

Esta visión comienza a cambiar con el primer artículo sobre creación de empresas en España publicado en una revista con elevado índice de impacto (Lafuente y Salas, 1989), que contribuía a la literatura de dos formas: en primero lugar, el artículo se alejaba del análisis tradicional basado en la teoría económica y se centraba específicamente en el proceso emprendedor, examinando no sólo el contexto económico que rodeaba dicho proceso, sino también su entorno social y las características del emprendedor. Resulta interesante que este estudio haya sido uno de los primeros en señalar las motivaciones no-económicas de los emprendedores, como la consecución de autonomía y la satisfacción de hacer el trabajo que uno quiere. En segundo lugar, y en línea con la tendencia en la investigación sobre creación de empresas en el resto del mundo, estaba basado en un marco teórico sólido y en análisis estadísticos robustos.

Es a partir de entonces cuando los estudios en el área de *entrepreneurship* en España empiezan a seguir la pauta marcada por sus predecesores, desarrollando una investigación rigurosa con relación a temas tan diversos como el examen de las características de los emprendedores, el efecto del contexto organizacional en la creación de empresas en España (Entrialgo, Fernández, y Vázquez, 2000a, 2000b, 2001), o las actitudes hacia la creación de empresas (Veciana, Aponte, y Urbano, 2005).

En este contexto, no es de extrañar que la población de emprendedoras no haya despertado el interés de la comunidad académica hasta fechas muy recientes

(Chinchilla, 1997; Sanchez Apellaniz, 2000), interés impulsado principalmente por la necesidad de diseñar políticas públicas destinadas a este colectivo (Belso, 2003; Escobar et al., 2006; Lamolla, 2005a). El estudio Global Entrepreneurship Monitor para España se enmarca dentro de esta tradición incipiente y dedica, desde el año 2003, un capítulo específico al estudio de la mujer emprendedora (Coduras, López, Justo, y De La Vega, 2004; De La Vega et al., 2005, 2006, 2007).

En cuanto al análisis de la relación entre género y desempeño empresarial, resulta llamativo que las únicas incursiones conocidas en este ámbito consistan en una revisión de la literatura científica (Junquera, 2004), y una tesis doctoral (Díaz, 2006). En esta última investigación, la autora aporta interesantes reflexiones acerca de las diferencias de género en cuanto a estrategias y resultados empresariales, analizando la influencia que sobre ello tiene la distinta accesibilidad de recursos y la socialización de género. Sin embargo, tal y como la propia autora viene a reconocer, el estudio ha sido circunscrito a un único sector (servicios de asesoría) y a un área geográfica muy concreta (Albacete), limitando la posibilidad de generalizar los resultados a otros ámbitos. Además, pese a reconocer de forma implícita el impacto de la situación familiar en el desempeño empresarial, dicha relación es de nuevo ignorada a la hora de realizar las pruebas empíricas.

Nuestra Tesis viene por tanto a consolidar y reforzar la investigación sobre actividad emprendedora femenina en España, integrándola dentro de los temas de reflexión académicos más actuales a nivel internacional y enriqueciéndola con una base teórica sólida que no se limita a adoptar las posturas feministas que han sido tradicionalmente utilizadas en el análisis de género, sino que se basa en fundamentos teóricos procedentes del área de la organización empresarial y de la sociología para subsanar de este modo la falta de rigor científico que a menudo ha caracterizado esta área de estudio. Asimismo, esta Tesis pretende ser un primer paso hacia el uso de muestras representativas de la población española, unas muestras que serán además lo suficientemente amplias para contener la cantidad de información necesaria de cara a la comprensión de la complejidad que subyace tras la relación que existe entre desempeño empresarial, género y situación familiar.

1.3.2. Interés del estudio desde el punto de vista práctico

La relevancia de comprender cómo los emprendedores perciben y definen el éxito se comprueba al observar que estos operan sus empresas rodeados por un entorno mucho más complejo e incierto que cualquier otro tipo de empleado (Parasuraman et al., 1996). Los emprendedores no sólo tienen que gestionar el día a día de su empresa sino que además, y a diferencia de un líder en una gran empresa, son los únicos capaces de construir y modificar la estructura organizacional y su estrategia a largo plazo (Brigham, de Castro, y Shepherd, 2007). Así pues, resulta fundamental entender la percepción del éxito que tienen los emprendedores, puesto que de ésta depende el futuro de la empresa.

Entender los determinantes de la percepción subjetiva del éxito y su interacción con el género resulta de suma importancia dado que podría ayudarnos a comprender qué hace que ciertos propietarios estén satisfechos con sus negocios mientras que otros no. Esto a su vez tiene implicaciones sobre nuestro entendimiento de los factores que afectan la supervivencia y el desarrollo empresarial, y por ende, el crecimiento económico en su conjunto. En efecto, es de esperar que el grado de satisfacción de un emprendedor con su negocio tenga incidencia en la decisión de continuar o cerrar dicha empresa así como en la cantidad de tiempo y dinero que invierta en la misma.

Desde el punto de vista de la práctica empresarial, entender los determinantes subjetivos del éxito ayudaría a los emprendedores actuales y potenciales a comprender cómo su nivel de satisfacción con respecto al desempeño de su empresa esté vinculado con sus características personales y familiares, permitiéndoles de este modo anticiparse con más facilidad al futuro.

En el plano político y social, conocer las diferentes percepciones y valores de las mujeres emprendedoras y cómo se relacionan con su estatus familiar puede ser de gran ayuda en el diseño de políticas públicas y para los profesionales interesados en examinar y promover la actividad emprendedora femenina. Este conocimiento puede fomentar el desarrollo de programas de apoyo más adecuados que no sólo reconozcan que las mujeres tienen diferentes objetivos para querer poner en marcha un negocio, sino también que las necesidades y experiencias profesionales de los emprendedores de ambos sexos varían según sus características familiares.

1.4. Estructura del estudio

A continuación, se describen brevemente el plan de trabajo seguido y el contenido de los distintos capítulos de esta Tesis. Este trabajo se ha estructurado en tres partes diferenciadas: una parte introductoria que sitúa nuestro tema de estudio en el contexto más amplio de la actividad emprendedora femenina en España, sus características y su contribución al crecimiento económico; una segunda parte que presenta los aspectos teóricos del estudio y una tercera parte de que analiza sus aspectos empíricos. El todo se organiza en nueva capítulos que nos permiten avanzar de forma secuencial en el cumplimiento de los objetivos de esta Tesis Doctoral.

Así, en el capítulo segundo se insiste en la importancia de la actividad emprendedora femenina, demostrándose su influencia en el crecimiento económico a través de la diversificación del tejido productivo y la inclusión de una parte de la población que ha sido tradicionalmente desaprovechada, esto es, las mujeres. Posteriormente, y para situar nuestro estudio en el contexto nacional en internacional, se ofrece un análisis descriptivo de la actividad emprendedora femenina en España destacándose sus peculiaridades y similitudes respecto de la actividad masculina.

La segunda parte de nuestra Tesis se inicia con el capítulo tercero, que recoge los distintos conceptos que existen en la literatura acerca de la relación entre mujer emprendedora y desempeño empresarial así como el enfoque que se va a adoptar a lo largo de esta Tesis. La primera sección de este capítulo se centra en recopilar los principales trabajos publicados sobre el tema, en sintetizar sus hallazgos y en clasificar los distintos fundamentos teóricos que han sido utilizados en el área de *entrepreneurship* para aproximarse al mismo. Al revisar el estado de la cuestión en la literatura sobre la relación entre género y desempeño se pondrá de relieve la falta de consenso que la caracteriza así como las limitaciones metodológicas y conceptuales de las que adolece en la actualidad. Este ejercicio permitirá resaltar, en la segunda sección de este capítulo, el interés de abordar el tema desde una nueva perspectiva teórica, esto es, centrándose en comprender cómo se forman las expectativas de los emprendedores respecto del desempeño de sus empresas. En este sentido, el género deja de ser el único elemento a tomar en cuenta al analizar el éxito o fracaso de una iniciativa

empresaria, siendo más bien su interrelación con otras contingencias y características personales del emprendedor las que actúan conjuntamente para determinar el resultado final de la empresa. En particular, se entenderá porqué la integración de los aspectos familiares cobra especial relevancia al analizar en qué medida una iniciativa emprendedora puede ser considerada como un éxito o más bien como un fracaso.

En base a esto se construirá el marco teórico sobre el que se fundamentan las hipótesis que se desarrollarán en los dos capítulos siguientes en torno a la influencia del género y la situación familiar en la percepción de éxito de las iniciativas empresarias. En concreto, en el capítulo cuatro se establecen una serie de hipótesis relativas a los factores familiares y de género que afectan al emprendedor a la hora de evaluar el éxito de su empresa, es decir cómo influyen estos factores en el tipo de criterios, económicos o subjetivos, en el que éste basará su evaluación. En el capítulo cinco las hipótesis se refieren a las implicaciones que supone la utilización de un tipo de criterio u otro en el umbral de desempeño del emprendedor. En particular, estudiaremos cómo para un mismo nivel de rentabilidad económica, el género y la situación familiar de un emprendedor influirán en su percepción de si la empresa cumple o no con sus expectativas y, como consecuencia de ello, en su decisión de continuar con la empresa o por el contrario de abandonarla para dedicarse a una ocupación alternativa. Se trata pues de establecer una distinción entre el cierre voluntario y el fracaso propiamente dicho, y de entender cómo esta distinción conceptual depende de las expectativas que tiene el emprendedor con respecto a su empresa.

El contraste empírico de las hipótesis expuestas a lo largo de estos dos capítulos se llevará a cabo en la tercera parte de esta Tesis. En el sexto capítulo se presentará el Proyecto GEM así como el proceso de selección de la muestra, mientras que en los dos capítulos siguientes se procederá a testar las hipótesis de nuestro modelo y analizar los resultados obtenidos. Por último en el capítulo diez se exponen las principales conclusiones y contribuciones del trabajo, sus limitaciones así como algunas sugerencias de investigación para el futuro.

CAPITULO 2. EL IMPACTO ECONÓMICO DE LAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES FEMENINAS

2.1. Pequeñas y medianas empresas y actividad emprendedora

2.1.1. Definición

El término “entrepreneurship”, de difícil traducción al español, engloba fundamentalmente aspectos de la investigación referidos a la figura del emprendedor, la función empresarial y la creación de empresas. En la presente Tesis nos referiremos a “entrepreneurship” como creación de empresas o actividad emprendedora, basándonos en la definición del proyecto GEM que considera dicha actividad como *“cualquier intento de crear un nuevo negocio, incluyendo el autoempleo, una nueva empresa o la expansión de una empresa ya existente, proceso que puede ser puesto en marcha por una o varias personas, de forma independiente o dentro de una empresa en funcionamiento”* (Reynolds, Hay, y Camp, 1999).

Según esta definición se considera emprendedora o emprendedor a cualquier mujer u hombre que es propietara(o) o fundador(a) y gerente de una pequeña, mediana o nueva empresa. Esta definición incluye a las personas auto-empleadas así como a aquellas que emplean mano de obra, sea ésta familiar o externa. Se trata de una definición constestada por varios estudios que tratan de establecer una distinción conceptual entre un emprendedor y un empresario (Hérbert y Link, 1988), en base, entre otros criterios, al grado de innovación o el riesgo asumido (Drucker, 1985; Schumpeter, 1963). No obstante, esta Tesis no pretende participar en el debate en torno de la definición más correcta de un emprendedor, al considerarlo contraproducente (Gartner, 1988): como apuntan Aldrich y Waldinger (1990), aunque varios estudios se han dedicado a alcanzar un consenso en torno a este tema, pocos han logrado el objetivo propuesto. Esta dificultad en lograr una unanimidad en torno a lo que define a un

emprendedor trasciende la literatura organizacional puesto que también afecta a los economistas (Baumol, 1968) y a los sociólogos (Wilken, 1979).

Asimismo, y en línea con los argumentos de varios autores (Berg, 1997; Díaz, 2000; Starr y Yudkin, 1996), sostenemos que si la innovación o la asunción de riesgo significan la ruptura de esquemas preestablecidos, esto es conseguido por las mujeres por el simple hecho de iniciar una empresa, lo cual evidencia su actitud emprendedora.

Por lo tanto, y de acuerdo con la postura comúnmente adoptada en el área de *entrepreneurship*, utilizaremos en esta Tesis una definición operativa de emprendedor como propietario o fundador y gerente de una pequeña o nueva empresa (Aldrich y Waldinger, 1990; Greenfield, Strickon, y Aubey, 1979).

2.1.2. Actividad emprendedora y desarrollo económico: claros y oscuros de una relación ambigua

A. Introducción

Las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), y en especial las de nueva creación, han sido consideradas desde los años 70 como una salida al desempleo que contribuye a la estabilidad social y política de los países. Según este enfoque tradicional, las PYMEs eran ante todo un “bien social” que había que mantener a un cierto coste económico, ya que los pequeños negocios distaban de alcanzar los niveles de eficiencia y productividad de las grandes empresas. Hoy en día, esta perspectiva social ha sido matizada por consideraciones de corte más económico y las pequeñas y nuevas empresas son vistas además como un poderoso instrumento de innovación y competitividad.

Este cambio obedece a una creciente percepción de la importancia de la actividad emprendedora para el desarrollo económico. Si bien la relación directa entre creación de empresas y crecimiento no ha sido todavía establecida de forma concreta, lo cierto es que son numerosos los estudios que han probado la existencia de una correlación positiva entre estos dos indicadores económicos (Audretsch, Carree, y Thurik, 2001; Audretsch y Thurik, 2001; Carree, van Stel, Thurik, y Wennekers, 2002).

Más aún, algunos investigadores afirman que una disminución en la actividad emprendedora incurre de forma automática en una pérdida en términos de crecimiento económico (Audretsch, Carree, van Stel, y Thurik, 2002).

De la misma manera, el fenómeno del emprendimiento se ve hoy como un poderoso instrumento de innovación y competitividad, que facilita la adaptación de las economías al nuevo entorno, más global, tecnológico y competitivo. Estas razones han generado que las instituciones gubernamentales sitúen el emprendimiento dentro de sus máximas prioridades. En el caso de los países europeos, esta concienciación se ha plasmado en las directrices económicas fijadas por la Unión Europea:

“Aunque no cabe duda de que la competencia entre las empresas europeas existentes ha aumentado como consecuencia de la globalización, el cambio tecnológico y las políticas europeas, Europa sigue todavía retrasada en cuanto a la creación de nuevas empresas, o el entrepreneurship. Nuestras lagunas en este campo han de ser tomadas en serio porque existen pruebas crecientes de que en la capacidad emprendedora de un país reside la clave del crecimiento económico y de la mejora en productividad.”⁹

Schumpeter (1912) ha sido uno de los primeros economistas en indicar la existencia de una relación entre creación de empresas y desarrollo económico, resaltando el papel del emprendedor como motor de la innovación. En su libro, *la Teoría del Desarrollo Económico*, Schumpeter describe cómo el impacto de la creación de empresas sobre el desarrollo económico depende del comportamiento del empresario que realiza una nueva combinación de factores. Esta combinación supone una nueva función de producción. Además, los emprendedores que innovan desestabilizan las empresas competidoras introduciendo nuevas invenciones que aceleran la obsolescencia de las tecnologías y los productos existentes. Este proceso de destrucción creativa es conocido como el régimen Schumpeter Mark I.

9 Discurso de Romano Prodi, Presidente de la Comisión Europea «For a new European entrepreneurship» pronunciado el 7 de Febrero del 2002 en el Instituto de Empresa, Madrid. Traducido del inglés por el autor.

Basándose en este enfoque, la mayoría de los investigadores han asumido la existencia de una relación causal en ambas direcciones entre variaciones en los niveles de desarrollo económico y los de actividad emprendedora: un efecto “shumpeteriano” de la creación de empresas sobre el crecimiento y otro de “refugio” o “comerciante” de un nivel de crecimiento limitado que empuja hacia el autoempleo. Para muchos, el impacto del crecimiento económico sobre la creación de empresas es no obstante ambiguo. Como se expondrá más adelante, hemos podido documentar algunos estudios empíricos que investigan la relación entre la actividad emprendedora y determinadas magnitudes económicas o condiciones de entrada (Hause y du Rietz, 1984; Lafuente y G., 1988) o su impacto sobre el desempeño económico de las empresas, la región o el sector (Audretsch, 1995; Audretsch y Fritsch, 2002; Caves, 1998). Sin embargo, el avance del conocimiento acerca de las naciones sigue siendo limitado y sólo ha empezado a ser valorado en su justo término en estos últimos años (Veciana, 2003). En este sentido, Reynolds, Hay, Bygrave, Camp and Autio (2000) afirman que pese a la reciente aparición de algunos proyectos de investigación que analizan esta cuestión, se sigue desconociendo mucho en torno a esta relación: sus determinantes, su fuerza, la existencia o no de una causalidad directa y su dirección, y en qué medida esta relación puede variar en función de cada país.

Una de las principales razones por las que, hasta la fecha, pocos estudios han analizado un tema tan relevante como es el impacto económico de la actividad emprendedora radica en la dificultad que plantea la medición de este último factor. En el campo de la economía, son varios los investigadores que, pese a reconocer la vital importancia que tiene la creación de empresas en la economía, la han excluido de sus análisis, alegando por ejemplo que se trata de un concepto difícil de capturar en una ecuación matemática (Baumol, 1993). Por otra parte, y comparado con otros factores que inciden en el desarrollo, la creación de empresas está a menudo ausente de la lista de indicadores macroeconómicos que ofrecen las fuentes secundarias. Algunos países disponen de datos sobre autoempleo si bien se trata de una medida de actividad emprendedora que suscita mucha polémica (ver por ejemplo, Van Stel, Carree, y Thurik, 2005) que además varía sustancialmente de una nación a otra, lo cual ha impedido hasta ahora la realización de estudios comparativos.

Precisamente, el proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en cuyos datos se basa parte de esta Tesis Doctoral, ha sido diseñado para subsanar esta carencia

y ofrecer una fuente rigurosa de información sobre la actividad emprendedora en más de 40 países. El marcado interés internacional, tanto en el ámbito académico como fuera de él, mostrado por iniciativas como el GEM demuestran su utilidad para el diseño y la mejora de las políticas encaminadas a impulsar la actividad emprendedora como motor del desarrollo económico. La riqueza de la información contenida en este estudio se refleja en la variedad de países estudiados, las diversas formas en las que se puede medir la actividad emprendedora y el elevado número de variables explicativas disponibles para el análisis, lo cual proporciona a los agentes políticos e institucionales involucrados una visión muy completa de las distintas medidas e instrumentos necesarios para fomentar un crecimiento económico sostenido.

Si bien no es nuestro objetivo analizar en esta Tesis la relación entre el desarrollo económico y la actividad emprendedora, hemos considerado adecuado, en esta parte introductoria de nuestro trabajo de investigación, arrojar algunas luces sobre esta relación, para resaltar de esta forma la relevancia del tema estudiado. Para ello, y en un primer lugar, realizaremos una revisión de la literatura existente sobre el tema y las principales conclusiones a las que ha abocado hasta el momento. En segundo lugar, nos centraremos de forma más precisa en la contribución de la actividad emprendedora de las mujeres y el interés que ésta representa de cara a las políticas públicas.

B. Análisis de la literatura sobre actividad emprendedora y crecimiento económico

Como hemos mencionado anteriormente, hay un cierto consenso entre los académicos sobre la existencia de una relación causal bi-direccional entre el desarrollo económico y la actividad emprendedora. Lo que parece menos claro no obstante, es el signo que ha de tomar dicha relación: los estudios publicados sobre el tema han sido a menudo contradictorios, reagrupándose principalmente en torno a dos corrientes de pensamiento: por un lado, están los investigadores que establecen una asociación positiva entre estos dos indicadores y, por otro, aquellos que ponen en entredicho este tipo de causalidad.

Una relación positiva: Uno de los principales argumentos utilizados por los defensores del primer enfoque es que la actividad emprendedora incide en la creación de nuevos puestos de trabajo y de nuevos productos y genera una nueva demanda de suministros de todo tipo. Krueger y Pischke (1997) explican por ejemplo las tasas relativamente bajas de desempleo en Norteamérica por la fácil entrada y expansión de nuevas empresas en esa zona con respecto a los países Europeos. Por otro lado, Romer (1994) demuestra que la introducción de nuevos productos tiene un impacto mucho más positivo sobre la bonanza económica que el creciente consumo de productos ya existentes.

Asimismo, algunos investigadores que intentaron dilucidar la ambigüedad encontrada en cuanto a la relación entre desempleo –entendida como lo opuesto al crecimiento económico – y la creación de empresas (Audretsch et al., 2001; Audretsch y Thurik, 2000), demuestran que el incremento en la tasa de actividad emprendedora observada en 23 países de la OCDE en el período comprendido entre 1984 y 1994, indujo una reducción de los niveles de desempleo de los mismos.

La contribución de la creación de empresas al desarrollo económico parece además ser mucho más significativa en los países emergentes ya que los emprendedores que tienen éxito al lanzar su empresa crean empleo, amplían segmentos del mercado, modernizan la forma de hacer negocios y aportan una nueva elección de productos o servicios dentro de sus comunidades. Esta contribución es tanto más importante en cuanto que una proporción no desdeñable de emprendedores consiguen desarrollar sus micro-empresas y convertirlas al cabo de tres a cinco años en PYMEs consolidadas.

Dentro de la corriente que aboga por una relación positiva entre creación de empresas y crecimiento económico están también aquellos que aportan un matiz a esta alegación precisando que la actividad emprendedora no tiene un impacto directo sobre el crecimiento sino que actúa más bien como un catalizador de cambio en otros factores macroeconómicos (como por ejemplo la promoción de la competición entre empresas. (Dutz, Ordoover, y Willig, 2000), – algo que empíricamente se podría testar como una variable mediadora-, los cuales a su vez, conducen hacia un mayor crecimiento.

Por otra parte, si se analiza cómo afecta el progreso económico a la actividad emprendedora, se observa que, desde la década de los 70, la renta per capita ha tenido un impacto positivo sobre la tasa de autoempleo en gran parte de las naciones

desarrolladas (Storey, Sexton, y Landström, 1999). Carree, Van Stel, Thurik and Wennekers (2002) ofrecen algunos argumentos para explicar esta relación positiva: el desarrollo económico viene acompañado a menudo por el surgimiento de industrias nuevas, un sector en el que las empresas pequeñas tienen una ventaja competitiva debido a su elevada capacidad de innovación (Acs y Audretsch, 1987) y a la menor importancia de las economías de escala como consecuencia de la introducción de las nuevas tecnologías. Además, las PYMEs están especialmente bien equipadas para hacer frente a la creciente demanda de productos y servicios nuevos generada por el aumento del nivel de renta per capita, lo que les permite proporcionar de forma rápida unos bienes novedosos y altamente especializados.

Basándose en la teoría de Maslow, Verheul y otros (2002) aducen además que a mayor nivel de prosperidad, corresponden unas necesidades personales más elevadas. En este sentido, el autoempleo ofrece mayores posibilidades de satisfacer las necesidades de realización personal (*self-realization* en inglés) que ejecutando un trabajo rutinario como empleado. Un buen exponente de esta afirmación es el hecho de que el peso del sector de servicios, caracterizado por la preponderancia de empresas pequeñas y emprendedoras, aumente proporcionalmente al incremento de la renta per capita (EIM/ENSR, 1997).

Los avances tecnológicos son además, en sí mismos, y no solo a través de su impacto en la prosperidad económica, un motor de la actividad emprendedora en un país, y ello al generar una oferta de nuevos bienes y servicios. Esta hipótesis de la existencia de una relación positiva entre la tasa de cambio tecnológico y la actividad emprendedora ha sido corroborada recientemente por la investigación empírica de Shane (1996). Por otra parte, una prosperidad más elevada incurre en una demanda por bienes y servicios más diferenciados (por ejemplo, productos de lujo), y el efecto conjunto de la oferta y la demanda se traducen en más actividad emprendedora.

Una relación ambigua: En contraposición con los proponentes de la hipótesis de una relación positiva entre actividad emprendedora y crecimiento, existen estudios que aducen que éste último puede tener un impacto contradictorio sobre la creación de empresas, al afectar el “arbitraje” individual entre distintas ocupaciones profesionales. Un exponente de esta situación se puede encontrar en el estudio de Dejardin (2000) que afirma que la conjunción entre actividad emprendedora y crecimiento no es tan obvia

como lo sugiere gran parte de la literatura académica sobre el tema. Para apoyar este argumento, el autor analiza los casos en los que la asignación de aptitudes emprendedoras se desvía de la creación de empresas propiamente dicha hacia otras actividades de tipo “rent-seeking” que pueden afectar negativamente a la economía, como son las actividades ilegales y delictivas. Estas alternativas, si bien pueden ser sumamente creativas e innovadoras, y generar rentas sustanciales para sus promotores, terminan afectando negativamente el crecimiento económico de la zona en la que tienen lugar.

Por otra parte, se identifican varios trabajos que demuestran que, a menudo, el desarrollo económico de un país viene acompañado por una disminución en la tasa de autoempleo (Bregger, 1996; Carree et al., 2002; Schultz, 1990). Esta tendencia encuentra su explicación en varios factores: en primer lugar, el desarrollo induce un aumento en el nivel de salarios y, frecuentemente, en una mejora en el sistema de seguridad social lo cual eleva el coste de oportunidad del autoempleo y convierte el trabajo como salariado en una opción mucho más atractiva (Iyigun y Owen, 1988). En este caso, los emprendedores potenciales se ven atraídos por un trabajo más seguros como empleados, lo cual aumenta el tamaño promedio de las empresas (Lucas, 1978).

El Informe Global del proyecto GEM también proporciona evidencia acerca de que la relación entre desarrollo y actividad emprendedora es ambigua. Acs, Arenius, Hay y Minniti (2004) muestran que en países con niveles bajos de renta, el sector emprendedor proporciona oportunidades de empleo y buenos escenarios para la creación de nuevos mercados. Sin embargo, a medida que la renta per capita aumenta, la emergencia de nuevas tecnologías y economías de escala permite que las grandes firmas establecidas satisfagan la demanda creciente de los mercados en expansión, así incrementando de esta forma la importancia relativa de su papel en la economía. Este aumento de importancia de las grandes empresas suele venir acompañado de una reducción de la creación empresarial porque hay un mayor número de personas que encuentra un trabajo estable en las grandes empresas industriales.

Una relación que varía en función del nivel de desarrollo: En la sección anterior explicábamos cómo el crecimiento económico que se produce en los países de renta baja podía inducir una disminución en la tasa de actividad emprendedora. Esta situación cambia no obstante para los países que alcanzan un nivel mayor de bonanza económica.

En efecto, a medida que se generan de nuevo incrementos de renta, el papel jugado por el sector emprendedor vuelve a crecer, ya que otra vez hay más personas que tienen los recursos necesarios para crear su propio negocio, en un ambiente económico que permite la explotación de oportunidades. Así, en las economías de rentas altas, los costes bajos y el buen ritmo del desarrollo tecnológico desembocan en un clima benigno para las actividades emprendedoras que se encuentran ante un escenario de nuevas ventajas competitivas.

Parece por tanto que el crecimiento puede tener un impacto positivo o negativo dependiendo del nivel de desarrollo económico del país, una teoría que tiende a calar cada vez más en el círculo de los académicos. Una de las incursiones más recientes sobre el tema es estudio de van Stel, Carree y Thurik (2005) que demuestra cómo varía el impacto del *entrepreneurship* sobre el crecimiento según la etapa de desarrollo en la que se halla cada país. El argumento teórico parte del modelo de Lloyd-Ellis y Bernhardt (2000) que describe cómo la actividad emprendedora genera un proceso de retroalimentación con respecto al empleo asalariado, el cual afecta a varios factores macroeconómicos como son la migración rural-urbana, el nivel de salarios y el ratio capital/PIB. Lo más relevante de este modelo es que esta dinámica varía en cada país en función de su estructura económica y la fase del desarrollo económico en la que éste se encuentra.

Resulta por tanto imprescindible emplear la máxima cautela a la hora de comparar la actividad emprendedora de países que se hallan en distintas fases de crecimiento. Por ejemplo, unas elevadas tasas de creación de empresas en un país en vías de desarrollo no representan forzosamente una señal de fortaleza económica como podría ser el caso de un país desarrollado. En particular, unas diferencias en el nivel medio de capital humano de los emprendedores entre los dos tipos de países pueden incidir en la creación de una proporción mucho más reducida de empresas con alto potencial de crecimiento en las economías emergentes, por lo que la actividad emprendedora en estos países generaría relativamente poco valor añadido a la economía. Asimismo van Stel, Carree y Thurik (2005) afirman que unas elevadas tasas de autoempleo en un país en desarrollo pueden esconder un sector informal en plena expansión en vez del progreso económico que conlleva la innovación en los países desarrollados. Según estos autores, el impacto económico de la actividad emprendedora

es por tanto incierto en las economías que no han alcanzado un mínimo nivel de desarrollo.

Estos argumentos concuerdan con el análisis desarrollado por el GEM Global (ver Minniti, Bygrave, y Autio, 2005) que establece una distinción entre dos tipos de iniciativa emprendedora: la “iniciativa por oportunidad” y la “iniciativa por necesidad”. Si bien la “iniciativa por oportunidad” tiene un claro apoyo en el crecimiento económico, la “iniciativa por necesidad” se ve potenciada cuando la actividad económica se contrae y aumenta el nivel de desempleo, buscándose la creación del propio negocio como una vía de empleo alternativo para salir adelante. La importancia relativa de cada uno de estos dos tipos de iniciativa emprendedora es la que marcará la relación positiva o negativa de causalidad desde el crecimiento económico hacia la actividad emprendedora en cada nación.

2.1.3. La actividad emprendedora femenina

A. La actividad emprendedora femenina en el mundo y su relación con el desarrollo económico

Hasta fechas muy recientes, gran parte de los estudios sobre mujer emprendedora habían sido inspirados por consideraciones de índole social, a saber la búsqueda de una mayor igualdad de género. Se asumía que las emprendedoras se enfrentaban a una discriminación con respecto a sus homólogos masculinos, lo cual les dificultaba el acceso al mundo empresarial y convertía la aventura emprendedora en un camino más arriesgado. Hoy día investigadores y políticos son cada vez más de la opinión que las mujeres emprendedoras desempeñan un papel fundamental en el progreso económico. Aún cuando temas como las barreras y los obstáculos a la mujer emprendedora siguen siendo objeto de debate, ello se hace desde la óptica de que la mujer emprendedora constituye un activo desaprovechado y tiene el potencial de contribuir al desarrollo económico del país. Así lo refleja el informe de la Comisión Europea sobre buenas prácticas en la promoción de la actividad emprendedora femenina, que si bien presenta la igualdad de género como el principal objetivo

perseguido con el apoyo a la mujer emprendedora, articula la relevancia del tema en torno al argumento de que la mujer representa “*una fuente latente de crecimiento económico y de creación de empleo y debería ser apoyada*” (2002, p.3). Asimismo, un reciente estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (Weeks y Séller, 2001) considera el fomento de la actividad empresarial de la mujer en América Latina como una estrategia de desarrollo en sí. El estudio afirma en efecto que las contribuciones económicas hechas por las mujeres resultan mucho más significativas cuando éstas son propietarias de empresa que cuando son empleadas por cuenta ajena. Datos del National Foundation of Women Business Owners en Estados Unidos para el año 2007 estiman de hecho la contribución de las emprendedoras a un 19% del crecimiento del PIB pero sólo encuentran una correlación del 0,3% entre el empleo femenino por cuenta ajena y este mismo indicador.

Así pues, el principal argumento macroeconómico detrás del estudio de la mujer emprendedora es que ésta constituye un motor del crecimiento económico (Ahl, 2006; Verheul, Uhlaner, y Thurik, 2005). Este argumento se basa a su vez en la relación frecuentemente mencionada que existe entre la actividad emprendedora y el desarrollo económico, un desarrollo que las naciones pueden conseguir, hoy más que nunca, incorporando a una parte de su fuerza productiva hasta ahora ignorada: las mujeres.

A nivel individual, la actividad emprendedora es considerada como una vía que las mujeres han de emprender para conseguir la independencia económica y poder conciliar vida familiar y profesional. El autoempleo se percibe además como un modo para desarrollarse a nivel personal y escapar las barreras que impiden a las mujeres acceder a puestos directivos en las grandes empresas (barreras comúnmente conocidas como “techo de cristal”). En este sentido, la emancipación de las mujeres a través de la creación de empresas constituye un importante motor de progreso, pues permite aprovechar al máximo las potencialidades individuales que existen en el mercado, y ello independientemente del sexo. Verheul (2005) encuentra en los casos estadounidense y canadiense una prueba de la relación positiva que existe entre diversidad de la actividad emprendedora (es decir la participación femenina en la misma) y desempeño económico, ya que estos dos países son unos de los más desarrollados del mundo y, al mismo tiempo, arrojan las proporciones más elevadas de actividad emprendedora femenina. La autora comprueba esta afirmación de forma empírica, testándola sobre una muestra de 23 países de la OCDE y a nivel regional, utilizando una selección de 292

ciudades estadounidenses durante el período 1997-2002.

Desde el punto de vista teórico, el argumento a favor de la contribución de la mujer emprendedora en la economía se halla en el concepto de diversidad y la importancia que ésta tiene como impulsor del crecimiento. Existen numerosas investigaciones que reconocen y analizan la importancia de la diversidad en el progreso económico, tanto a nivel de un grupo de individuos como desde el punto de vista de las empresas, las industrias, o las regiones (ver por ejemplo Cohen y Klepper, 1992; Cohen y Malerba, 2001; Quigley, 1998). En cuanto a los primeros fundamentos teóricos, estos se remontan por lo general a la teoría evolucionaria (*evolutionary theory*), y a los estudios de Nelson (1991) y Nelson y Winter (1982) que hacen hincapié en la importancia de la heterogeneidad entre los distintos agentes económicos para alcanzar el progreso.

Para regresar al tema que nos ocupa, señalar que un aumento en el número de emprendedores incrementa la diversidad del tejido empresarial, y por ende, el desempeño económico de una región o un país (Cohen y Klepper, 1992). Los estudiosos de la ecología de poblaciones (*population ecology*) afirman que cada empresa es única por lo que todo emprendedor participa en el crecimiento ofreciendo nuevos productos y servicios. Verheul et al. (2002) se basan a su vez en estos argumentos para demostrar que, dado que el porcentaje de mujeres en la actividad emprendedora se sitúa por debajo del 50% en la mayoría de los países de la OCDE, y en la medida que mujeres y hombres tienen perfiles diferentes, crean empresas distintas y las gestionan de forma distinta, un incremento en el número de mujeres emprendedora representa una fuente importante de diversidad empresarial. Desde esta perspectiva resulta por tanto sumamente interesante estimular la actividad emprendedora femenina.

B. Interés del estudio de la actividad emprendedora femenina para el diseño de políticas económicas

Los estudios sobre actividad emprendedora adquieren cada vez más relevancia para las políticas económicas, ya que permiten dilucidar cuáles deben ser las áreas de actuación de los gobiernos en materia de política empresarial, fiscal, de educación, social etc., encaminadas a fomentar la actividad emprendedora en las naciones. Existe

un interés creciente, a nivel gubernamental y académico, en identificar los factores asociados a la gestión y al desempeño de las pequeñas y medianas empresas. En España, las administraciones públicas vienen estableciendo desde los años 80 unos programas de apoyo a la creación de empresas a todos los niveles (nacional, regional y local), que van desde la orientación, formación y asesoramiento hasta la concesión de todo tipo de ayudas económicas.

Sin embargo, estas políticas de fomento a la creación de empresas no siempre han estado exentas de problemas, y pocas han logrado fomentar unas actitudes positivas hacia la actividad emprendedora en la población española. En gran medida, los expertos atribuyen estas deficiencias al desconocimiento del que adolecen los gobiernos a la hora de abordar el tema. Urbano explica por ejemplo que:

“Mientras que en la política económica existe una teoría y una larga experiencia sobre el efecto que las principales variables (tipo de interés, presión fiscal, etc.) tienen sobre las distintas magnitudes macroeconómicas (inflación, nivel de ahorro, inversión, etc.), en el campo de la creación de empresas, por ser un campo de estudio relativamente joven, no se dispone aún ni de una única teoría ni de la misma larga experiencia” (2005: 15).

En el caso particular de la actividad emprendedora femenina, señalar que menos del 40% de los emprendedores son mujeres en España, mientras que este porcentaje puede alcanzar cifras del 50% en ciertos países de la OCDE (De La Vega et al., 2006). A la luz de este diferencial, numerosos autores vienen tratando de establecer distinciones entre los procesos de creación de empresas sobre la base del género al que pertenece el emprendedor y utilizando dichas distinciones como objetivos de propuestas de actuación encaminadas a reducir el *gap* existente entre el número de empresarios frente al de empresarias (Birley, 1989; Gunnerud, 1997). Desde el punto de vista de las políticas públicas en España, esta realidad ha hecho del estímulo de las iniciativas empresariales femeninas una de las líneas fundamentales de la actuación pública en el campo de la promoción empresarial. No obstante, la proliferación durante estos últimos años de este tipo de medidas¹⁰ parece haber tenido un éxito muy desigual en las distintas regiones españolas: los estudios del GEM-España resaltan en efecto que estas regiones difieren no sólo en cuanto a la tasa de negocios lanzados por mujeres, sino también en

¹⁰ Para más información acerca de estas medidas, ver ESPACIOPYAME (2001), Especial Mujer emprendedora.

cuanto al grado de éxito subsiguiente de las empresas creadas (De la Vega y otros, 2005, 2006 y 2007).

En este sentido, cabe señalar que si bien la actividad emprendedora puede ser un camino viable para el progreso económico de las mujeres (Robb, 2002), unas políticas inadecuadas podrían terminar reforzando las desigualdades hombre-mujer que existen actualmente (Weekes-Vagliani, 1980). Es por tanto necesario mejorar la comprensión de las especificidades de la actividad emprendedora femenina sin lo cual los esfuerzos encaminados a fomentarla podrían revelarse inútiles para no decir perjudiciales.

Es en esta línea donde debemos enmarcar nuestra aportación. Una vez detectadas teóricamente las especificidades vinculables al género dentro del *entrepreneurship*, intentaremos verificar empíricamente las particularidades entre las trayectorias emprendedoras de hombres y mujeres. A partir de esto, bien procuraremos presentar ciertas aportaciones que faciliten a expertos y entidades políticas fomentar la actividad emprendedora femenina, o bien optaremos por reflejar la inexistencia de distinciones estadísticamente relevantes entre ambos grupos y lo superfluo de intervenciones concretas para el colectivo femenino. Sobre todo, intentaremos alejarnos del enfoque tradicional centrado en alcanzar mayores cotas de en lo que a nuevas aventuras empresariales femeninas se refiere, para hacer hincapié en la necesidad de mejorar las perspectivas de éxito de las mismas. Como veremos a lo largo de esta Tesis, no sólo se trata de estimular esta actividad sino sobre todo de fomentar el desarrollo de empresas de mayor calidad, tanto desde el punto de vista de la rentabilidad económica como del grado en que estas empresas cumplen con las expectativas de las emprendedoras y le ayudan a lograr sus metas profesionales y personales.

2.2. Análisis descriptivo de la actividad emprendedora femenina en España

A continuación, utilizamos la información disponible en el proyecto GEM para realizar un esbozo de la situación general de la actividad emprendedora femenina en España. Este análisis descriptivo, basado en los datos de la encuesta a la población adulta (APS) para los años 2005 y 2006, pretende servir de introducción al resto de nuestra Tesis que se centrará de forma específica en estudiar la relación entre género,

entorno familiar y desempeño de las actividades emprendedoras. De este modo, se pretende poner nuestro estudio en el contexto más global de la actividad emprendedora española e internacional.

Como se verá en detalle en el Capítulo 6, el GEM es un proyecto liderado por las escuelas London Business School y Babson College, que cuenta además con el apoyo de la Ewing Marion Kaufman Foundation. Su fin principal es calcular la tasa de actividad emprendedora y analizar los factores más relevantes que promueven la creación de nuevas empresas en los países que participan en el proyecto a partir de una investigación de carácter internacional. Por tanto, recoge datos homogéneos que utiliza para realizar comparaciones entre países. La información necesaria no disponible en fuentes secundarias la obtiene mediante la realización de dos encuestas en cada país participante, una dirigida a un mínimo de 2000 personas elegidas aleatoriamente (el APS), y otra a un mínimo de 36 expertos en temas relacionados con la actividad emprendedora.

2.2.1. Análisis de la actividad emprendedora femenina en España desde una perspectiva internacional

El primer resultado de interés respecto a la actividad emprendedora femenina se refiere al análisis comparativo del indicador de la tasa de actividad emprendedora femenina (el TEA¹¹ femenino) en el contexto internacional.

¹¹ TEA = índice GEM de actividad emprendedora (Total Entrepreneurial Activity)

Tabla 1 - Comparación internacional de la actividad emprendedora

Países GEM 2006	TEA	TEA mujeres	TEA hombres	Ratio M/H	TEA mujer oportunidad	TEA mujer necesidad
Perú	40,15	39,27	41,02	0,96	27,35	11,92
Filipinas	20,44	22,45	18,40	1,22	12,11	10,34
Indonesia	19,28	18,73	19,84	0,94	15,42	3,30
Jamaica	20,32	18,14	22,58	0,80	11,23	6,23
Colombia	22,48	17,30	27,97	0,62	9,75	7,55
Tailandia	15,20	14,18	16,25	0,87	9,61	4,46
China	16,19	13,79	18,46	0,75	6,54	6,82
Argentina	10,18	13,78	6,57	2,10	10,60	3,07
Australia	11,96	9,87	14,02	0,70	8,84	1,03
Brasil	11,65	9,61	13,74	0,70	4,00	5,51
India	10,42	9,16	11,60	0,79	5,62	2,71
Uruguay	12,56	8,60	16,61	0,52	4,04	4,45
Turquía	5,96	8,47	3,54	2,40	5,57	2,32
Chile	9,19	7,02	11,38	0,62	4,14	2,87
Canadá	7,12	5,99	8,25	0,73	5,18	0,61
Noruega	9,14	5,87	12,31	0,48	4,68	0,64
EEUU	8,82	5,78	11,87	0,49	5,36	0,43
Islandia	11,26	5,73	16,65	0,34	4,69	0,36
España	7,27	5,70	8,83	0,65	4,70	0,97
Croacia	8,58	4,87	12,35	0,39	2,35	2,51
Sudáfrica	5,29	4,83	5,79	0,83	3,12	1,22
Grecia	7,90	4,69	11,12	0,42	2,19	1,34
Méjico	5,26	4,48	6,10	0,73	2,60	0,87
Irlanda	7,35	4,20	10,51	0,40	3,49	0,51
Hungría	6,04	4,05	8,09	0,50	3,13	0,92
Finlandia	4,99	4,04	5,92	0,68	3,14	0,50
Singapur	4,85	3,75	6,00	0,62	3,12	0,58
Reino Unido	5,77	3,61	7,88	0,46	2,92	0,53
P. Bajos	5,42	3,60	7,20	0,50	3,19	0,28
Dinamarca	5,32	3,30	7,31	0,45	3,10	0,13
Italia	3,47	3,06	3,87	0,79	2,11	0,77
Japón	2,90	2,60	3,20	0,81	2,27	0,33
Alemania	4,21	2,58	5,79	0,45	1,35	1,05
Rusia	4,86	2,57	7,33	0,35	1,55	1,02
Francia	4,39	2,53	6,26	0,40	1,68	0,85
Suecia	3,45	2,43	4,44	0,55	2,20	0,13
Bélgica	2,73	1,04	4,39	0,24	0,83	0,22
E. Árabes U.	3,74	0,29	5,87	0,05	0,19	0,10

Fuente: De la Vega, Coduras, Cruz y Justo; 2007

Como podemos observar de la Tabla 1, España ocupa una posición moderada en lo que respecta a este índice, que alcanzó en el 2006 un 5,7% de la población adulta. No obstante se puede realizar una lectura optimista de este dato si lo analizamos con respecto al TEA masculino, que asciende a un 8,83%, puesto que nos indica que la disparidad entre hombres y mujeres en nuestro país es menos acusada que en países donde la participación de la mujer en el ámbito laboral está más consolidada, como puede ser Dinamarca o los Países Bajos. Dicho de otra manera, la tasa de actividad emprendedora femenina equivale aproximadamente a dos tercios de la tasa masculina, lo que coloca a España en la posición nº 19 de los 42 países incluidos en la muestra GEM para el año 2006.

La encuesta a la población adulta del proyecto GEM contiene una serie de preguntas especialmente dedicadas a investigar a qué motivación obedece la actividad emprendedora registrada en el país: la necesidad de emprender por falta de mejores alternativas de trabajo o bien el aprovechamiento de oportunidades de negocio que son detectadas por emprendedores potenciales. La Tabla 1 también indica que las emprendedoras españolas emprenden en más de un 80% de los casos para aprovechar una oportunidad (TEA por necesidad 0,97 y TEA por oportunidad 4,60). De este modo, los resultados revalan que las empresas creadas por mujeres se alejan cada vez más del estigma de negocio de subsistencia y con bajo potencial de crecimiento.

Si observamos la evolución conjunta de estos dos indicadores desde el año 2001, podemos notar que un descenso en el ritmo de creación de empresas parece afectar de forma mucho más acusada a la actividad emprendedora femenina que a la masculina. La Tabla 2 indica en efecto que durante el año 2002, una disminución del 41% en el TEA se había traducido en una caída del 50% del TEA femenino contra sólo en un 10% para el TEA masculino. Del mismo modo, la recuperación económica del año 2003, reflejada en un incremento del 47% del TEA total en España, había beneficiado especialmente al colectivo femenino con un aumento de su TEA de un orden del 58%. Durante el año 2005, el TEA femenino y el TEA masculino parecen haber tomado sendas aún más dispares ya que la ligera mejora del TEA nacional (un 10%) ha sido copada en su totalidad por las mujeres. El resultado final es un ratio cada vez más equilibrado (el 0,65) y equivalente al de la media del GEM.

Tabla 2 - Evolución histórica del TEA femenino en España

Año	2001	2002	2003	2004	2005	2006
		Δ	Δ	Δ	Δ	Δ
TEA	7,78	4,59 - 41%	6,77 + 47%	5,15 - 24%	5,40 + 10%	7,27 +35%
TEA Mujer	5,19	2,58 - 50%	4,07 + 58%	2,91 - 29%	4,15 + 43%	5,7 +37%
TEA Hombre	7,35	6,59 - 10%	9,46 + 43%	7,38 - 21%	7,17 - 3%	8,83 +23%
Ratios TEA mujer/ TEA hombre						
España	0,71	0,39	0,43	0,39	0,58	0,65
Media países GEM	0,51	0,52	0,55	0,55	0,59	0,67

Fuente: De la Vega, Coduras, Cruz y Justo; 2007

Se puede decir por tanto que la actividad emprendedora femenina en España, aunque lejos de alcanzar la paridad con la del hombre, ha experimentado una mejora constante y sostenida. Sin embargo, es importante resaltar que la evaluación de la participación de la mujer española en la actividad emprendedora no ha de realizarse exclusivamente en base a la proporción relativa de mujeres emprendedoras, sino que también es importante analizar el tipo de actividad desarrollada, es decir, si está dirigida al autoempleo o si también contempla la creación de valor y el aprovechamiento de oportunidades.

2.2.2. Perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora española

Tras varias décadas intentado aislar el “perfil típico” de la mujer emprendedora, los investigadores han llegado a la conclusión de que no existen diferencias socio-demográficas significativas entre las características de hombres y mujeres emprendedores (Brush y Bird, 1996; Hisrich et al., 1997; Sexton y Bowman-Upton, 1990), algo que también confirman los hallazgos de nuestro estudio (ver Tabla 3).

Así, analizando la muestra global del estudio GEM para el año 2006, *la edad* media de las emprendedoras españolas se distribuye de forma parecida a la de los emprendedores varones, situándose en torno a los 38 años. Detrás de esta cifra, se esconde no obstante un fenómeno digno de resaltar: la proporción de emprendedoras españolas es sistemáticamente inferior a la de los emprendedores en el tramo de edad situado entre los 35 y 44 años y superior entre los 45 y 55 años. Existe un paralelismo

entre estas variaciones y el llamado “ciclo de vida” de las personas que son objeto de nuestro estudio: mientras que la segunda mitad de la treintena representa un período en el que los hombres explotan al máximo su potencial emprendedor, para muchas mujeres en cambio esta etapa implica anteponer, aunque sea temporalmente, la constitución de una familia al desarrollo de una carrera emprendedora. Dada la mayor participación de las mujeres en el ámbito doméstico (crianza de los hijos, tareas del hogar), las emprendedoras han de realizar un doble esfuerzo para poder compatibilizar su rol de madre y esposa con el de jefe de empresa. Esto podría explicar que las españolas se incorporen a la actividad emprendedora en mayor medida que los hombres una vez finalizada la etapa de la maternidad.

Asimismo, y en consonancia con los resultados de investigaciones internacionales (Birley, Moss, y Sanders, 1987; Dolinsky, Caputo, Pasamarty, y Quazi, 1993; Fischer, Reuber, y Dyke, 1993), nuestro estudio indica que los niveles de *educación y formación* de los emprendedores son comparables entre hombres y mujeres, con una predominancia de los que poseen estudios universitarios. Lo interesante de este dato es que pone de relieve la peculiaridad de la mujer emprendedora con respecto a sus homólogas no-emprendedoras, ya que éstas sí que se encuentran en clara desventaja con respecto a los hombres en cuanto a nivel educativo.

Sin embargo, merece la pena mencionar que estos resultados no siempre pueden generalizarse a otros contextos, como por ejemplo en el caso de los países en desarrollo. Como muestra el estudio internacional del GEM sobre mujer emprendedora (Minniti, Arenius, y Langowitz, 2005), los emprendedores masculinos en los países de bajos ingresos tienden a estar mejor formados que las mujeres emprendedoras ya que la mayoría de estas últimas no consiguen completar la enseñanza secundaria.

También cabe señalar que aunque no hay diferencias de género en el nivel de educación, la literatura insiste en que el campo de especialización de los estudios realizados sí varía ampliamente. Las investigaciones que apoyan esta hipótesis indican que las mujeres poseen con mayor frecuencia títulos universitarios en humanidades que en negocios, ingeniería o disciplinas técnicas (Brush, 1992; Honing-Haftel y Martin, 1986), lo cual pone por tanto a las mujeres en desventaja respecto a los hombres para fundar una nueva empresa. Esta diferencia repercute a su vez en el tipo de experiencia profesional previa a la creación de empresas.

Tabla 3 - Perfil demográfico de los emprendedores españoles

	Mujer	Hombre	Muestra total
Emprendedores			
N	805	1253	2058
Porcentaje	39,1	60,9	100
Edad (%)			
18-24	7,1	8,1	7,7
25-34	36,3	36,6	36,4
35-44	27,6	30,8	29,5
45-54	20,2	16,8	18,2
55-64	8,8	7,7	8,2
Edad media (años)	38	38	38
Nivel de estudios (%)			
Sin estudios	2,9	2,3	2,5
Primarios	25,1	24,8	24,9
Secundarios	21,9	19,5	20,4
Medios	19,1	20,4	19,9
Superiores	31,1	33	32,2
Nivel de renta (%)			
< a 600€	5,2	3,6	4,2
600-1200€	21,8	16,7	18,7
1200-1800€	21,3	23,9	22,9
1800-2400€	14,2	16,1	15,4
> a 2400€	11,6	14,6	13,4
No contesta	26	25,1	25,4

En un intento de indagar más a fondo en este aspecto, hemos averiguado en nuestro estudio la existencia de diferencias de género en cuanto a formación específica en creación de empresas. Los resultados obtenidos (véase Tabla 4) invalidan a priori el supuesto de una desventaja femenina en este aspecto, ya que una proporción equiparable de emprendedores de ambos sexos, de un 31%, declara haber cursado este tipo de formación. Se trata no obstante de datos exploratorios que habría que confirmar estudiando, por ejemplo, el tipo de carrera elegida por las emprendedoras en España.

Tabla 4 - Formación de los emprendedores españoles

Pregunta	Categorías de respuesta	Población Emprendedora (%)		
		Total	Mujer	Hombre
Ha recibido cursos de formación en creación de empresas	Si	31,5	32	31
	No	68,5	68	69
	Total	100%	100%	100%

Del mismo modo, la distribución de emprendedores por *nivel de renta* familiar no arroja diferencias sustanciales relativas al sexo del propietario. Podemos observar no obstante que en el tramo de renta alta los hombres presentan un porcentaje ligeramente superior (14,6% contra 11,6% para las mujeres) situación que se invierte para los niveles de renta baja 81,8% y 5,2% para las mujeres contra 16,7% y 3,6% para los hombres).

2.2.3. Tipo de empresa creada

Una gran cantidad de los estudios plantea que existe un “perfil femenino” de carácter sectorial las empresas, con una mayor concertación de las mujeres emprendedoras en *el sector* de los servicios y en el comercio al detalle y una infrarepresentación en el sector industrial, los servicios a empresas y la construcción (Anna, Chandler, Jansen, y Mero, 2000). Las características propias a estos sectores femeninos, que ostentan menores barreras a la entrada, una competencia alta y márgenes de beneficio reducidos influirían sobre las probabilidades de éxito de las mismas, en perjuicio de las emprendedoras (Minniti, Arenius et al., 2005).

A grandes rasgos, el colectivo de las emprendedoras españolas identificado por nuestro estudio se ajusta al perfil descrito en la literatura científica, si bien de forma menos acusada de lo estipulado. Así, para comprobar las afirmaciones de los investigadores acerca de este tema hemos clasificado los sectores de actividad de las empresas españolas en dos categorías: Tradicionalmente femenino (venta al por menor, servicios) vs. No tradicional (manufactura, construcción o sectores tecnológicos), adoptando la clasificación avalada por varios estudio internacionales (véase por ejemplo, Anna et al., 2000). El resultado, reflejado en la Tabla 5 muestra que la

preponderancia de mujeres al frente de empresas que operan en sectores tradicionalmente femeninos, aunque significativa, es poco llamativa, como tampoco lo es su ausencia de los sectores tecnológicos.

Si a ello le añadimos que el importe medio invertido para crear una empresa en España, que ronda en torno a los 115.000 Euros, no varía en función del género, entonces podemos afirmar que nos encontramos a un tejido empresarial femenino cada vez más diversificado que se extiende a tipos de actividad anteriormente reservadas para los hombres.

Tabla 5 - Distribución sectorial de la actividad emprendedora en función del género

Pregunta	Categorías de respuesta	Población Emprendedora (%)		
		Total	Mujer	Hombre
Empresa en sector tradicionalmente “femenino”	• Si	44	46	42
	• No	56	54	58
	Total	100%	100%	100%
Empresa opera en sector tecnológico	• Sector de bajo componente tecnológico	94	97	92
	• Sector de componente tecnológico medio/alto	6	3	8
	Total	100%	100%	100%

Asimismo, la información que ofrece la Tabla 6 confirma que las empresas femeninas tienden a alejarse de los patrones tradicionalmente asociados con un nivel de competitividad y unas perspectivas de crecimiento inferiores a las empresas creadas y dirigidas por los hombres. Nuestros resultados invalidan la hipótesis según la cual las perspectivas de generación de empleo de las emprendedoras son inferiores a la de los emprendedores (Birley, 1989) al demostrar que, con independencia del sexo de su fundador, la mayoría de las empresas nuevas y nacientes en España (el 66,8%) emplean en entre una y cinco personas y esperan crear un número equivalente de puestos de trabajo en un plazo de 5 años.

Del mismo modo, nuestro estudio demuestra que si bien gran parte de las empresas españolas se inician con poca o ninguna vocación exportadora e innovadora, se trata de una realidad no cambia en función del género.

Tabla 6 - Distribución de género por nivel de empleo, innovación y exportación

Características de la empresa	Mujer	Hombre	Total
Número actual de empleados			
Ningún puesto de trabajo	19,5	21,6	20,8
Entre 1 y 5	70,2	64,4	66,8
Entre 6 y 19	8,6	12,6	10,9
20 o más puestos	1,6	1,4	1,5
Creación de empleo en el futuro			
Ningún puesto de trabajo	8,5	9,9	9,4
Entre 1 y 5	69,5	66,8	67,9
Entre 6 y 19	18,6	18,3	18,4
20 o más puestos	3,4	5	4,4
Intensidad exportadora			
Ninguna	59,1	63	60,7
1%-25%	20,6	18,7	19,9
25%-75%	13,1	11,6	12,5
75%-100%	7,1	6,7	6,9
Innovación			
No	84,7	84,5	84,6
Si	15,3	15,5	15,4

2.2.4. El apoyo institucional y cultural a la mujer emprendedora en España

A. El apoyo institucional

Una parte importante del debate acerca de las políticas públicas en el ámbito económico se ha centrado en cómo estimular la actividad emprendedora y, desde hace unos años, en cómo apoyar el desarrollo y crecimiento de empresas lideradas por mujeres. En línea con las investigaciones internacionales interesadas en evaluar el acceso de las emprendedoras a los programas de apoyo (Chrisman, Carsrud, De Castro, y Herron, 1990), nuestro estudio no ha detectado diferencias importantes en cuanto al género de las personas que se benefician de asesoramiento público o privado para fundar una empresa.

La Tabla 7 indica que el uso de asesoramiento sigue siendo marginal en España tanto en el caso de las mujeres como de los hombres, con un porcentaje de emprendedores que recurre a estos servicios que oscila entre un 1 y un 19%. Un análisis en profundidad del comportamiento de las mujeres y hombres emprendedores refleja no obstante algunas diferencias que merecen ser reseñadas. Así, se observa que las mujeres emprendedoras reciben asesoramiento empresarial en menor medida que los hombres. Estas disparidades, aunque significativas, son en general mínimas (en promedio, dos puntos porcentuales), siendo algo más importantes cuando la entidad proveedora de este servicio es una universidad, una consultora o una empresa de servicio.

Tabla 7 - El uso de asesoramiento en creación de empresas en función del género (2005)

Tipo de institución	Mujer			Hombre		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Instituciones y Organismos Estatales	19	81	100%	19	81	100%
Conserjería de su Comunidad	13	87	100%	14	86	100%
Cámara de Comercio	13	87	100%	14	86	100%
Universidad	5	95	100%	9	91	100%
Parque Científico y Tecnológico	1	99	100%	3	97	100%
Asociaciones Empresariales	9	91	100%	10	90	100%
Ayuntamiento	11	89	100%	12	88	100%
Cajas de ahorro	13	87	100%	15	85	100%
Bancos	15	85	100%	16	84	100%
Entidades de Capital Riesgo	3	97	100%	4	96	100%
Consultoras	7	93	100%	9	91	100%
Empresas de servicios	6	94	100%	8	92	100%

El análisis de las diferencias de género cobra algo más de relevancia cuando se estudia el tipo de asesoramiento recibido por parte del emprendedor. Según se refleja de la Tabla 8 los emprendedores reciben mas asesoramiento que las mujeres en materias tan cruciales para la creación y la supervivencia de un negocio como son los trámites administrativos y jurídicos, la financiación o la investigación y el desarrollo.

Tabla 8 - Tipo de asesoramiento recibido en función del género

Tipo de asesoramiento	Mujer			Hombre		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Orientación y análisis de la idea empresarial	15	85	100%	16	84	100%
Elaboración Plan de Empresa	14	86	100%	16	84	100%
Proceso de constitución y trámites administrativos	17	83	100%	22	78	100%
Financiación	20	80	100%	24	76	100%
Ayuda o subvenciones públicas	12	88	100%	15	85	100%
Análisis de mercado y producto	8	92	100%	9	91	100%
Asesoramiento jurídico	16	84	100%	22	78	100%
Servicios I+D+i	3	97	100%	7	93	100%
Asesoramiento tecnológico	8	92	100%	9	91	100%
Formación	12	88	100%	16	84	100%

En conclusión, podemos decir que no existen diferencias importantes en España en cuanto al uso de ayudas y asesoramiento institucional público y privado por parte de las mujeres y hombres emprendedores. Estas similitudes pueden explicarse por la multiplicación y el desarrollo constante, en las últimas décadas, de los programas encaminados a mejorar la participación de la mujer en el conjunto de los emprendedores (Belso, 2003) tal y como se desprende del plan de acción del Unión Europea y los planes nacionales y regionales en España para la igualdad de género.

Es preciso resaltar no obstante, que existe un debate, todavía sin resolver, sobre la utilidad y el contenido idóneo de los programas de apoyo a la creación de empresas específicamente dirigido a mujeres. En el caso de España, por ejemplo, Lamolla (2005b) indica en su estudio que gran parte de los programas de formación y fomento a la actividad emprendedora femenina tienen como enfoque principal el autoempleo, y están por tanto dirigidos a los estratos de la población femenina con menos formación y experiencia laboral. Pese a su importancia, este tipo de ayudas adolece de un sesgo hacia la mujer que emprende única y exclusivamente por necesidad. Ahora bien, nuestro estudio demuestra que, al igual que los hombres, las mujeres españolas emprenden para aprovechar una oportunidad de negocio en más del 80% de los casos.

Este debate no es en absoluto exclusivo al caso español y la proliferación de programas gubernamentales americanos y europeos dirigidos a las mujeres empresarias

está propiciando un cambio de enfoque por parte de académicos y profesionales desde una preocupación por su incorporación a la actividad emprendedora hacia un interés por adaptar las medidas existentes a las especificidades propias a este grupo (Carter y Allen, 1997; Ehlers y Main, 1998), y a prestar una atención especial a las empresas femeninas con alto potencial de crecimiento ya que éstas constituyen un estrato hasta ahora descuidado por las autoridades públicas.

B. El apoyo cultural

Es bien sabido que las tradiciones sociales y culturales contribuyen de forma significativa en determinar qué tipo de persona puede llegar a ser emprendedor. Por ejemplo, en sociedades con una tradición machista más arraigada, las mujeres no son alentadas a lanzar su propio negocio, si bien algunos expertos opinan por lo contrario que es esta persistente discriminación a la que se enfrenta la mujer en el mundo laboral la que la empuja hacia el autoempleo (Heilman y Chen, 2003).

En España, el peso de la cultura en la actividad emprendedora se puede apreciar a partir de la evaluación hecha por los expertos españoles entrevistados en el marco del proyecto GEM durante el año 2006 (ver Tabla 9). Esta evaluación, hecha en base a una escala que va del 1 al 5, alcanza una media de 3,36 puntos, indicando que existe un cierto apoyo cultural y social al emprendizaje femenino. En términos relativos, y en comparación con otros países, el grado de apoyo en España alcanza un nivel promedio ya que nuestro país se sitúa en la decimocuarta posición respecto a este factor, quedando incluso por detrás de países europeos con menos tradición emprendedora como puede ser Bélgica. Esta realidad, se traduce, como hemos podido comprobar en este capítulo, en una participación femenina moderada, a pesar de las distintas iniciativas llevadas a cabo desde el gobierno y la sociedad civil, para brindar apoyo a las mujeres emprendedoras¹².

¹² Una información detallada acerca de las ayudas económicas y no económicas a la mujer emprendedora se puede consultar a través de las páginas web del Ministerio de Trabajo y de Asuntos Sociales (www.mtas.es/mujer/micro.htm), de la Dirección General de la Pyme (www.ipyme.es) o de organismos no gubernamentales como El Banco Mundial de la Mujer y la Fundación Mujeres.es.

**Tabla 9 - Posición internacional de España respecto al apoyo a la mujer emprendedora
(2006)**

País	Puntuación de los expertos (escala de 1 a 5)	Posición internacional
Islandia	4,29	1
Finlandia	4,07	2
USA	3,80	3
Singapur	3,77	4
Filipinas	3,77	5
Australia	3,77	6
Noruega	3,74	7
Bélgica	3,64	8
Dinamarca	3,62	9
Emiratos Árabes	3,57	10
Indonesia	3,49	11
Colombia	3,44	12
Malasia	3,37	13
España	3,36	14
Reino Unido	3,33	15
Tailandia	3,30	16
Irlanda	3,22	17
Argentina	3,21	18
Jamaica	3,19	19
Eslovenia	3,18	20
Rusia	3,16	22
Uruguay	3,15	23
Grecia	3,14	25
México	3,13	26
Holanda	3,12	27
Sudáfrica	3,09	28
India	3,08	29
Chile	3,03	30
Brasil	3,03	31
Croacia	3,00	32
Perú	2,99	33
Turquía	2,90	34
Italia	2,84	35
Alemania	2,83	36
Hungría	2,49	37
Numero de países	36	

* Escala de 1 (muy en desacuerdo) a 5 (muy de acuerdo)

La siguiente tabla aporta algunas pistas adicionales para entender la peculiaridad del caso español, y recoge la opinión detallada de los expertos españoles acerca del grado de apoyo y de aceptación cultural del fenómeno emprendedor femenino. Dichos expertos nos confirman que, cada vez más, tiende a desaparecer el tópico acerca de la supuesta incapacidad de las mujeres para lanzar un negocio. Además, la carrera de empresaria es hoy en día considerada como una opción profesional socialmente aceptable para las mujeres, lo que explicaría que los expertos consideren que éstas tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres. Parece por tanto un poco contradictorio que España no ocupe las primeras posiciones con respecto a los 37 países analizados en el proyecto GEM. Sin embargo, si observamos con más detenimiento la información propiciada por la Tabla 10 podemos notar que este nivel comparativamente bajo podría explicarse por la falta de servicios sociales que les permitan solventar la disyuntiva “carrera profesional /familia-hijos” como por ejemplo la disponibilidad de guarderías públicas y la ampliación del horario escolar. Como respuesta a este vacío institucional, están surgiendo algunas iniciativas desde el ámbito privado, como es el caso de la Asociación Nacional de Empresarios y profesionales Autónomos (ANSEPA), que en el 2002 firmó un convenio con una entidad privada para asegurar a sus socias prestaciones económicas y bajas por maternidad.

Tabla 10 - Evaluación del apoyo cultural e institucional a la mujer emprendedora en España

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media*
En mi país, existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando después de haber fundado una familia.	2,43
En mi país, se fomenta entre las mujeres el autoempleo o la creación de empresas	3,51
En mi país, las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres	3,00
En mi país, crear una empresa es una carrera socialmente aceptada para una mujer.	3,44
En mi país, las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidad para la creación de empresas que los hombres	4,31

* Escala de 1 (muy en desacuerdo) a 5 (muy de acuerdo)

El tema de las barreras culturales parece por lo tanto particularmente difícil de contrarrestar con medidas concretas debido a que se trata de un fenómeno latente y difícil de discernir. Si bien el grado de aceptación cultural hacia la mujer emprendedora ha mejorado de forma sustancial con respecto a hace una década, la opinión de los expertos nos sugiere que sí existen algunos obstáculos que, de forma subliminal, frenan el empuje emprendedor de las mujeres. En efecto, éstas se ven particularmente perjudicadas a la hora de crear una empresa ya que, además de enfrentarse a las conocidas barreras financieras y administrativas, tienen que cargar con el peso de llevar los asuntos familiares. Estos datos concuerdan de hecho con las conclusiones de gran parte de la literatura actual, que considera los factores familiares (Brush, 1997; DeMartino, Barbato, y Jacques, 2006) como los principales obstáculos al emprendizaje femenino, tanto en el caso de los países desarrollados, como para los países en vías de desarrollo. Dada la importancia de este tema, en los capítulos siguientes abordaremos en detalle el impacto de estos factores en el desempeño y supervivencia de las empresas españolas.

2.2.5. Género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en España

Varios expertos consideran que si la incorporación de la mujer al ámbito laboral en España ha sido considerable en el sector público, modesta entre las asalariadas del sector privado y mucho menor en el caso de las emprendedoras, ello se debe principalmente a la influencia de las percepciones subjetivas que éstas se forman sobre la actividad emprendedora (Escobar et al., 2006). La propensión de un individuo a correr el riesgo de crear una empresa depende en efecto de un conjunto de percepciones subjetivas que éste se forma sobre la actividad emprendedora (Arenius y Minniti, 2005). Nuestro estudio descriptivo incorpora el análisis de la actitud de la sociedad española en general, y de los emprendedores en particular, con respecto a un conjunto de factores psico-sociales relacionados con la creación de empresas, lo cual nos permite evaluar la veracidad de estas afirmaciones.

A. Las habilidades emprendedoras

En primer lugar, nuestro informe confirma que la percepción de las habilidades y capacidades propias difiere, aunque sea ligeramente, en función del sexo del encuestado, siendo las emprendedoras españolas mujeres más modestas a la hora de auto-evaluarse (ver Tabla 11). Es preciso mencionar no obstante que estas diferencias pueden atribuirse, por lo menos en parte, no sólo a diferencias reales sino también a diferentes *percepciones* de la capacidad propia para emprender. Así, algunos estudios han demostrado que una de las barreras más significativas a la actividad emprendedora femenina radicaba en la percepción negativa que tenían las mujeres de sí mismas (Shragg, Yacuk, y Glass, 1992).

Tabla 11 - Habilidades profesionales de los emprendedores españoles

Pregunta	Categorías de respuesta	Población Emprendedora (%)		
		Total	Mujer	Hombre
Tiene habilidades para la creación de empresas	Si	97,5	96	99
	No	2,5	4	1
	Total	100%	100%	100%

B. El temor al fracaso

En segundo lugar, se detecta de la observación de la Tabla 12 que la menor representación de las españolas en el ámbito emprendedor se debe a que el riesgo que implica este tipo de actividades es mayor. Es cierto que las expectativas de ganancias son elevadas, pero también son más probables las pérdidas y, salvo excepciones, sólo aquellas personas con ventajas competitivas acceden y permanecen en esta actividad. Pero si el temor al fracaso es una barrera psicológica importante que frena a muchos emprendedores potenciales en España, el peso del estigma social de “fracasado” tiene no obstante un impacto diferente en función del género. Se trata de un factor de riesgo que se añade al papel secundario desde el punto de vista económico que la mujer ha

tenido en una sociedad patriarcal y a la predominancia de su rol en la esfera familiar, actuando ambos como frenos a la presencia femenina en la actividad empresarial.

Nuestros resultados confirman este argumento puesto que más mujeres que hombres consideran el miedo al fracaso como una barrera para lanzar un negocio. Así la Tabla 12 indica que las mujeres son en general más temerosas que los hombres y se declaran particularmente sensibles a este factor psicológico. Dentro de la población adulta no emprendedora un 50% de mujeres considera el miedo al fracaso como un freno personal a la creación de empresas contra solo un 43% de hombres en la misma situación.

Tabla 12 - Comparación de los factores psico-sociales en función del género

		Emprendedores (%)		No emprendedores (%)	
		Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Temor al fracaso le frena a crear empresa	Si	35	28	50	43
	No	65	72	50	57
	Total	100%	100%	100%	100%
Conoce emprendedor	Si	51	59	30	40
	No	49	41	70	60
	Total	100%	100%	100%	100%
Percibe oportunidades empresariales en su zona	Si	43	52	30	36
	No	57	48	70	64
	Total	100%	100%	100%	100%
N		800	1.235	12.712	12.396

No obstante, en el caso español, esta tendencia disminuye cuando se analiza la población emprendedora, puesto que dentro de este colectivo, las cifras pasan a ser del 35% de las mujeres y 28% de los hombres respectivamente. Una vez superada la predisposición inicial a rechazar la incertidumbre inherente a la creación de un negocio propio, las mujeres emprendedoras tenderían entonces a arrojar actitudes diferentes del resto de las mujeres y más propias de un emprendedor. Tal y como aducen Starr y Yudkin (1996), los emprendedores a menudo deben desviarse de las normas sociales imperantes para lanzar su negocio. Es por tanto posible que las mujeres emprendedoras, que a veces han de superar barreras sociales añadidas debidas a su sexo, ostenten

características psicológicas sustancialmente distintas al resto de mujeres no emprendedoras y más parecidas a la de sus compañeros emprendedores.

C. La disponibilidad de una red de contactos

Asimismo, la literatura retrata a los emprendedores como mejor integrados en redes de contactos profesionales que las emprendedoras (Moore y Buttner, 1997; Verheul y Thurik, 2001), factor cuya importancia se deriva de su papel inductor de la actividad emprendedora y del posterior éxito de la misma, al facilitar la obtención de información y recursos fundamentales para el desarrollo de la empresa. Además los emprendedores ejercen a menudo como un modelo de referencia (conocido como *role model* en inglés) en su entorno cercano, y los que le rodean suelen tener una mejor percepción de auto-eficacia en temas relacionados con la creación de empresas (Baron, 2000) al reducirse la ambigüedad y la incertidumbre sujeta a este tema. Por otra parte, la presencia de un emprendedor en la red de social de un individuo genera en este último mayor confianza propia en su capacidad para la actividad emprendedora, mediante la proporción continua de consejo y apoyo (Aldrich, 2000).

En su estudio de la actividad emprendedora en 34 países, Minniti, Arenius y Langowitz (2005) demostraron la existencia de una relación positiva entre el porcentaje de mujeres que conocían a un emprendedor y la tasa de actividad emprendedora femenina. En el caso de España, la falta de modelos femeninos a seguir que estimule a las mujeres a crear un negocio puede explicar en parte la tasa relativamente baja de actividad emprendedora femenina. Nuestro estudio, que mide la disponibilidad de una red de contactos, mediante la respuesta a la pregunta de si la persona conoce un emprendedor en su entorno, indica que dicho factor resulta significativamente menos favorable para la mujer que para el hombre, tanto si consideramos la población de emprendedores como la de no-emprendedores. Así, sólo un 51% de las emprendedoras y un 30% de las no-emprendedoras declararon conocer en su entorno cercano a un emprendedor, contra un 59% y 40% de los hombres respectivamente.

Si bien la relación entre género, redes sociales y actividad emprendedora no ha sido suficientemente investigada, la mayoría de los estudios existentes aducen que el

género tiene más influencia sobre el uso que el emprendedor da a estas redes para mejorar las probabilidades de éxito de su empresa que sobre su composición (Carter, Anderson, y Shaw, 2001). Esto apunta a la necesidad de fomentar no sólo la difusión de modelos de mujeres emprendedoras en España, sino también la participación activa de las mujeres emprendedoras en redes asociativas públicas y privadas de promoción empresarial.

D. La percepción de oportunidades para la creación de empresas

Finalmente, se comprueba que las mujeres españolas, tanto si son emprendedoras o no, son menos propensas a percibir buenas oportunidades empresariales que los hombres. Este dato refleja probablemente la percepción negativa que tienen las mujeres de sus propias habilidades para la creación de empresas al incidir éstas en una menor receptividad hacia las oportunidades existentes. Sin embargo, y a diferencia de los otros indicadores psico-sociales, estas diferencias no resultan estadísticamente significativas. Además, cabe resaltar que esta menor receptividad hacia las oportunidades existentes no impide que la mayoría de las emprendedoras españolas tiendan a emprender por motivos de oportunidad empresarial.

PARTE II - MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS

CAPITULO 3. MUJER EMPRENDEDORA Y DESEMPEÑO

3.1. La relación entre desempeño empresarial y género: un debate todavía abierto

La investigación acerca de las mujeres emprendedoras ha sufrido un cambio importante desde que se publicó el primer artículo académico sobre el tema en los años 70 (ver las revisiones de la literatura hechas por Fischer et al., 1993; Greene, Hart, Gatewood, Brush, y Carter, 2003). A lo largo de esta evolución progresiva, el tema de la mujer emprendedora ha sido objeto de estudio desde distintos ángulos, que iban desde la identificación de los rasgos distintivos del autoempleo femenino (Hisrich y Brush, 1984; Hisrich y O'Brien, 1981) hasta análisis más avanzados relacionados por ejemplo con el entendimiento de cómo afecta el género a la estrategia empresarial (Carter et al., 1997) y el crecimiento (Gundry y Welsch, 2001).

En este contexto, una de las líneas de investigación que más interés ha despertado entre los académicos es la relación entre género y desempeño. Tal y como hemos comentado en el capítulo anterior, tratar de ofrecer una explicación al patrón de actividad emprendedora desarrollada por las mujeres y al grado de éxito que de ello resulta constituye un elemento fundamental para estimar su contribución a la economía y el desarrollo del país. Conocer el desempeño de las mujeres empresarias permite además evaluar en qué medida su incorporación al sector emprendedor les ayuda a lograr mayor independencia económica.

En este capítulo intentaremos ofrecer una primera aproximación a esta relación, a través de un repaso de la producción académica que existe sobre este tema. En primer lugar, nos interesaremos por los distintos enfoques teóricos, dentro y fuera del área de la economía, que intentaron aportar una explicación a las diferencias de género en el ámbito empresarial. En segundo lugar, expondremos cuáles han sido las contribuciones empíricas más relevantes sobre este tema en el área de *entrepreneurship*, sus principales conclusiones, y sus limitaciones. Finalmente, y centrándonos en las limitaciones

teóricas y conceptuales de los estudios realizados hasta la fecha, identificaremos las oportunidades de investigación que ello implica y plantearemos cómo pretendemos responder a las mismas mediante este trabajo de investigación.

3.1.1. Las Teorías sobre la desigualdad de género y el análisis del desempeño empresarial de las mujeres

Son muchos los argumentos que se han construido para explicar la existencia de diferencias de género en el ámbito empresarial, la mayoría de los cuales pueden ser resumidos de acuerdo con Anker (1997) en tres grandes teorías: las del capital humano, las de la segmentación del mercado y las teorías feministas. A continuación describiremos los postulados de estas tres ramas teóricas, centrándonos en las teorías feministas puesto que han sido éstas las que mayor incursión han hecho en el campo de la investigación sobre mujer emprendedora.

A. Las Teorías del Capital Humano

Las teorías del capital humano (Becker, 1983) basan su explicación en la suposición de que tanto los mercados, como los agentes son racionales y actúan en función del máximo beneficio. Ahora bien, desde el punto de vista de la oferta, las mujeres acumulan menos formación y experiencia por el hecho de tener que dedicar parte de su tiempo a las responsabilidades familiares y del hogar. Además, estas responsabilidades empujan a las mujeres a escoger *“las ocupaciones en las que, en términos relativos, la remuneración sea alta, el rendimiento de la experiencia, bajo, y el perjuicio derivado de la retirada temporal de la vida activa, ligero”* (Becker, 1983: 346). Según las teorías del capital humano, estos condicionantes perjudicarían claramente a las mujeres jóvenes que tuvieran en perspectiva formar una familia, puesto que la actividad emprendedora a menudo posee las características contrarias. Así, Escobar y otros (2006) afirman que ésta ocupación: *“exige al principio un desembolso de ingresos, en lugar de recompensas inmediatas; requiere de una larga experiencia*

para obtener los mejores beneficios y el perjuicio de una retirada de la actividad puede ser muy pernicioso” (2006: 30).

Pese a la utilidad de las teorías de capital humano, esta Tesis considera que sus argumentos de cara al tema que nos ocupa son incompletos: en primer lugar, y en base al principio de racionalidad económica de los agentes, este enfoque sólo considera las ocupaciones laborales desde el punto de visto del lucro económico, razonamiento que también aplica a la actividad emprendedora. La tesis central de nuestro trabajo se fundamenta, en cambio, en reconocer los beneficios no-económicos que se derivan de la actividad emprendedora, beneficios que expondremos en detalle más adelante. En segundo lugar, y relacionado con lo anterior, el cese de la actividad emprendedora se considera como algo fundamentalmente negativo y por ende involuntario, cuando nosotros argüimos que ello dependerá de los objetivos iniciales perseguidos por el emprendedor o la emprendedora y que el cierre de una empresa puede incluso ser percibido como una finalidad en sí misma.

B. Las Teorías de la Segmentación

Las teorías de la segmentación del mercado (Doeringer y Piore, 1985)—enfocadas en el mercado de trabajo, aunque extensibles a toda actividad económica— toman en cuenta los patrones culturales y sociales, los factores estructurales y los procesos históricos que inciden en la configuración de los mercados de trabajo para explicar las condiciones de inserción laboral de los trabajadores. Si bien el género no siempre forma parte de su preocupación central, los teóricos de la segmentación lo incluyen como una variable más a tener en cuenta en los procesos de segmentación puesto que las posibilidades de inserción de ambos géneros, lejos de la igualdad, se caracterizan por divisiones importantes.

La premisa fundamental de dichas teorías es que las actividades económicas se encuentran divididas en dos sectores: un mercado de trabajo primario que se caracteriza por la presencia de puestos de trabajo con salarios relativamente elevados, buenas condiciones de trabajo, y por la posibilidad de desarrollar carreras laborales, y el mercado de trabajo secundario, que se caracteriza por bajos salarios, malas condiciones de trabajo, pocas posibilidades de avance y promoción, e inestabilidad en el empleo. En

la primera categoría podrían incluirse las/os grandes empresarias/os y los trabajos estables bien pagados, y en la segunda se incluirían gran parte de las actividades de los emprendedores, autónomos y los empleos temporales de las pequeñas, medianas y, en general, inciertas empresas.

Para formar parte del primer segmento es necesario, según esta teoría, realizar un proceso de selección entre los supuestamente mejores, que son —al igual que consideraba la anterior teoría— los de mayor formación y los que puedan garantizar mayor fidelidad. En ese marco, se señala que la contratación, la formación y la promoción de los trabajadores constituyen fundamentalmente procesos sociales y no simplemente económicos. En este sentido, el sexo, al igual que la raza o el origen étnico, constituyen factores centrales que pueden incidir en los procesos de inserción laboral. Por lo tanto, se argumenta que las mujeres se verán a menudo excluidas de este tipo de sector.

Sin embargo, a diferencia de las teorías del capital humano, se considera que convertirse en una persona laboralmente autónoma, en la mayor parte de los casos, no requiere unos recursos económicos altos ni tampoco una formación específica. En consecuencia, está abierto inicialmente a una ingente cantidad de personas, pero una dura competencia posterior hará que sólo permanezcan en ella quienes ofrezcan un trabajo de calidad a un precio competitivo y eso —en la mayor parte de los casos— sólo es posible mediante bajos beneficios, por lo que es un segmento propicio a ser ocupado por mujeres.

Este enfoque teórico, que tiende actualmente a quedar en desuso, ha recibido varias críticas de las que destacamos dos por sus implicaciones en el ámbito de investigación sobre *entrepreneurship*. La primera crítica se refiere a la caracterización de las PYMEs como un sector poco atractivo, tanto a nivel individual, por los supuestos bajos beneficios que genera, como a nivel macroeconómico por estar considerado como un sector con poco valor añadido, y con un impacto negativo en el bienestar de los agentes implicados. Hoy en día es sabido que se trata de una concepción errónea que ignora la importancia fundamental de la actividad emprendedora en nuestras economías. En segundo lugar, resulta evidente que estas teorías caracterizan a las mujeres como un grupo homogéneo que parece carecer de forma sistemática de recursos y estar confinado al rol doméstico, cuando la evidencia empírica demuestra que hoy en día las mujeres, y

en particular las emprendedoras, abarcan una gama muy amplia de perfiles demográficos, sociales, económicos y psicológicos.

C. Las Teorías Feministas

Las teorías feministas son una rama específica de la teoría social que analizan las relaciones de género, entre las cuales se encuentran las relaciones de género en el ámbito de la actividad económica, y que dejan de lado los razonamientos económicos para buscar las explicaciones en la tradicional dominación de la mujer por parte del hombre. Según Harding (1987) y Berg (1997), estas teorías pueden clasificarse en tres grupos. En el primero, hombres y mujeres son considerados como esencialmente similares, en el segundo como fundamentalmente distintos y en el tercero, las diferencias y similitudes son consideradas como el resultado de una construcción social.

La *Teoría Feminista Liberal* (o feminismo empírico), que postula que hombres y mujeres son en esencia similares, pertenece al primer grupo. La génesis de esta teoría es el resultado de la reflexión política acerca de temas como la igualdad y los derechos civiles (teoría liberal política), y parte de la convicción de que la sociedad puede y debe ser reformada para la consecución de la igualdad de oportunidades.

La tesis fundamental del feminismo liberal ha sido articulada por Mary Wollstonecraft (1796), que aducía que la racionalidad, y no el sexo físico, constituían la base adecuada para los derechos individuales. Siguiendo esta óptica, la autora consideraba a hombres y mujeres como seres con capacidades equivalentes y atribuía automáticamente cualquier subordinación de las mujeres a la discriminación o a barreras estructurales como pueden serlo la falta de oportunidades para desarrollar sus capacidades intelectuales.

En línea con estos argumentos, las investigaciones en *entrepreneurship* que se apoyan en esta teoría suponen la existencia de prácticas discriminatorias que niegan a las mujeres el acceso a los recursos necesarios para establecer y gestionar una nueva empresa. Un supuesto clave utilizado en este tipo de estudios es que el acceso a los recursos en el momento de la creación de una empresa constituye un elemento decisivo en su éxito posterior. Dos tipos de recursos recibieron una atención especial: los activos proporcionados por cada individuo que inicia un proceso emprendedor bajo la forma de

capital humano (educación y experiencia profesional) y la capacidad de dicho emprendedor para tener acceso a otros recursos de su entorno (como por ejemplo, el capital financiero o el capital social). Basándose en este supuesto, los defensores de la teoría liberal feminista argumentan que las mujeres tienen un menor acceso a ambos tipos de recursos, lo cual convierte sus empresas en menos rentables y más vulnerables al fracaso que aquellas que son iniciadas por hombres.

Como indican Greer y Greene (2003), el enfoque feminista liberal de las actividades empresariales resulta útil para resaltar la persistencia de barreras institucionales y legales a la igualdad de género. La importancia de los estudios basados en esta teoría también reside en el hecho de que evidencian la necesidad de apoyar la actividad emprendedora femenina. Sin embargo, su empeño en ver a hombres y mujeres como iguales bajo la ley puede resultar contraproducente en la medida que oculta otras circunstancias que incurren en la desigualdad de género. Una de éstas diferencias emerge por ejemplo de la interrelación entre los roles profesionales y los familiares. El reparto de las labores profesionales y domésticas en función del sexo tiene una incidencia directa en el diferencial de desempeño entre hombres y mujeres, incluyendo las actividades emprendedoras. El análisis de estas diferencias constituye precisamente unos de los aspectos principales en los que ésta Tesis Doctoral pretende generar contribuciones.

Otra crítica hecha al enfoque liberal radica en que, pese a que su propósito es el de defender la igualdad (Grant, 1988), se trata de una perspectiva que se sustenta de forma implícita en un modelo normativo masculino. Es decir, que no pone en tela de juicio las normas actualmente vigentes sino que sencillamente aconseja a las mujeres adaptarse al orden social (Calas y Smircich, 1996).

El segundo grupo, conformado por la *Teoría Social Feminista* (también conocida como teoría psicoanalítica feminista o teoría radical feminista), atribuye a hombres y mujeres diferencias fundamentales, en sus trayectorias, experiencias y maneras de pensar. Estas diferencias son el resultado de variaciones en las formas de socialización que cada colectivo ha experimentado, aunque ninguna es menos válida que la otra (Calas y Smircich, 1992). Es decir que desde su nacimiento, hombres y mujeres se enfrenten a distintas experiencias sociales que inciden en su forma de ver el mundo.

El énfasis que la teoría social feminista pone en la socialización permite resaltar la diferencia entre género y sexo. El sexo es considerado como la diferencia fisiológica entre mujeres y hombres mientras que el género se refiere a modelos de comportamientos que son transmitidos culturalmente y que se imponen sobre la orientación social, los valores y los roles que ha de tener cada sexo.

Dado que la teoría social feminista percibe la experiencia como algo integrado en la cultura, rechaza la visión del feminismo liberal de que se puede conseguir una auténtica igualdad de oportunidades. En cambio, la teoría social feminista aboga por un reconocimiento y una valorización de la perspectiva y los valores femeninos. En este sentido, los rasgos femeninos son percibidos como unos recursos beneficiosos que han de ser utilizados de forma constructiva y no como una desventaja (Gilligan, 1982). En línea con esta corriente de pensamiento la investigación en administración de empresas ha intentado romper el conocido “techo de cristal” y fomentar la construcción de empresas sin estructuras jerárquicas y basadas en el liderazgo compartido (Iannello, 1992). Esta visión tampoco cuestiona las normas masculinas, sino que proporciona una alternativa o norma complementaria a la misma. En esencia, la teoría social feminista percibe los géneros como “distintos pero equivalentes” y ésta concepción conlleva la asunción implícita de que tanto los hombres como las mujeres tienen ciertas limitaciones que se complementan mutuamente.

Carter y Williams (2003) explican que la investigación en *entrepreneurship* que se apoya en esta teoría se ha centrado en detectar y analizar las diferencias entre hombres y mujeres que inciden en las variaciones en su grado de desempeño empresarial. Como detallaremos en la sección siguiente, si bien se han encontrado algunas diferencias, la tendencia actual consiste en descartar la existencia de rasgos de personalidad que realmente distingan a las mujeres emprendedoras de sus homólogos masculinos. De hecho, parte de la literatura ha llegado a la conclusión de que existen más similitudes que diferencias. Existe no obstante quien discrepa con esta conclusión, como por ejemplo Hurley (1999) que considera que la incapacidad para encontrar diferencias de género se debe a las medidas de investigación utilizadas. La autora demuestra que la mayor parte de los estudios acerca de las mujeres emprendedoras y empresarias se basan en el análisis de rasgos derivados de la psicología masculina y se centran en temáticas empresariales propias de los hombres. Estos argumentos concuerdan con las críticas versadas por otros investigadores reclamando que se integre

el género en los estudios sobre las organizaciones, situando tanto a hombres como a mujeres en el centro de los marcos analíticos (Tancred y Mills, 1992). Este tipo de análisis podría por ejemplo incluir una perspectiva más holística de la vida de las mujeres que la utilizada hasta ahora, en vez de considerar sus vidas como algo compartimentado en esferas rígidas y separadas las unas de las otras (Calas y Smircich, 1992), y sobre todo aquellas que se refieren al ámbito familiar y el ámbito profesional.

El argumento de Brush (1992) de que los motivos de las mujeres para crear una empresa difieren de los de los hombres encaja dentro de esta visión de integrar una perspectiva de género en el análisis. La autora explica que, a menudo, los hombres establecen un negocio para ganar dinero, mientras que las mujeres tienden a hacerlo como forma de compaginar vida laboral y profesional. Lo que estas diferentes motivaciones indican es en realidad una divergencia fundamental en la definición de un negocio. En vez de una entidad económica creada para realizar beneficios, Brush afirma que las mujeres perciben el negocio como “unas redes cooperativas de relaciones” en las que las relaciones empresariales no están separadas de las relaciones familiares, sociales y personales sino que se encuentran completamente integradas en ellas. Esta visión, que Brush (1992) denomina como “perspectiva integrada”, coincide con la teoría social feminista en reconocer la existencia de diferencias básicas entre hombres y mujeres y se centra en el estudio de las emprendedoras como parte de un entorno interrelacionado de relaciones laborales, familiares y sociales.

Nuestra Tesis se enmarca en este debate y parte de esta reflexión teórica para testar la explicación planteada por Brush (1992). Sin embargo nuestra investigación da un paso más pues no sólo reconoce la posibilidad de que existan distintas motivaciones para el inicio de una actividad emprendedora: también intenta comprender las implicaciones que esta perspectiva integrada de las mujeres tiene en su percepción del éxito posterior y sus decisiones con respecto a la continuidad de sus empresas.

En este sentido, nuestro enfoque se inscribe en la misma línea que el trabajo de Cliff (1998), que intenta conjugar feminismo liberal y feminismo social, demostrando que no son incompatibles: la autora afirma que las emprendedoras pueden ser igual de ambiciosas que los emprendedores pero que a menudo disponen de menos recursos que los hombres y, sobre todo, tienen una idea distinta de lo que es el éxito. Cliff también critica que la mayoría de los estudios se centren exclusivamente en mujeres u hombres y

propone la realización de un estudio mixto que analice a ambos sexos, objetivo que también nos proponemos cumplir en este trabajo.

La **Teoría Social Construccionalista** (también conocida como teoría feminista post-estructuralista) pertenece al tercer grupo. En contra del enfoque tradicional centrado en analizar las diferencias y similitudes entre hombres y mujeres, esta teoría se interesa más bien en cómo son construidos los conceptos de masculinidad y feminidad y cómo esta construcción afecta el orden social. En este sentido, el Género se refiere a lo que se percibe como masculino o femenino y es independiente del sexo biológico de una persona. Dicho de otro modo, el género es el resultado de la educación recibida, de las interacciones sociales y varía en el tiempo y en el espacio. En palabras de Ahl: “*El género es algo que es ‘construido’ o ‘llevado a cabo,’ ‘aplicado, en vez de algo que simplemente ‘es’*” (2002: 34). Al aplicar este planteamiento a la investigación en *entrepreneurship*, se deduce que las actitudes de un emprendedor no tienen porqué ser previsibles por el simple hecho de conocerse su sexo. Por ejemplo, todos los emprendedores varones no tendrán forzosamente un estilo de gestión “masculino”, ni todas las mujeres emprendedoras han de utilizar un estilo “femenino”. Como veremos en el Capítulo 4, este enfoque resulta sumamente útil para comprender cuándo un emprendedor o una emprendedora actuará o no de forma congruente con los estereotipos de género.

El interés de esta perspectiva radica además en que ha sido la base para que muchos estudios recientes empiecen a reconocer la heterogeneidad del colectivo de las mujeres emprendedoras. Por ejemplo, Cliff, Aldrich y Langton (2005), sin llegar a citar la teoría social construccionista, se apoyan en parte en sus argumentos para plantear que los emprendedoras pueden exhibir una mezcla de actitudes femeninas y masculinas. Asimismo, investigaciones como la de Fagenson y Marcus (1991) o la de Carter y Allen (1997) admiten que las mujeres no son un grupo homogéneo, y que diversos factores - genéticos, familiares, educacionales y de formación, la fase del ciclo de vida en que se encuentran y la existencia de modelos a seguir (lo que se viene a llamar en inglés como *role-model*), entre otros- pueden ser responsables de la existencia de diferencias entre ellas. Sin embargo, como indican Díaz y Jiménez (2004) éstas diferencias no llegan a estar verdaderamente teorizadas, por lo que las mujeres continúan siendo consideradas como una categoría analítica. Esta es pues la perspectiva menos desarrollada en la investigación, y a la que también nuestra Tesis pretende contribuir, dilucidando algunas

de las condiciones bajo las cuales se pueden identificar diferencias entre emprendedores de sexos distintos y también entre aquellos de un mismo sexo.

A pesar de que no existe unanimidad acerca de cómo la actividad emprendedora femenina debe de ser tratada teóricamente, lo cierto es que todas las perspectivas expuestas en este apartado son útiles y hasta cierto punto complementarias. Esta Tesis pretende alejarse de las posturas feministas (y sobre todo las Teorías Liberal y Social) en el sentido de que no intenta identificar diferencias o similitudes irreductibles entre los emprendedores de ambos sexos, puesto que se trata hasta cierto punto de un debate improductivo (MacKinnon, 1987). No obstante, consideramos que cada una de estas perspectivas teóricas realiza aportaciones interesantes, aportaciones que utilizaremos como punto de partida para guiar nuestra reflexión en torno a la relación entre género y desempeño empresarial.

Así, y en primer lugar, adoptaremos la “perspectiva integrada” propugnada por Brush (1992), pues en esta Tesis el estudio de los emprendedores se concibe como parte de un conjunto inseparable de relaciones laborales, familiares y sociales, si bien esta perspectiva resulta a nuestro parecer de utilidad para el análisis de ambos sexos, y no sólo para el estudio del caso de las mujeres. En este sentido, nuestro planteamiento concuerda con los postulados de la teoría social feminista, que reconoce la posibilidad de que mujeres y hombres muestren actitudes y visiones parecidas. En segundo lugar, consideramos de utilidad la idea propuesta por la teoría construccionista de que existen ciertos atributos del comportamiento humanos que pueden ser categorizados como femeninos o masculinos y que éstos son independientes del sexo pero que en gran parte se ven influenciados por normas sociales acerca del género. En este sentido, resulta fundamental tener en cuenta que las responsabilidades familiares pueden en algunos casos empujar a las mujeres hacia un rol social que se centra en las tareas domésticas y el cuidado de la descendencia, en lugar del papel más orientado a la producción económica asignado tradicionalmente a los hombres.

Partiendo de estas premisas, nuestra Tesis pretende investigar cuál es el papel de los roles sociales y familiares en la configuración de las expectativas de los emprendedores y en los resultados empresariales obtenidos por los mismos. De importancia para este trabajo es el reconocimiento de que estos roles no son inmutables y que las actitudes de los emprendedores varían en función de distintas contingencias.

En definitiva, lo que resulta interesante destacar de los distintos enfoques teóricos feministas: *“es que cualquier investigación sobre creación y desarrollo de pequeñas empresas que asume la perspectiva del género como central, deberá tener en consideración que las relaciones de género son específicas en el tiempo y en el espacio y que su comprensión depende de los mecanismos que estructuran el contexto sociocultural en el que tienen lugar.”* (Díaz, 2000: 6).

Así pues nuestra Tesis pretende analizar una serie de factores como los patrones sociales, y las contingencias personales y familiares que inciden en las expectativas y las metas de los emprendedores, y que constituyen a nuestro parecer elementos imprescindibles a tomar en cuenta para superar las debilidades de los enfoques planteados hasta el momento. Esto será posible mediante la introducción de una perspectiva “family embeddedness” de la actividad emprendedora en combinación con los argumentos de la Teoría de la Identidad Social y de la Teoría del Umbral, que expondremos en los capítulos siguientes.

3.1.2. Revisión de las principales contribuciones empíricas en entrepreneurship sobre género y desempeño

Pese a la relevancia del tema que nos ocupa, y la resultante proliferación de estudios académicos que lo investigan, resulta llamativo comprobar que la literatura sobre el desempeño de las empresas propiedad de mujeres no sólo adolece de una falta de consenso teórico sino que además, podemos afirmar que gran parte de la investigación empírica realizada hasta la fecha no es concluyente (Brush, 1997; Díaz y Jiménez, 2004). Así, los resultados generados por la literatura han sido contradictorios, reagrupándose principalmente en torno a dos corrientes de pensamiento:

Por un lado están los investigadores que mantienen que las empresas femeninas tienen un nivel de desempeño menor al de las empresas masculinas (Cuba et al., 1983; Hisrich y Brush, 1987; Srinivasan et al., 1994) testándose esta afirmación sobre varios indicadores como las ventas (Chaganti y Parasuraman, 1996; Du Rietz y Henrekson, 2000; Loscocco, Robinson, Hall, y Allen, 1991), los beneficios (Fischer, 1992), la tasa

de crecimiento de los mismos (Cooper, Gimeno-Gascon, y Woo, 1994; Fischer, 1992; Fischer et al., 1993), o la supervivencia de la empresa (Sexton y Robinson, 1989).

En el extremo opuesto se sitúan las investigaciones que observan niveles de desempeño similares entre empresas lideradas por mujeres y por hombres. Gran parte de estos estudios (Kalleberg y Leicht, 1991; Watson y Robinson, 2003) se apoya en la teoría liberal feminista para explicar que las diferencias observadas se deben al déficit que las mujeres empresarias padecen en cuanto a capital humano -educación y experiencia profesional-(Boden y Nucci, 2000), y a su discriminación para el acceso a los recursos de capital o a las redes sociales y empresariales (Aldrich, Hagan, Rivchun, y Sexton, 1989). Según estos estudios, son factores estructurales, como el sector de actividad (Rosa et al., 1996), el tamaño (Loscocco et al., 1991) o los recursos iniciales de la empresa, los que en realidad inducen las diferencias que se atribuyen al género del propietario. En la medida en que dichos factores influyen de forma directa o indirecta en el desempeño de las empresas, éstos han de ser tomados en cuenta antes de poder verificar la hipótesis de menor éxito empresarial por parte de las mujeres. Unas diferencias de género encontradas por ejemplo a un nivel sectorial agregado podrían resultar espúreas si en las muestras estudiadas hubiera una mayor representación femenina en aquellos sectores que se asocian con menores niveles de venta y de crecimiento. Incluso cuando se analiza un sólo sector de actividad, pueden existir diferencias importantes en el nivel de desempeño de las empresas en función del nicho particular que atiende cada una de ellas. Al analizar el sector de los servicios, Loscocco y otros (1991) notaron por ejemplo una gran concentración de las empresas femeninas en los servicios personales y de las masculinas en los servicios profesionales, teniendo este último sub-sector unos niveles de facturación mucho más elevados que los del resto.

La suposición, a veces implícita, detrás del argumento de la ausencia de desigualdad de género es por lo tanto que, en cuanto se realiza un análisis comparativo a nivel desagregado, controlando estadísticamente por variables estructurales, las diferencias en el nivel de desempeño tenderían a desaparecer. Esta es de hecho la conclusión a la que llegaron Du Rietz y Henkerson (2000) en su análisis de una amplia muestra aleatoria de PYMEs suecas. Al controlar por las diferencias sistemáticas encontradas entre las muestra de empresas femeninas y masculinas en cuanto a sector, tamaño inicial y nicho de mercado, los autores observaron cómo desaparecían las

diferencias en el nivel de desempeño (siendo este desempeño medido en función de los beneficios, el nº de empleados y el número de pedidos).

Otras investigaciones, basadas en la teoría social feminista, consideran en cambio que hombres y mujeres son inherentemente distintos y niegan la explicación que se fundamenta en la existencia de una discriminación o desventaja con respecto a las mujeres empresarias. Sin embargo, aunque reconocen que las mujeres tienen una manera diferente de hacer negocios, estiman que sus métodos de gestión no tienen porqué resultar menos rentables que los que adoptan los hombres. Para Watson (2002), que testa esta proposición en una muestra de 14.426 PYMEs australianas, la explicación de las diferencias encontradas en los estudios previos se halla en una medición inadecuada del desempeño, que por lo general no toma en cuenta la importancia relativa del mismo con respecto a los activos de las empresas analizadas. Si se considera que, en línea con la teoría social feminista, las mujeres son por lo general más adversas al riesgo que los hombres (Jianakoplos y Bernasek, 1998; Sexton y Bowman-Upton, 1990), es de esperar que, con el objetivo de reducir su exposición al riesgo empresarial, éstas inviertan en promedio menos recursos en un negocio que los hombres. En tal caso, resulta imprescindible evaluar el desempeño en relación al valor de los activos invertidos. Los resultados empíricos de Watson tienden a corroborar la hipótesis planteada: las mujeres dedican una inversión menor a sus empresas, lo cual resulta en menores niveles de venta y de beneficios con respecto a las empresas masculinas. No obstante, cada unidad de activo invertida por una empresaria produce la misma rentabilidad que la de un empresario¹³. Dicho de otra manera, aunque las mujeres adoptan un enfoque distinto en los negocios, dedicándole un nivel menor de recursos, son igual de eficaces en el uso de dichos recursos.

Watson y Robinson (2003) corroboran de nuevo este hallazgo en un estudio posterior: cuando se controla por el riesgo asumido por el empresario, las diferencias de género para el desempeño empresarial desaparecen automáticamente. Estudios como el de Lerner y otros (1997) nos ofrecen pruebas empíricas añadidas, al comprobar que las mujeres emprendedoras que iniciaron su negocio por necesidad económica tenían

¹³ Sin embargo, el autor insiste en que el objetivo de su estudio no es explicar las diferencias en los niveles de desempeño, sino testar más bien la proposición de la teoría social feminista, es decir, si las mujeres son adversas al riesgo, y sobre todo identificar la manera más apropiada para medir el desempeño. Por lo tanto, su estudio no incluye las variables de control identificadas por la teoría liberal como la educación y la experiencia y que, como se ha demostrado, influyen en el desempeño.

niveles de ingresos y renta inferiores a las que lo hacían por otros motivos, pero alcanzaban cuotas de rentabilidad más elevadas. Una posible interpretación de este hecho radica a nuestro parecer en que aunque la necesidad empuja a muchas mujeres a entrar en mercados que se encuentran saturados y que ofrecen márgenes de ganancias muy limitados, esta misma necesidad es la que les induce a sacar la máxima rentabilidad posible del negocio.

No obstante, el que se haya demostrado la influencia de los factores estructurales en el éxito o fracaso empresarial así como la importancia de medir el desempeño en relación a los activos de la empresa, no ha terminado de zanjar el debate, todavía abierto, acerca de la si las mujeres empresarias son igual de exitosas que sus homólogos masculinos, puesto que siguen existiendo algunos estudios que cuestionan los argumentos planteados anteriormente. Así, la afirmación de Watson acerca de la necesidad de controlar el desempeño por los activos de la empresa resulta inapropiada en el caso de las pequeñas y medianas empresas ya que éstas disponen a menudo de activos muy reducidos (Collins-Dodd, Gordon, y Smart, 2004).

Otros ejemplos los encontramos en el estudio realizado por Tigges y Green (1994) sobre 525 PYMEs rurales en Estados Unidos y el artículo publicado por Fasci y Valdez (1998) acerca de 604 pequeñas empresas contables estadounidenses. Ambos rechazan la hipótesis de la ausencia de diferencias de género, puesto que identifican un desempeño inferior por parte de las mujeres, y ello pese a haber controlado por varios factores que influyen en el desempeño como son las características personales del propietario y las de las empresas analizadas.

En nuestra opinión, la razón para la persistencia de un desacuerdo empírico en torno al desempeño comparativo de empresas femeninas y masculinas radica, entre otros factores, en los fallos metodológicos que afectan a gran parte de los estudios realizados sobre el tema, unas limitaciones que detallamos a continuación.

3.1.3. Limitaciones metodológicas de los estudios previos sobre género y desempeño empresarial

En primer lugar, hay que mencionar que la literatura sobre mujer emprendedora ha tardado en asentarse como un campo de estudio reconocido, debido fundamentalmente al uso de metodologías poco rigurosas. Un número importante de estudios se ha limitado al examen de muestras de mujeres empresarias, sin ni siquiera compararlas con las de sus homólogos masculinos. Ejemplos de este tipo de estudios se pueden encontrar sobre todo en la literatura de finales de los 80 (Cuba et al., 1983; Chaganti, 1986; Hisrich y Brush, 1984), con algunos casos aislados que datan de fechas más recientes (Lerner y Almor, 2002; Lerner et al., 1997). Aunque contribuyeron de forma significativa a arrojar luz sobre las actitudes, motivaciones y problemas de las mujeres emprendedoras, la falta de grupos de control en estos estudios imposibilitó la realización de comparaciones en función del género.

Con el tiempo, esta deficiencia se ha ido reduciendo y a partir de los 90 empezaron a aparecer artículos empíricos rigurosos sobre el tema que van más allá de los estudios exploratorios para desarrollar un cierto grado de sofisticación metodológica (Ahl, 2002). Sin embargo, persistía otro problema metodológico, en la medida que, aún cuando las muestras eran lo suficientemente amplias, muchas veces habían sido seleccionadas de forma no-aleatoria. Este es el caso por ejemplo de Holmquist y Sundin (1988) que compara una muestra de 1440 empresas femeninas contra solo 317 empresas masculinas, o de Rosa y otros (1996), que basa sus conclusiones en una muestra del cupo¹⁴ que no es representativa de la población total. Una de las consecuencias del uso de muestras de conveniencia es que las regresiones y los test estadísticos no pueden ser interpretados de manera convencional, situación que no siempre ha sido tomada en cuenta por los autores de los artículos mencionados.

Lo mismo sucede cuando la muestra presenta un sesgo de selección debido a unas tasas de respuesta muy bajas por parte de los encuestados. Si bien el nivel elevado de no respuesta puede no resultar problemático en muchos tipos de estudios socio-económicos, sí puede serlo cuando la investigación se centra en el desempeño

¹⁴ Una muestra del cupo (denominada *quota sample* en inglés) es una muestra no aleatoria ya que se pretende que represente alguna característica de la población. Primero se elige la característica que se pretende estudiar (en este caso, el género femenino) y a continuación, se selecciona una muestra del cupo.

empresarial ya que, en muchos casos, son los empresarios poco exitosos los que rehúsan contestar a la encuesta. Varios artículos considerados como referentes en esta materia están basados en encuestas con elevadas tasas de no-respuesta (por ejemplo, Fasci y Valdez, 1998; Fischer, 1992; Kalleberg y Leicht, 1991).

En tercer lugar, la mayoría de estas muestras está limitada a uno o pocos sectores en los que las mujeres se encuentran infra-representadas, como el manufacturero (Loscocco et al., 1991) o el sub-sector de las empresas contables (Collins-Dodd et al., 2004; Fasci y Valdez, 1998), o en el que por el contrario están sobre-representadas como el de los servicios (Chell y Baines, 1998; Díaz, 2006; Fischer, 1992). Al ceñir el estudio a un sector específico, los investigadores han tratado de evitar las variaciones en el entorno económico y empresarial inherentes a cada tipo de actividad. Esta ventaja conlleva sin embargo un riesgo importante, que consiste en basar las conclusiones de la investigación en un grupo muy específico de mujeres empresarias, la cual puede mostrar una pauta de comportamiento diferente al de la población general.

Así sucede por ejemplo con Loscocco y otros (1991), que reconocen que su muestra, al contener un porcentaje inusualmente elevado de mujeres empresarias dedicadas a actividades de manufactura, constituye probablemente un “grupo de elite” lo cual explicaría la ausencia de diferencias de género en su estudio. Del mismo modo, los resultados hallados por el artículo seminal de Kalleberg y Leicht (1991) que observan unos niveles similares de supervivencia y de crecimiento de ventas en las empresas femeninas y masculinas, son rebatidos por Tigges y Green (1994), al considerar que la muestra está limitada a tres tipos de actividad, a saber, los restaurantes, las empresas de venta de ordenadores y programas informáticos y las empresas de sanidad. Tigges y Green aducen que, en ese estudio, las empresas lideradas por mujeres han sido capaces de sobrevivir más fácilmente que las de sus compañeros masculinos porque simplemente tenían un menor nivel de endeudamiento. Esta crítica apunta pues a la necesidad de ampliar el estudio a otros sectores, en los que mujeres y hombres tendrían un nivel de endeudamiento similar para poder hacer inferencias respecto al desempeño.

Finalmente, citar el estudio de Anna y otros (2000) que demuestra que las habilidades, actitudes y expectativas de éxito de las empresarias que operan en sectores tradicionalmente femeninos (venta al por menor, servicios) son diferentes a las de las

empresarias que compiten en sectores no-tradicionales (manufactura, construcción o sectores tecnológicos). Más aún, los tests empíricos de este estudio sugieren que factores como la autoeficacia emprendedora¹⁵, las expectativas profesionales y el contexto personal, afectan de forma distinta al desempeño de las empresas femeninas según el sector de actividad en cuestión (tradicional, vs. no-tradicional). En la medida en la que las mujeres incorporadas al colectivo de emprendedores son cada vez más numerosas, parece lógico e importante desarrollar un mayor entendimiento de las pautas de comportamiento de las mismas en función de los distintos sectores de actividad empresarial que ocupan.

Además resulta llamativa la restricción de muchas muestras a zonas geográficas muy concretas, como por ejemplo la región central de Indiana (Kalleberg y Leicht, 1991), el estado americano de Michigan (Hundley, 2001), los estados de Illinois y Utah (Anna et al., 2000), las zonas rurales de Georgia (Tigges y Green, 1994), el noreste de los Estados Unidos (Chaganti y Parasuraman, 1996) o dos pequeñas localidades en el Reino Unido (Chell y Baines, 1998). Al riesgo de sesgo regional, se añade el hecho de que la mayor parte de los resultados previos hayan sido derivados de datos estadounidenses, y en menor medida, de datos procedentes de países anglosajones, lo cual pone en entredicho su replicabilidad a otras naciones. Existe una tendencia reciente hacia la inclusión de estudios procedentes de países europeos (Du Rietz and Henrekson, 2000) y, en menor medida de algunos países no miembros de la OCDE (Kantor, 2002; Lerner et al., 1997; Singh, Reynolds, y Muhammad, 2001; Ufuk y Ozgen, 2001), si bien se trata de casos aislados por lo que queda todavía por cubrir con estudios futuros la mayor parte del globo terrestre. El interés de ampliar el espectro de países analizados se justifica además por el hecho de que las estructuras sociales (el trabajo, la familia y las relaciones sociales y de género) inherentes a un contexto cultural específico pueden afectar tanto las motivaciones y las características individuales de los emprendedores, como la manera en que éstas influyen en el desempeño empresarial (Aldrich et al., 1989).

Por último, muchos de los estudios realizados sobre desempeño empresarial han utilizado *proxies* del desempeño que están relacionados con el tamaño de la empresa

¹⁵ El concepto de autoeficacia emprendedora (*self-efficacy* en inglés) ha sido propuesto por algunos investigadores para referirse a la creencia de la persona en sus propias habilidades para desempeñar las tareas necesariamente requeridas para la creación de una nueva empresa (De Noble, Dong, y Sanford, 1999).

como son el número de empleados, el volumen de ventas o los activos financieros (por ejemplo, Rosa et al., 1996; Tigges y Green, 1994). Este tipo de variables introducen generalmente un sesgo relacionado con el tamaño de la empresa a la hora de estimar las diferencias de género.

Así pues, la literatura académica dedicada al estudio de la relación entre género y desempeño empresarial padece de serias limitaciones metodológicas que han frenado hasta el momento la construcción de un modelo teórico consensuado. Una vez superada la etapa meramente exploratoria, y dado que ya se ha desarrollado una cantidad importante de investigaciones en torno a este tema, es preciso en este punto intentar consolidar los hallazgos previos y reconciliar las perspectivas encontradas. Para poder avanzar en este sentido, hace falta realizar estudios empíricos destinados a lograr una mayor representatividad de las muestras utilizadas mediante el uso de datos a nivel nacional, pertenecientes a países no-anglosajones y que cubran una amplia representación sectorial.

Por estas razones, nos hemos esforzado por eliminar de nuestro trabajo de Tesis gran parte de las limitaciones mencionadas en este apartado, esperando de esta forma contribuir al progreso del conocimiento en torno a este tema tan importante. Nuestro análisis empírico, que expondremos en la tercera parte de este trabajo de investigación, se basa en una muestra representativa de los emprendedores y las emprendedoras españoles, lo cual nos permite acercarnos a la realidad empresarial de este país.

Para determinar hasta qué punto las diferencias de género del empresario influyen en el resultado y en las decisiones relativas a la empresa, nos enfrentamos además al reto de separar los efectos de género de otras características estructurales como edad, tamaño y sector. Como hemos visto, no reconocer la posible influencia de estas variaciones puede llevar a resultados equívocos con lo que parecen diferencias de género siendo realmente diferencias debidas al sector y otras variables estructurales (Díaz y Jiménez, 2004). Por lo tanto, los emprendedores incluidos en esta muestra ocupan una amplia variedad de sectores económicos del país.

Dejando de lado los fallos metodológicos, se observa que la investigación previa sobre mujer emprendedora y desempeño también adolece de ciertas limitaciones conceptuales que han limitado el avance del conocimiento sobre este tema. En el siguiente apartado de esta tesis, trataremos de identificar las principales lagunas

existentes en torno al tema, centrándonos en aquellas a las cuales pretendemos dar respuesta mediante la presente investigación.

3.1.4. Limitaciones conceptuales de los estudios previos: las mujeres emprendedoras como un grupo homogéneo

Como ya hemos adelantado, gran parte de la literatura sobre mujer emprendedora se ha centrado en el estudio de las semejanzas y diferencias entre hombres y mujeres así como de sus causas (Álvarez y Meyer, 1998; Carter y Weeks, 2002; Chaganti y Parasuraman, 1996; Kaplan, 1988; Lerner et al., 1997; Srinivasan et al., 1994). El objetivo perseguido ha sido por lo general el de elaborar a partir de estos rasgos un retrato robot de la mujer emprendedora y corroborar o invalidar la hipótesis del “infraresultado femenino” o, lo que es lo mismo, el menor éxito de las empresas propiedad de mujeres. Y esto, a nuestro parecer, constituye una forma errónea de aproximarse al estudio de la actividad emprendedora femenina. El excesivo énfasis en buscar las diferencias existentes entre ambos sexos ha llevado a los investigadores a tratar a las mujeres emprendedoras como un grupo homogéneo a efectos de establecer comparaciones, cuando la observación de la realidad nos demuestra la gran heterogeneidad de este colectivo. Este planteamiento también se puede trasladar a la comparación de los niveles de desempeño de empresas lideradas por mujeres y por hombres: la búsqueda de diferencias sistemáticas de desempeño tiende a asumir que las mujeres, por su simple pertenencia al sexo femenino, tendrán un desempeño empresarial similar entre ellas. Asimismo, se asume que este desempeño será radicalmente diferente al de los hombres, y ello, sin tomar en cuenta la influencia de factores contextuales distintos al género.

De hecho, una revisión de la literatura sobre la cuestión demuestra el desacuerdo de algunos autores con este enfoque, dando lugar a la elaboración de distintas tipologías que resumimos a continuación:

1. Goffee y Scase (1983): Su estudio se basa en dos coordenadas (la identificación con roles femeninos tradicionales y con ideales emprendedores) para clasificar a las emprendedoras en cuatro tipos:

- Las Radicales: su objetivo fundamental no consiste en enriquecerse sino que tienen un interés en asuntos económicos y políticos para promover causas femeninas y se definen como feministas.
 - Las Innovadoras: cuestionan convencionalismos sobre la posición de la mujer en la sociedad y son emprendedoras porque se dan cuenta de que no pueden tener éxito siendo empleadas por cuenta ajena: los negocios son una manera de lograr éxito personal y profesional. El trabajo es mucho más importante que los roles tradicionales de género.
 - Las Convencionales: más ligadas a roles femeninos convencionales, no han tenido trabajo durante mucho tiempo y no tienen estudios superiores. Se han ido del mercado de trabajo por los requisitos necesarios o por motivos familiares; montan empresas para completar unos ingresos familiares bajos más que para auto-realizarse.
 - Las Domésticas: son antes madres y esposas que trabajadoras. Dan más importancia a su satisfacción personal que a las ganancias o al crecimiento del negocio.
2. Cromie y Hayes (1988): Este estudio parte de una visión más sociológica que incluye la importancia de la situación personal de la mujer emprendedora clasificándola en las siguientes categorías:
- Innovadoras: se hacen emprendedoras para desarrollar su carrera y conseguir más autonomía después de un trabajo con el que no estaban satisfechas. No suelen tener hijos y rechazan los roles femeninos tradicionales, dándole mucha importancia a la realización personal a través de los negocios; sus motivaciones e historias de trabajo no son diferentes de las de muchos hombres.
 - Propietarias duales: han tenido éxito, principalmente en profesiones “femeninas” y ahora que tienen hijos quieren seguir trabajando en algo que les permita compaginar vida laboral y familiar. Esta es la razón por la que escogen crear su propia empresa: para lograr más flexibilidad y no para progresar profesionalmente.

- Propietarias retornadas: retoman sus carreras tras haberlas interrumpido por sus hijos y crean una empresa por su propia satisfacción, no por necesidad. Los trabajos que tenían no eran de mucha responsabilidad ni estaban bien pagados por lo que no les importó mucho dejarlos para convertirse en amas de casa.
3. Moore (1990): La autora establece una distinción entre mujeres emprendedoras en función de diferencias generacionales:
- Las Tradicionales o primera generación (1945-1970): se concentran habitualmente en servicios domésticos y no tienen experiencia en finanzas o marketing, por lo que encuentra dificultades para acceder a créditos. No están orientadas a la expansión, por lo que tienen negocios de bajos ingresos y lento crecimiento.
 - Las Modernas (1970-en adelante): orientadas a ganar dinero y a crear nuevos mercados, por lo que no encuentran tantos problemas a la hora de solicitar un crédito y pueden disponer de capital externo.

Pese a su utilidad, estas tipologías no están exentas de limitaciones y, si bien permiten extrapolar algunas generalizaciones, no concuerdan con las múltiples realidades de las mujeres emprendedoras (Galloway, Brown, y Arenius, 2002). Como toda tipología, su principal limitación radica en una simplificación excesiva, que consiste en este caso en contraponer a las emprendedoras con objetivos económicos y ambiciones profesionales con aquellas interesadas en los aspectos no-económicos y familiares. Según este enfoque, una mujer con responsabilidades familiares tendría necesariamente una trayectoria empresarial poco exitosa, y por el contrario, una emprendedora ambiciosa sólo podría contribuir de forma destacada en el mundo empresarial si dejase de lado las aspiraciones familiares o de índole “femenina”.

Por otra parte, si bien resulta interesante establecer una tipología de mujeres emprendedoras en función de la importancia dada a la familia, estos elementos pocas veces son incluidos al analizar el perfil o las motivaciones de los emprendedores varones, asumiendo que se trata de un aspecto irrelevante para los mismos.

Asimismo, pese a que estos estudios han sido extensamente citados por investigaciones posteriores sobre mujer emprendedora, pocos son aquellos que avalaron empíricamente las propuestas conceptuales y las categorías arriba mencionadas. En consecuencia, la investigación siguió adoptando en la práctica un enfoque tradicional de “la mujer emprendedora” con un perfil único. Todo ello realza a nuestro parecer el interés de desarrollar nuestro trabajo de Tesis en torno a este tema, de manera que enriquezca las propuestas conceptuales planteadas por estos estudios, las matice y teste su validez empírica.

A continuación, y a modo de resumen de lo expuesto a lo largo de este apartado, se recogen los principales resultados de las investigaciones más relevantes hechas durante las dos últimas décadas sobre el desempeño de las actividades emprendedoras femeninas y sus diferencias respecto de las actividades emprendedoras masculinas (ver Tabla 13).

Tabla 13 - Desempeño de pequeñas y medianas empresas y género del propietario: resumen de los estudios más relevantes

Autor(es) y año	Variables independientes	Var. dependientes y mediciones del desempeño	Descripción de la muestra	Método de investigación	Resultados
Kalleberg y Leight (1991)	Género, características de la empresa (tamaño, edad, innovación, etc) y del propietario (edad, experiencia, internal locus of control, etc.) ¹⁶ .	Tasa de supervivencia y crecimiento de las ventas en un período de 3 años.	Muestra de 400 empresas en los sectores de restaurantes, informática y sanidad en los EEUU.	Regresión logística	Las empresas lideradas por mujeres tienen las mismas probabilidades de crecer y sobrevivir que las dirigidas por hombres.
Johnson y Storey (1993)	Género, características de la empresa y del propietario	Supervivencia y desempeño (ventas)	298 empresas del Reino Unido (67 de mujeres)	Multivariante	Las empresas femeninas que consiguen sobrevivir no muestran niveles de desempeño diferentes de las masculinas.
Tigges y Green (1994)	Género, edad, tamaño y estatus legal de la empresa, redes empresariales y el uso de crédito formal	Éxito medido en función del volumen anual de ventas	525 PYMEs (la mayoría con menos de 50 empleados) en las zonas rurales Georgia, EEUU.	Descriptivos, tabulaciones bivariadas y regresión.	El género parece afectar de forma marginal el grado de éxito económico de las empresas. Los autores atribuyen el menor grado de desempeño de las empresas femeninas a factores estructurales como el tamaño de la empresa, el sector y su estatus legal.
Chaganti, y Parasuraman, (1996)	Género	Desempeño: Ventas del año anterior, crecimiento en empleados y ROA Objetivos no financieros.	Encuesta por correo a 372 empresas de 4 a 99 empleados (48% de ellas lideradas por mujeres), situadas en el noreste de los Estados Unidos.	Tests MANCOVA	Las mujeres alcanzaron ventas anuales inferiores a la de los hombres. Sin embargo no se encontraron diferencias significativas de género en cuanto al crecimiento en nº de empleados y el retorno sobre activos. En cuanto a los objetivos perseguidos, las mujeres presentaron niveles más elevados tanto en cuanto a la motivación financiera como para los objetivos no financieros.
Rosa, Carter y Hamilton (1996)	Género	nº de empleados , ventas, activos	600 empresas inglesas (la mitad de mujeres) en los	Multivariante	Se encontraron diferencias de género importantes y significativas respecto al nº de empleados el registro

¹⁶ El “internal locus of control” se define como la percepción de que el logro de recompensas depende del propio comportamiento. Se diferencia así del “external locus of control”, que hace referencia a la creencia en que las recompensas son controladas por otros factores que están fuera del control del emprendedor.

Autor(es) y año	Variables independientes	Var. dependientes y mediciones del desempeño	Descripción de la muestra	Método de investigación	Resultados
		financieros y crecimiento	sectores de textil y confección, servicios profesionales y catering.		del IVA, las ventas y los activos financieros. Además, las mujeres eran menos propensas a expandir sus empresas.
Lerner, Brush y Hisrich (1997)	Variables demográficas (edad, ocupación esposo, hijos, etc.) , capital humano, motivaciones iniciales y metas actuales, afiliación a redes y factores del entorno	Tamaño de la empresa, Rentabilidad (categórica), ingresos brutos y salario mensual del emprendedor	220 empresarias israelíes (el 76% pertenecientes a una asociación de mujeres empresarias)	Estadística descriptiva y regresión múltiple por pasos.	Las variaciones en las estructuras sociales y culturales de cada país afectan el poder explicativo de las teorías previamente utilizadas en países anglosajones para explicar el desempeño de las empresas femeninas. Los resultados indican además que las diferentes medidas de desempeño dependen de un grupo de factores distintos. En particular, los factores familiares influyen en la rentabilidad aunque no inciden en los ingresos, salarios o n° de empleados.
Chell y Baines (1998)	Género (mujer/hombre /mixto), hijos menores de 14 años, estado civil, n° de horas trabajadas por propietario y tareas domésticas.	“Orientación al crecimiento”: indicador calculado a partir del cambio en n° de empleados, facturación e instalaciones.	Encuesta a 104 microempresas de servicios en dos localidades del Reino Unido y análisis profundizadas de 34 casos mediante entrevistas.	Estadística descriptiva, test de comparación de medias y análisis cualitativo.	Aunque no se encontraron diferencias significativas en el desempeño de empresas femeninas y masculinas, si se demostró el menor nivel de éxito de las empresas dirigidas por un matrimonio. Se rechaza la hipótesis de un enfoque integrado de vida laboral y profesional por parte de las mujeres empresarias (no obstante, esta conclusión está basada solo en estadística descriptiva).
Fasci y Valdez (1998)	Edad de la empresa, n° de empleados, localización en el hogar, educación y experiencia laboral, n° de horas trabajadas, estado civil.	Ratio de productividad = beneficio neto / ingresos brutos	Muestra nacional de 604 pequeñas empresas contables estadounidenses (328 de ellas lideradas por mujeres).	Regresión múltiple	Pese a controlar por varios factores estructurales como son las características personales del propietario y las características de la empresa, los autores encuentran que las empresa lideradas por mujeres siguen arrojando unos niveles de productividad inferiores a la de los hombres. La principal razón para ello radica en las responsabilidades familiares que han de asumir las mujeres además de su trabajo como empresarias.
Anna et al. (2000)	Autoeficacia emprendedora,	Ventas (antes de impuestos)	Encuesta a 103 empresarias en los estados de Illinois y		Los factores de los que depende el desempeño parecen incidir de forma distinta en las empresas que

Autor(es) y año	Variables independientes	Var. dependientes y mediciones del desempeño	Descripción de la muestra	Método de investigación	Resultados
	expectativas , contexto personal de la empresaria y tipo de sector.		Utah, y entrevistas en profundidad a 11 de ellas.	Regresión jerárquica	operan en sectores tradicionalmente femeninos de las que compiten en sectores no- tradicionales, como son la manufactura, la construcción o las tecnologías.
Du Rietz y Henrekson (2000)	Género, tamaño de la empresa, sector, nicho de mercado, exporta o importa, crecimiento futuro, demanda de crédito y trabajo a plena capacidad.	Desempeño económico (0,1) en función de 4 indicadores: aumento en ventas, beneficios, empleo y pedidos.	Muestra de 4200 PYMEs suecas (405 de mujeres) de entre 1 y 20 empedados.	Descriptivos, tabulaciones bivariadas y regresión logística.	Se observan diferencias estructurales sistemáticas entre las empresas masculinas y las femeninas (tamaño, nicho de mercado y sector). Las hipótesis de desempeño inferior de las mujeres se rechaza en cuanto se aborda un análisis desagregado de la muestra controlando por estas características, excepto para las ventas.
Hundley (2001)	Género, experiencia profesional, activos de la empresa, sector, n° de horas trabajados en la empresa y el hogar.	Ingresos anuales	411 autónomos que operaban en el estado americano de Michigan en 1989, 248 de ellos mujeres.	Multivariante	Las diferencias en los ingresos obtenidos por hombres y mujeres se deben a tres tipos de factores: 1) diferencias en las características personales, 2) el tipo de sector en el que operan y 3) la división del tiempo entre actividades domesticas y profesionales.
Watson (2002)	Género. Control: sector, edad de la empresa y días trabajados/ semana.	Tres medidas de desempeño: Renta sobre activos, ROA y ROI.	Encuesta a 14.426 PYMEs australianas, masculinas y femeninas, exitosas y no exitosas.	ANOVA	Sorprendentemente, el desempeño de las empresas controladas por mujeres supera el de los hombres. No obstante, estas diferencias desaparecen al introducir las variables de control.
Collins-Dodd et al. (2004)	Género, características demográficas y organizacionales, y motivaciones del emprendedor.	Desempeño financiero medido como ingresos brutos y beneficios netos.	106 empresas canadienses de contabilidad (86 mujeres y 74 hombres)	Multivariante	No se detecta una influencia directa del género obre el desempeño financiero de las empresas cuando se controla por las características personales y organizacionales. No obstante, el género aparece como variables moderadora que altera la relación entre dichas características y el desempeño.

3.2. Género y desempeño empresarial: Principales propuestas teóricas y conceptuales

La investigación que proponemos desarrollar en esta Tesis pretende ir más allá del análisis tradicional de la actividad emprendedora femenina, alejándose de la visión simplista de la relación entre género y desempeño empresarial. Aunque seguiremos la línea iniciada por los estudios que intentan identificar diferentes grupos de mujeres emprendedoras, esperamos aportar contribuciones a la misma.

Primero, nuestro objeto de estudio no será sólo la influencia del género en el éxito empresarial, sino uno más amplio: pretendemos analizar cómo interactúa el género con otros factores contextuales para explicar diferentes resultados empresariales. En este sentido, el considerar el género como una variable moderadora permite matizar las afirmaciones acerca de la existencia de un perfil “típico” de emprendedor exitoso en función del sexo. Dicho de otro modo, nuestra hipótesis de trabajo consiste en considerar que no existen categorías “rígidas” de mujer emprendedora sino que una emprendedora podrá ser asimilada a una u otra categoría en función de factores contextuales que podrán variar con el tiempo y a lo largo de su carrera profesional.

En segundo lugar, nuestra definición del éxito empresarial incluirá no solo criterios económicos y financieros, sino también indicadores no-económicos y subjetivos que, como veremos mas adelante, cobran especial relevancia en el contexto de las pequeñas y nuevas empresas dirigidas por un emprendedor, y más aun si éste es de sexo femenino. En este sentido, analizaremos el éxito emprendedor bajo un nuevo prisma, es decir, en función de cómo lo perciben los propios emprendedores.

Por último, y afinando en la definición conceptual de éxito, estableceremos una distinción entre cierre y fracaso emprendedor, analizándolo siempre desde una perspectiva de género. Con ello nuestro objetivo será despejar la confusión que existe sobre si las mujeres emprendedoras fracasan más o menos que sus homólogos masculinos y demostrara que existen otras razones distintas al desempeño económico, que influyen en la decisión de cerrar una empresa.

3.2.1. La percepción subjetiva del éxito

En el marco del debate acerca de la relación entre género y desempeño empresarial, un número creciente de investigadores tiende a atribuir las inconsistencias encontradas en los estudios anteriores a la ausencia de consenso sobre el significado del éxito empresarial (Collins-Dodd et al., 2004; Lerner y Almor, 2002). Así, mientras algunos estudios se refieren al éxito en términos de resultados financieros alegando que estas medidas proporcionan el mejor indicador de las desigualdades de género (Loscocco et al. 1991), otros proponen en cambio que la expansión y el éxito económico de la empresa dependen en gran parte de las motivaciones e intenciones de su propietario (Cooper, 1993; Davidsson, 1991; Hudson, Smart, y Bourne, 2001).

Los resultados de varias investigaciones empíricas parecen indicar por ejemplo que las consideraciones de índole personal empujan a muchas mujeres empresarias a elegir de forma deliberada que sus empresas permanezcan pequeñas (Du Rietz y Henrekson, 2000; Goffee y Scase, 1983; Kaplan, 1988; Lee-Gosselin y Grise, 1990), tengan expectativas de crecimiento moderadas (Cliff, 1998; Chaganti, 1986). Asimismo, en un estudio longitudinal acerca de la satisfacción de 287 emprendedores con los niveles de ventas y beneficios de sus empresas, Cooper y Artz (1995) observaron que para un mismo nivel de desempeño, las mujeres se declaraban significativamente más satisfechas que los hombres y ello independientemente del nivel de expectativas iniciales que albergaban acerca de su empresa. La sugerencia ofrecida para explicar este resultado es que las mujeres podrían quedar más satisfechas que los hombres aunque reciban una retribución financiera menor, retribución que de hecho suelen considerar como una recompensa “justa” de su trabajo. Este supuesto, que se basa en teorías derivadas del campo de la psicología laboral (por ejemplo Callahan-Levy y Messe, 1979), sugiere pues que la forma en la que las mujeres evalúan el éxito profesional va más allá de los indicadores estrictamente económicos.

Estos hallazgos abren una nueva línea de investigación en la que la determinación de la percepción subjetiva del éxito y las motivaciones internas se convierten en un factor clave a la hora de comprender las pautas de comportamiento de las empresas femeninas. Las mujeres emprendedoras están cambiando nuestra visión de hacer negocios así como nuestra definición del éxito empresarial, y la perspectiva que

de ello está resultando deja mucha más cabida a la parte subjetiva de las expectativas del emprendedor (Valencia y Lamolla, 2005).

Entender los determinantes de la percepción subjetiva del éxito y su interacción con el género resulta pues de suma importancia dado que podría ayudarnos a entender qué hace que ciertos propietarios estén satisfechos con sus negocios mientras que otros no. Esto a su vez tiene implicaciones sobre nuestro entendimiento de los factores que afectan a la supervivencia y al desempeño empresarial, y por ende, al crecimiento económico en su conjunto. En efecto, es de esperar que el grado de satisfacción de un emprendedor con su negocio afecte a la decisión de mantenerla o cerrarla así como a la cantidad de tiempo y dinero que invierta en la misma.

Pese a los recientes desarrollos empíricos que apuntan hacia distintas metas por parte de los emprendedores en función de la socialización de género¹⁷, la literatura sobre *entrepreneurship* y PYMEs sigue careciendo de un número de investigaciones suficiente que alcance la masa crítica necesaria para confirmar o por el contrario invalidar la existencia de diferencias fundamentales de género en cuanto a los valores empresariales (Carter, Brush, Greene, Gatewood, y Hart, 2003). En este sentido, las afirmaciones de estudiosos como Brush (1992) u otros (Marlow y Strange, 1994) sobre la existencia de una interacción entre género, expectativas personales y desempeño empresarial, han sido recogidas en varios estudios sin que exista todavía suficiente evidencia empírica que permita asumirlas como ciertas. Hay incluso pruebas que contrarrestan estos argumentos, como es el hallazgo de Fisher y otros (1993) de que las mujeres no sólo alcanzan un menor nivel de éxito financiero, sino que además existen diferencias de género en cuanto a la motivación del propietario, pero esta vez en sentido contrario a lo esperado, es decir que las mujeres aparecen como más motivadas por objetivos económicos que los hombres.

Otros estudios, como el de Anna y otros (2000) matizan este argumento alegando que la importancia del éxito económico varía en función de cada mujer empresaria y, en particular, del sector de actividad en el que opera. Los autores demuestran en efecto que las empresarias que operan en sectores no-tradicionales (manufactura, construcción o sectores tecnológicos) suelen tener expectativas de éxito

¹⁷ La socialización de género se refiere a la educación diferencial recibida por mujeres y hombres, la cual proviene de las expectativas culturales en cuanto al rol que ha de ejercer cada uno en la sociedad, e influye sobre las actitudes y conductas que éstos han de tener en el futuro.

financiero elevadas, razón por la que de hecho eligen competir en sectores punteros. Sus homólogas, que actúan en sectores tradicionales, ponen en cambio más énfasis en la seguridad del empleo y la posibilidad de compatibilizar obligaciones profesionales y familiares. El dinero en este caso, aunque importante, constituye más un medio para lograr los objetivos anteriormente mencionados que una finalidad en sí.

En línea con estas últimas afirmaciones, nuestra Tesis se dedicará a investigar cómo los emprendedores y las emprendedoras definen el éxito empresarial, reconociendo que el género no constituye el único factor distintivo entre ambos, sino que la percepción del éxito se ve influenciada por una serie de contingencias personales que identificaremos en el capítulo siguiente.

3.2.2. Cierre o fracaso? Diferenciando entre cierre voluntario y cierre involuntario

Como hemos mencionado anteriormente, la reinterpretación de los criterios tradicionales de éxito empresarial resulta fundamental para nuestro entendimiento de las diferencias de desempeño entre hombres y mujeres en el ámbito de la actividad emprendedora. Una percepción distinta del éxito tiene a su vez implicaciones sobre las decisiones relacionadas con el cierre empresarial.

Resulta sorprendente que hasta fechas recientes muy pocos estudios hayan percibido la diferencia conceptual entre un emprendedor que fracasa y otro que cierra por razones distintas al desempeño de su negocio. Hacer este tipo de distinción tiene sin embargo importantes implicaciones para el entendimiento de la naturaleza del fracaso empresarial. Williams (1993) halló por ejemplo que la falta de distinción entre la salida de un negocio y el cierre del mismo había llevado a una clasificación incorrecta del 50,3% de las empresas consideradas como fracasadas en una base de datos norteamericana. De hecho, el autor había podido comprobar que dichas empresas seguían funcionando en la misma dirección y con el mismo número teléfono que antes, habiendo simplemente cambiado de propietario.

Desde el punto de vista de las políticas públicas que existen en este ámbito, resulta además lógico suponer que una empresa que cierra después de haber cumplido

su propósito inicial, y cuyo tiempo de vida había sido definido de antemano, no ha de ser tratada de la misma manera que una empresa que simplemente fracasa debido a dificultades financieras.

Del mismo modo, un emprendedor puede considerar su iniciativa emprendedora como un fracaso pese a que ésta esté generando beneficios si la misma no cumple con las expectativas que él tenía al respecto en el momento de su creación. Ya a finales de los setenta, Fredland y Morris (1976) reconocían que desde el punto de vista económico, una empresa podía ser considerada como un fracaso si su tasa de retorno no era superior al coste de oportunidad del capital invertido. Según De Castro et al. (1997), situaciones de esta índole se pueden también presentar cuando el emprendedor encuentra un mejor uso de su capital invirtiendo en otra empresa o cuando éste se decanta por la estabilidad que le aporta un empleo asalariado en otra organización.

Un corolario de este razonamiento es que no todas las empresas que sobreviven son aquellas que alcanzan el mejor desempeño o las que resultan más rentables económicamente. A primera vista, este argumento puede parecer contra-intuitivo y choca de frente con la popularidad de los argumentos esgrimidos por los teóricos de la ecología de las poblaciones (*population ecology*) y de la teoría institucional, y según los cuales el entorno competitivo empresarial selecciona a aquellas empresas que son más eficientes (Amburgey y Rao, 1996; Baum, 1996; Meyer y Rowan, 1977). Si bien este casi siempre es el caso para las grandes organizaciones, dichas teorías fallan en explicar la especificidad de las PYMEs y nuevos negocios cuyo destino depende más de la voluntad propia de su creador que de los únicos criterios de eficiencia económica.

El contexto de la actividad emprendedora requiere pues de una reevaluación de los criterios tradicionales de éxito y fracaso empresarial. En una pequeña iniciativa emprendedora, el fundador es más propenso a ejercer un control absoluto sobre el proceso de toma de decisión. Además, su contribución al funcionamiento de la empresa no se limita a la inversión económica sino que también incluye un aporte inmaterial de índole intelectual y de esfuerzo personal que se traduce en la gestión diaria del negocio. Todo ello hace que a la hora de decidir si debe mantener viva su empresa o desarrollarla más, el emprendedor tenga en cuenta el retorno de la misma al conjunto de su inversión, tanto desde el punto de vista financiero como humano. La decisión final dependerá, en definitiva, de los rasgos y características personales del emprendedor y de su capital

humano. Así, una empresa que genera pocos beneficios puede resultar rentable para su dueño si éste tiene pocas alternativas de empleo en el mercado laboral o simplemente porque la empresa le genera una serie de retornos no-económicos que son importantes para él.

Pese a su interés, esta visión había planteado hasta ahora un problema para los investigadores puesto que éstos consideraban difícil valorar el retorno no-económico que un emprendedor podía asignar a su negocio. Como veremos en el Capítulo 4, esta traba se empieza a superar en el campo de la investigación sobre actividad emprendedora, habiéndose incluido en la lista de posibles retornos no-económicos varios componentes psicológicos como la independencia (ser su propio jefe), la auto-realización, la flexibilidad o el estatus social.

En este sentido, el artículo de Gimeno, Folta, Cooper y Woo (1997) marca un hito en la investigación acerca del cierre de las nuevas iniciativas empresariales al ser el primer estudio en desentrañar lo que subyace bajo la relación que existe entre dicho fenómeno y las características personales del emprendedor. En concreto, los autores establecieron la Teoría del Umbral (*Threshold theory*), según la cual cada emprendedor tiene un umbral de desempeño empresarial debajo del cual decidirá cerrar su empresa sea cual fuere su rentabilidad en comparación con el resto de la industria. Este concepto de umbral nos permite por primera vez ampliar nuestro entendimiento del desempeño y cierre emprendedor, tomando en consideración tanto los indicadores de desempeño económicos como los no-económicos.

Aplicado al contexto de la actividad emprendedora femenina, la Teoría del Umbral no nos permite no obstante aclarar si el umbral de desempeño de las mujeres emprendedoras es inherentemente diferente del de los hombres. Bajo este enfoque teórico, la pregunta de si las emprendedoras cierran o fracasan más que los emprendedores permanece por tanto sin respuesta. Esta es de hecho la conclusión a la que llega Bates (2005), al detectar que en su muestra de 1425 nuevas y pequeñas empresas estadounidenses que habían sido cerradas por su propietario, el género tenía un efecto muy significativo sobre si este cierre era considerado como exitoso o no. El autor reconoce además la necesidad de examinar esta relación de forma profundizada apuntando a un posible efecto de la situación familiar de las mujeres en la motivación que hay detrás del cierre de sus empresas.

En línea con esta sugerencia, en esta Tesis pretendemos extender la Teoría del Umbral, incluyendo consideraciones de tipo familiar encaminadas a determinar cuál es su influencia sobre las decisiones de cierre empresarial. Nuestro objetivo será el de ampliar la visión sobre el retorno psicológico proporcionado por la actividad emprendedora a aspectos que están relacionados con el género y en especial con la influencia que tiene la familia en las expectativas del emprendedor con respecto a su trabajo. Para ello adoptaremos un enfoque de “family embeddedness” cuyos postulados examinaremos a continuación.

3.2.3. La inclusión de indicadores familiares acerca del emprendedor, una tendencia reciente (La “Family Embeddedness Perspective”)

Tras haber revisado la literatura más relevante sobre género y desempeño empresarial, surge un número de interrogantes para los que todavía no existe una respuesta clara. Por ejemplo, ¿Cómo influye la situación personal y las responsabilidades familiares del propietario en el desempeño de su empresa? ¿Más allá de los indicadores de desempeño económico de la empresa, qué influencia tiene esta situación en la decisión de continuar un negocio o al contrario de cerrarlo? ¿Es esta relación idéntica en el caso de hombres y mujeres o existe un efecto distinto de estas variables en función del género?

Es evidente que el estudio de los determinantes del éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras femeninas no estaría completo si no incluyéramos elementos que reflejan de algún modo el hecho de que las mujeres viven el contexto de sus empresas y sus relaciones personales y familiares como un todo inseparable (Brush, 1992). Para dar cuenta de esta relación el marco teórico utilizado en esta Tesis será el proporcionado por la perspectiva conocida como “*Family Embeddedness Perspective*”.

La “Family Embeddedness Perspective” es un enfoque que considera los vínculos familiares como un marco de referencia necesario para el adecuado análisis del proceso emprendedor. Esto implica que las dimensiones familiares han de ser incluidas por los investigadores en *entrepreneurship* en los distintos aspectos del proceso, es decir, desde la identificación de los determinantes de la creación del negocio hasta

aquellos relacionados con los resultados posteriores del mismo como el desempeño económico, la supervivencia y el cierre voluntario.

Hace tiempo que la literatura sobre *entrepreneurship* ha asumido la idea de que los emprendedores están integrados en redes de relaciones sociales (Aldrich y Zimmer, 1986; Larson y Starr, 1993). De acuerdo con este planteamiento, ningún emprendedor toma decisiones de forma completamente aislada, sino que más bien consulta y es influenciado por las personas que conforman su entorno cercano. Pese a la popularidad de esta perspectiva, poca atención ha sido prestada al papel de una institución social fundamental en la que todos y cada uno de los emprendedores están integrados, a saber, la familia. Según Aldrich y Cliff, esta carencia persiste a pesar de que se haya demostrado que “*los cambios familiares pueden incidir en la creación empresarial (Cramton, 1993), el equipo de fundadores está a menudo compuesto por miembros de una sola familia (Ruef, Aldrich, y Carter, 2003) y las familias desempeñan un papel fundamental en la movilización de los recursos (Aldrich y Langton, 1998)*” (2003: 589).

En el contexto específico de la literatura sobre mujer emprendedora, existe una tendencia reciente a incluir los factores familiares como elementos influyentes, y ello sobre todo en el análisis de las motivaciones iniciales para emprender (Caputo y Dolinsky, 1998; DeMartino y Barbato, 2003). Sin embargo, todavía son pocas las investigaciones en *entrepreneurship* que han estudiado cómo influyen estos factores en el desempeño empresarial, cuando ya existen estudios pertenecientes a otras áreas, como por ejemplo en el campo de la economía laboral, que plantean la influencia de los indicadores familiares en la productividad empresarial (Pindyck y Rubinfeld, 1991). Esta limitación ha sido de hecho reconocida por estudios tan importantes como el de Kalleberg y Leight (1991), y también ha sido mencionada en el caso de Cooper y Artz (1995) que sugieren además que los niveles de satisfacción más elevados registrados entre las mujeres emprendedoras podrían responder a los beneficios psicológicos que éstas encuentran al poder conciliar su vida laboral y profesional en mayor medida que en un empleo asalariado.

Algunas excepciones notables las conforman Fasci y Valdez (1998), que incluyen el estado civil y la localización de la empresa en el domicilio como proxy de las responsabilidades familiares, y concluyen que las mismas inciden en una menor rentabilidad de las empresas femeninas. Las conclusiones de Hundley (2001) van en el

mismo sentido, pues la presencia de hijos menos de 6 años y sobre todo el número de horas dedicadas a tareas domésticas disminuyen los ingresos por hora de las empresarias. El hecho de estar casado, sólo influye en cambio en los ingresos de los empresarios y de forma positiva, pero no parece incidir en el caso de las mujeres. Los autores no ofrecen ninguna explicación teórica a esta situación, si bien se intuye que los roles de género pueden estar detrás de estos resultados.

Otra excepción a la escasez de estudios en este campo la representa el de Collins-Dodd y otros (2004) que abocan no obstante a unas conclusiones opuestas a las de Fasci y Valdez: el número de hijos dependientes a cargo del emprendedor no sólo mejora significativamente el desempeño financiero de su empresa, sino que además lo hace más en el caso de las mujeres que en el de los hombres. Más aun, las empresarias que iniciaron su negocio con el objetivo de conciliar familia y trabajo obtuvieron un mejor desempeño que aquellas que lo hicieron para lograr mayor independencia, aunque no alcanzaron el nivel de desempeño de aquellas que estaban motivadas por el hecho de ganar dinero. En contra de lo esperado, los autores sugieren por tanto que las mujeres empresarias no tienen porqué renunciar al éxito económico para poder ejercer un control sobre su vida, sino que hacen uso de la flexibilidad proporcionada por el autoempleo para lograr metas a la vez personales y profesionales. Esta aparente contradicción esconde a nuestro parecer la necesidad de profundizar en el análisis de la estructura familiar en su relación con el desempeño. Nuestro planteamiento se justifica por ejemplo con el hallazgo de Lerner y otros (1997), que observan cómo la edad del hijo mayor de una muestra de 220 empresarias israelíes incide positivamente en la rentabilidad de sus empresas. Estos resultados indican en nuestra opinión que el grado de dependencia de los hijos con respecto a sus madres guarda relación con el tiempo del que disponen estas últimas para dedicárselo a su negocio, influyendo de esta forma en el éxito económico del mismo. Asimismo, los autores establecen una relación positiva entre el estado matrimonial de las emprendedoras y la rentabilidad empresarial, aunque no ofrecen explicación alguna a este resultado.

Así pues se aprecian algunos intentos por explorar la relación que existe entre desempeño y situación familiar, si bien con resultados pocos concluyentes. El problema es que, aunque los investigadores están de acuerdo en que el papel jugado por la familia es vital a la hora de explicar el comportamiento de las mujeres emprendedoras, de nuevo, la excesiva tendencia a considerar a éstas como un grupo homogéneo ha llevado

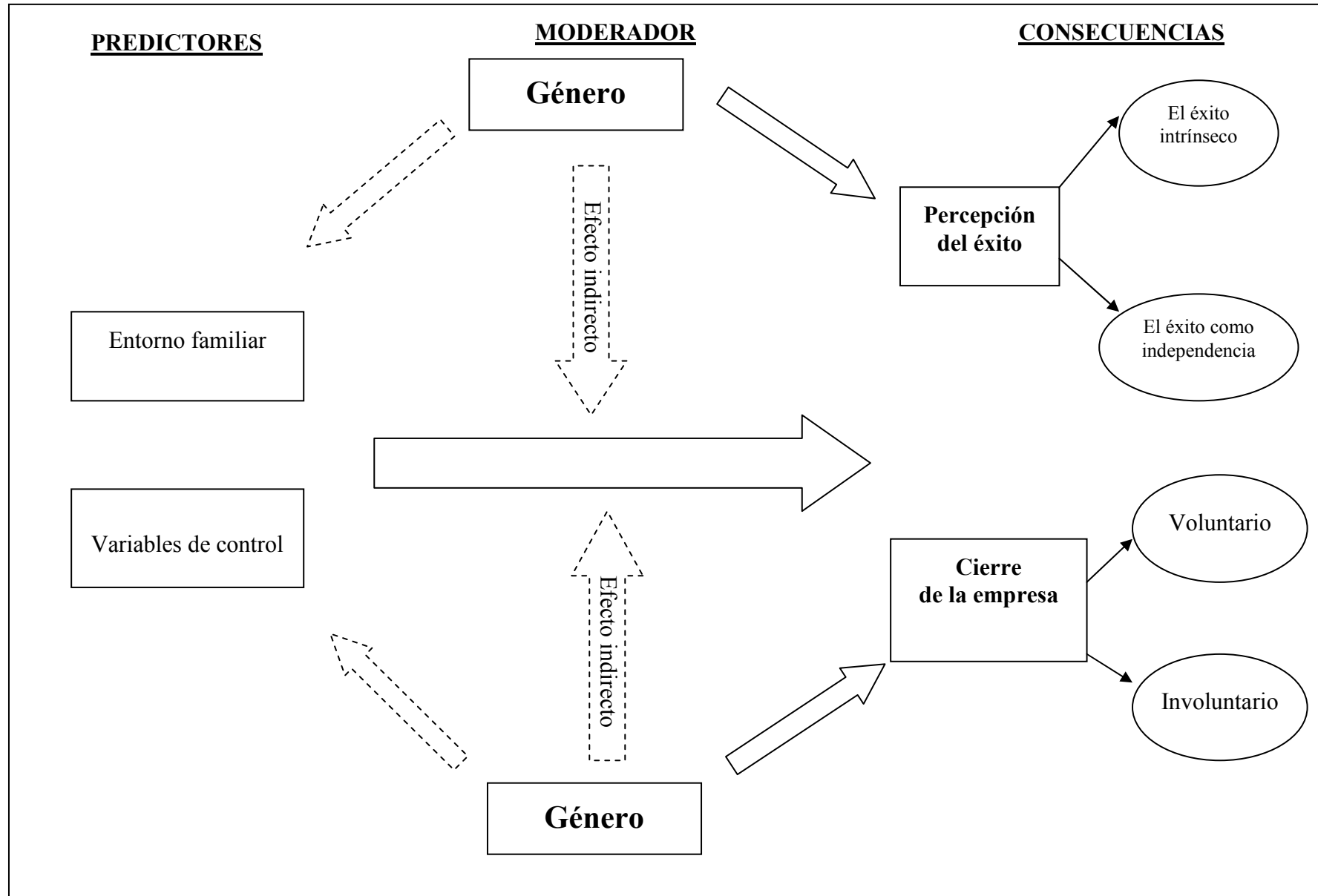
a adoptar tratamientos excesivamente simplistas de los temas relacionados con este colectivo.

Así, los vínculos familiares a menudo han sido estudiados desde la perspectiva de los obstáculos (y, en menor medida, de la ayuda) que éstos imponen a las mujeres en el desarrollo adecuado de su actividad emprendedora (ver por ejemplo, Hisrich, 1989; Kalleberg y Leicht, 1991; Loscocco et al., 1991), estableciéndose una dicotomía entre las emprendedoras poco ambiciosas y con obligaciones familiares y las emprendedoras exitosas que adoptan un comportamiento “masculino” y que tienen menos apego hacia la vida familiar. Aunque es cierto que muchas emprendedoras coinciden con alguna de estas dos categorías, también lo es que la multitud de lazos familiares que puede establecer una persona implicará una amplia diversidad de relaciones, y que no todas ellas influirán negativamente en el desempeño empresarial.

Además, la influencia de los lazos familiares sobre las aspiraciones de los emprendedores y la evolución de los mismos a lo largo del tiempo no han sido tomados en consideración por la literatura, cuando parece lógico que estas aspiraciones sean un elemento determinantes en los resultados empresariales. La estructura familiar del emprendedor y el tipo de roles que de ella se deriva serán pues unos factores cruciales a la hora de determinar tanto como éste percibe su empresa, como las expectativas económicas y psicológicas que tiene de la misma.

La revisión de la literatura expuesta anteriormente pone de relieve el interés de seguir indagando acerca de la relación entre género y desempeño. Pese a la existencia de algunos estudios que exploran esta relación, ninguno de ellos parece capaz de proporcionar, por sí mismo, resultados definitivos. Se trata pues de un tema complejo, en el que entran en juego factores anteriormente ignorados y en el que el género actúa más bien de forma indirecta, moderando la influencia de ciertos elementos familiares en el éxito empresarial. En el capítulo siguiente nos proponemos extender la definición tradicional del éxito a otras metas de índole personal para explorar cómo la situación familiar del propietario y su género afectan el desempeño económico alcanzado por la empresa.

Figura 1. Resumen de las propuestas teóricas



CAPITULO 4. PERCEPCIÓN DEL ÉXITO DE MUJERES Y HOMBRES EMPRENDEDORES: UNA PERSPECTIVA DESDE LA TEORÍA DE LA IDENTIDAD SOCIAL

4.1. Introducción

Los escasos estudios realizados sobre percepción del éxito emprendedor dejan el camino abierto a una nueva y necesaria línea de investigación a la cual esta Tesis pretende ofrecer contribuciones interesantes. En particular, en este capítulo demostraremos que parte del desacuerdo que existe sobre este tema se debe a la falta de fundamentos teóricos adecuados que permiten explicar los factores que inciden en la percepción del éxito empresarial. A nuestro entender, la Teoría de la Identidad Social ofrece un excelente marco conceptual para predecir cuando una mujer emprendedora actuará en consonancia con los estereotipos de género, valorando los retornos psicológicos como principales indicadores de éxito. Esta teoría también nos permitirá comprender cuando la mujer emprendedora adoptará en cambio una actitud congruente con el arquetipo del emprendedor tradicional, es decir, aquel orientado hacia los resultados económicos y el éxito financiero. El mismo razonamiento será también aplicado a los hombres emprendedores que, al igual de que las mujeres emprendedoras, constituyen un grupo heterogéneo que no tiene una única visión del éxito emprendedor.

Asimismo, en este capítulo explicaremos cómo, fundamentándonos en la perspectiva del “Family Embeddedness”, completaremos los postulados de la Teoría de la Identidad Social con consideraciones de índole familiar para explicar las variaciones en las percepciones del éxito en función del género.

4.2. Percepción del éxito empresarial: antecedentes y estado del arte

Como hemos mencionados en la sección anterior, existe un número creciente de investigadores que aboga por la exploración de nuevas definiciones del éxito empresarial, es decir, por definiciones que vayan más allá del mero desempeño financiero (Hudson et al., 2001; Walker y Brown, 2004). Dichos investigadores argumentan que las medidas tradicionales que sólo se basan en aspectos económicos ignoran la relevancia que cobra la valoración subjetiva del éxito por parte del emprendedor a la hora de tomar decisiones relacionadas con su empresa (Fenwick y Hutton, 2000; Rogers, 2005; Still y Timms, 2000). Además, se aduce que para comprender las diferencias de género en el proceso emprendedor, resulta necesario analizar las expectativas no-monetarias que tienen las mujeres con respecto a sus empresas.

Holmquist y Sundin (1988) nos ofrecen una primera aproximación a la definición subjetiva del éxito. Según su estudio sobre las mujeres emprendedoras en Suecia, éstas persiguen las mismas metas económicas que sus homólogos masculinos pero también valoran otros aspectos como son la satisfacción de los clientes y la flexibilidad laboral. En cambio, MacNabb, McCoy, Weinreich, y Northover (1993) aseguran que las mujeres irlandesas no muestran valores emprendedores “clásicos”, y que rehúsan por ejemplo de la toma riesgos y la motivación basada en el beneficio financiero. Asimismo, el estudio de Romano (1994) que se basa en los datos de la Fundación Americana de Mujeres Propietarias de Negocios, revela que las mujeres definen el éxito como el hecho tener control sobre sus propios destinos, construir unas relaciones duraderas con los clientes y hacer algo que las satisfaga. Sin embargo, se aprecia una cierta ambigüedad en la definición del éxito atribuida a los hombres emprendedores puesto que al hablar vagamente de “consecución de objetivos”, este mismo autor no especifica si dichos objetivos son de índole económica o si también incluyen alguna medida subjetiva. Por contra, Buttner y Moore (1997) sí establece una dicotomía clara en el caso de las mujeres emprendedoras analizadas en su estudio, asegurando que las mismas eligieron la autorrealización en vez de los beneficios financieros como medida de éxito. Unas conclusiones similares fueron expuestas en el estudio cualitativo de Fenwick y Hutton (2000): la mayor parte de las cincuenta y cinco emprendedoras entrevistadas en este trabajo describen el éxito en su trabajo haciendo

referencia a sus hijos, a la satisfacción generada por la realización del trabajo, a la reputación que se deriva de ello y a la obtención de una mejor calidad de vida. Asimismo, el estudio más reciente en esta área, realizado por Walter y Brown (2004), también corrobora dichas afirmaciones.

Existe pues un considerable número de trabajos empíricos que hacen hincapié en las expectativas no-monetarias que las mujeres emprendedoras tienen con respecto a su trabajo. El interés generado por esta perspectiva, fundamentalmente por parte de las corrientes feministas, se debe a que resalta la importancia de la contribución de las mujeres a la actividad emprendedora. Pero esta vez no sólo se habla de su aportación en términos económicos, sino que también se destaca su impacto social, puesto que argumentan que las mujeres “humanizan” la empresa.

A pesar de su relevancia, muchos son los que han criticado este enfoque. La primera y principal crítica se refiere a la existencia de resultados contradictorios respecto a las diferencias entre hombres y mujeres emprendedores en cuanto a valores y perfiles psicológicos. En contraposición con los estudios mencionados anteriormente, también existen varios trabajos empíricos no han encontrado variaciones de género y que afirman que la percepción de los emprendedores es independiente de su sexo (Catley y Hamilton, 1998; Eagly, 1995; Fagenson, 1993; Fischer, 1992; Kalleberg y Leicht, 1991; Minniti, Arenius et al., 2005; Sexton y Bowman-Upton, 1990; Shane, Kolvereid, y Westhead, 1991). Además, autores como Ahl (2006) recomiendan interpretar las investigaciones previas sobre el tema con mucha cautela al considerar que el actual proceso de revisión utilizado en las principales revistas científicas está claramente sesgado a favor de los artículos que encuentran diferencias significativas de género, tendiéndose a descartar de forma sistemática aquellos que intentan demostrar lo contrario. En su opinión, este sesgo incurre en el riesgo de sobreestimar las pocas diferencias que existen en realidad entre mujeres y hombres emprendedores, incluyendo las de índole psicológica o perceptiva.

La segunda crítica guarda relación con la metodología utilizada para medir la percepción del éxito. La mayoría de los estudios citados anteriormente se basan en medidas indirectas, a saber, en preguntas acerca de la motivación inicial para emprender. A partir de esta valoración ofrecida por los emprendedores encuestados, los investigadores realizan inferencias acerca de la manera en que los primeros definen el

éxito. Es decir, que se asume que la motivación inicial para lanzar un negocio determina a continuación la manera en que el emprendedor percibe y define el éxito de su empresa (Carter, Brush et al., 2003). La única excepción al uso de este tipo de proxies la representa el estudio exploratorio de Walter y Brown (2004). Solamente en este caso los autores preguntaron de forma específica a sus emprendedores qué significaba para ellos el éxito.

Aunque reconocemos que la motivación inicial para emprender está claramente relacionada con la percepción del éxito, consideramos que otros factores entran también en juego, llegando con el tiempo a influenciar o incluso alterar la orientación psicológica previa del emprendedor. El estudio de MacNabb, McCoy, Weinreich, y Northover (1993) demuestra por ejemplo que tras la puesta en marcha de un negocio se opera un lento proceso de cambio en los valores y creencias de las emprendedoras irlandesas. Asimismo, la teoría sobre el desarrollo de la carrera (conocida en inglés como *career stages theory*) afirma que la evolución que las personas experimentan en su carrera se manifiesta a menudo a través un cambio en la definición del éxito profesional (Dbm, 2001; Schein, 1996). Parece por tanto lógico esperar que la experiencia emprendedora influya en cierta medida en la percepción que tienen sus protagonistas acerca del significado del éxito empresarial.

4.3. La percepción subjetiva y los estereotipos de género

En nuestro trabajo proponemos que la existencia de resultados contradictorios respecto a la relación entre el género y la percepción del éxito se debe en parte a la confusión creada acerca del significado de la noción de “percepción subjetiva”. Este concepto ha dado en efecto cabida a múltiples definiciones y a medidas tan distintas como pueden ser la satisfacción en el trabajo, la reputación, la flexibilidad, la independencia, la capacidad de elegir la actividad diaria, la contribución a la sociedad y la calidad de vida. Por el contrario, la percepción objetiva del éxito ha sido relacionada de forma concreta con la consecución de metas financieras.

Otra fuente de confusión respecto a la percepción del éxito guarda relación con el hecho de que la literatura ha establecido un paralelismo entre criterios subjetivos y los

emprendedores de sexo femenino por un lado, y entre criterios objetivos y los emprendedores de sexo masculino por otro. Dicho de otra manera, se asume que los hombres, por el mero hecho de pertenecer al género masculino, valorarán automáticamente el éxito en base a medidas financieras y que las mujeres utilizarán medidas de índole psicológica.

Esta asociación implícita encuentra su origen en las características estereotípicas que han sido culturalmente atribuidas a hombres y mujeres y parte de la idea de que éstas últimas son más sensibles y atentas a las necesidades de los demás mientras que los hombres tienden más bien a ignorar las consideraciones de índole personal a la hora de buscar el éxito (Adler y Powell, 1999). En el ámbito de la empresa, esta visión consiste en atribuir a las mujeres el rol de “feminizar las relaciones laborales”. Así, las organizaciones “femeninas” son conocidas por implantar políticas de recursos humanos más acordes con las necesidades específicas de sus empleados (Maier, 1999; Martin, 1993). Este tipo de empresas también se distinguen por promover relaciones de confianza y apoyo mutuo entre la dirección y sus empleados y entre los propios empleados (Bird y Brush, 2002; Maier, 1999; Rothschild, 1992). En cambio, las organizaciones “masculinas” perciben al empleado como un simple instrumento para la consecución de los objetivos empresariales. Asimismo, existe una tendencia reciente a abogar por la feminización de las empresas al considerarse que los rasgos femeninos pueden llegar a ser una ventaja en los nuevos modelos de gestión, como puede ser la organización en red, modelo más acorde con los estilos de liderazgo de las mujeres (Peters, 1990).

Una reciente corriente de investigación ha empezado a oponerse a esta visión, criticando que se de por sentado que todas las mujeres empresarias aplican un modelo de gestión “femenino” y que los empresarios varones se decantan por lo “masculino”. Para Ahl (2006) y Cliff y otros (2005) esta asociación sistemática tiende a atribuir estereotipos de género a los emprendedores en función de su sexo biológico, con el consiguiente riesgo de reforzar la idea de que hay algo inherente al hecho de ser mujer que las hace inapropiadas para lanzar y gestionar un negocio con éxito. Además, los defensores de esta línea de pensamiento afirman que los valores que responden a estereotipos de género no concuerdan forzosamente con emprendedores en función de su sexo. Es decir que tanto hombres como mujeres tienen una mezcla de valores

femeninos y masculinos y la medida en que van a ostentar unos u otros dependerá de una variedad de factores situacionales.

4.4. Las dimensiones extrínseca, intrínseca y de independencia: hacia una redefinición del éxito empresarial

En línea con los argumentos aquí expuestos, nuestro trabajo pretende resolver la confusión generada en cuanto a la percepción subjetiva del éxito reconociendo que se trata de un concepto multidimensional que comprende tanto indicadores masculinos como femeninos. Por ello hemos procedido a separar dicho concepto en dos dimensiones distintas: *la dimensión intrínseca* del éxito, que encierra indicadores femeninos, y *la dimensión de independencia*, que engloba aquellos aspectos de carácter más bien masculino.

La dimensión intrínseca se refiere a aquellos valores que ponen las relaciones personales y la aceptación social en una posición privilegiada respecto al éxito económico. Se trata de una dimensión que es acorde con los conceptos utilizados por estudios previos sobre motivación para emprender, siendo éstos etiquetados como *reconocimiento* (Carter et al. 2003; Shane et al. 1991), o *necesidad de aceptación* (Scheinberg y MacMillan, 1988), y que se refieren a la necesidad que tienen los emprendedores de obtener estatus, aprobación y reconocimiento por parte de sus familiares, amigos o *stakeholders* de la empresa. Por otro lado, la dimensión de independencia subraya los valores de autonomía y autorrealización como criterios primordiales para valorar el éxito. También en este caso se trata de un constructo parecido a los identificados por estudios anteriores acerca de las motivaciones para emprender y que describen el anhelo de los individuos de ser libres y de tener control sobre su carrera profesional y su tiempo (Birley y Westhead, 1994; Blaise, Toulouse, y Clement, 1990; Carter, Gartner, Shaver, y Gatewood, 2003).

Por otra parte, nuestra investigación se aleja de lógica que sustenta la investigación tradicional en esta área de conocimiento: según dicha perspectiva, puesto que las dimensiones intrínseca y de independencia reflejan una valoración subjetiva del éxito, ambas habrían de ser relacionadas con las mujeres emprendedoras,

estableciéndose de esta forma una analogía entre las medidas “no-económicas” y los estereotipos de género. En cambio, nuestra aproximación al problema es distinta puesto que consideramos que una “dimensión subjetiva” no es sinónimo de “dimensión femenina”.

En otras palabras, si bien reconocemos la existencia de criterios de valoración del éxito que se puedan denominar como masculinos y femeninos, rechazamos su asociación sistemática con el sexo biológico del emprendedor. En este sentido, la contribución de esta Tesis consiste en demostrar teórica y empíricamente que emprendedores y emprendedores pueden manifestar valores tanto masculinos como femeninos en función de una serie de factores de contingencia.

Para ello, procedemos en primer lugar a definir cuáles son los criterios de valoración del éxito que tienen un carácter masculino y los de índole femenina. Nuestra evaluación estas dimensiones se apoya en el trabajo de Bird y Brush (2002) que analiza los valores emprendedores tradicionales que catalogan como masculinos, versus aquellos más modernos y femeninos. También utilizamos el conocido trabajo de Bem (1981) que propone un listado de los atributos psicológicos que son culturalmente aceptados como masculinos y aquellos que son considerados como femeninos.

Bird y Brush (2002) describen los valores emprendedores tradicionales como aquellos que incluyen “*el éxito financiero (supervivencia, beneficios y riqueza), poder en las demostraciones de eficacia personal y ventaja competitiva empresarial, satisfacción personal o del ego percibida en la autonomía de la que goza un auto-empleado*”. Estos aspectos concuerdan la categoría de indicadores masculinos de Bem (1981), que cita actitudes típicas del prototipo de un emprendedor como pueden ser las personas independientes y autosuficientes.

Frente a estos criterios, Bird y Brush contraponen los valores femeninos que definen como siendo “*más existenciales que buscando metas definidas, reflejando los valores personales del fundador y orientados hacia el bienestar, la cooperación, la autodeterminación y la preservación de las relaciones*” (2002: 53). De nuevo, esta definición coincide con los atributos que componen la escala femenina de Bem, en la que se incluyen la sensibilidad hacia las necesidades de los demás y el amor hacia los niños. Resulta además interesante comprobar, tal y como mencional Ahl (2006) que

tradicionalmente, la literatura ha considerados estos atributos como antagonistas al prototipo de un emprendedor de éxito.

Entre estos factores nos centraremos en el efecto de los hijos, debido al papel fundamental que tiene la paternidad y la maternidad en los valores que tiene cada uno y el reconocimiento creciente de su influencia en el interfaz vida laboral-vida personal. Nuestro enfoque se enmarca dentro de la perspectiva *family embeddedness* de la investigación acerca e la actividad emprendedora (Aldrich y Cliff, 2003), una perspectiva que hace hincapié en la relación que existe entre los valores familiares de un emprendedor y los resultados de su empresa. Dichos resultados incluyen la evaluación del desempeño económico así como la valoración subjetiva del éxito.

4.5. Género y entorno familiar y su impacto sobre la percepción del éxito

4.5.1. La Teoría de la Identidad Social

La Teoría de la Identidad Social (conocida en inglés como *Social Identity Theory*) resulta de gran utilidad a la hora de predecir cuándo es más probable que un emprendedor actúe en consonancia con estereotipos de género y cuándo adoptará en cambio actitudes que son congruentes con el arquetipo del emprendedor tradicional. Esta teoría, que parte de los estudios de Tajfel (1974, 1978), es una de las principales conceptualizaciones que entiende la identidad como una construcción social y reconoce al individuo como socialmente determinado, en contraposición a las posturas esencialistas que apuntaban al carácter innato, inmutable y fijo de la identidad en las personas.

El principal supuesto que sustenta la teoría de la identidad social (TIS) es que si bien hay aspectos de la identidad de una persona que se derivan de su propia idiosincrasia y de sus relaciones interpersonales (*la identidad personal*), existe una multitud de contextos sociales en los que la persona no actúa como un individuo independiente. En dichas situaciones, los individuos se perciben a si mismos fundamentalmente en función de otros y piensan en términos de membresía con un grupo particular (por ejemplo, en términos de su rol profesional o familiar), fomentándose de esta forma actitudes y comportamientos típicos de dicho grupo. Se

trata de un aspecto de la identidad denominado como “*identidad social*”. Partiendo de la idea que los individuos necesitan verse como parte de un grupo, Tajfel establece por tanto que éstos tienden a resaltar las semejanzas dentro del grupo y las diferencias con los otros grupos. Se crea así una situación basada en una categorización endogrupo-exogrupo (o lo que es lo mismo, dentro del grupo-fuera del grupo), quedando al margen los intereses de los propios sujetos. En desarrollos posteriores de la teoría de la identidad social, representados por la teoría de la categorización del yo, se intenta explicar los procesos psicológicos por los cuales los individuos son capaces de llegar a actuar como grupos (Turner y Tajfel, 1982).

En épocas más recientes se aprecia un aumento de los trabajos que procuran aplicar este enfoque de la identidad social al análisis de cuestiones del ámbito organizacional (Ashforth y Mael, 1989; Haslam, 2004; Van Knippenberg, 2000). En este caso, la identificación organizacional se presenta como una forma específica de identidad social. En la medida en que la persona se identifica con su organización ésta le brinda las bases para su identidad. Así, se deduce que la conducta organizacional se puede explicar mejor si se toman en consideración los procesos y las relaciones intergrupales (Haslam, Postmes, y Ellemers, 2003) ya que, cuanto más se concibe uno mismo como miembro de un grupo, cuanto más se identifica con el grupo o la organización, más probable es que actúe de acuerdo con esa identidad social implicada en la pertenencia al grupo. Así, la identificación con la organización o con el grupo de trabajo puede llevar a los individuos a adoptar como propios los intereses y objetivos de ese colectivo. Esto implicaría que las personas estarán primeramente interesadas en los objetivos del grupo más que en su interés individual y que este último les resultará menos relevante, como muestran los estudios empíricos que aportan evidencia sobre la relación entre la identificación y los esfuerzos en beneficio del grupo (Doosje, Spears, y Ellemers, 2002).

Aplicando este marco teórico al contexto del *entrepreneurship*, planteamos en este trabajo que los emprendedores tienden por lo general a sacar gran parte de su autoconcepto del ámbito laboral. Habida cuenta del elevado grado de identificación de los emprendedores con su empresa y de la importancia que para ellos tiene el trabajo en su vida (Timmons, 1999), parece lógico suponer que la identidad social de los mismos se corresponderá en gran parte a la del grupo de colaboradores con el que comparte el

día a día de la empresa o, en su defecto, con el colectivo más amplio de los emprendedores.

Por otra parte, la teoría de la identidad social incorpora la noción de que el autoconcepto de un individuo puede estar relacionado con varios grupos simultáneamente y sostiene que el grado en que éste considera cada uno de dichos grupos como descriptivos de su identidad variará en función de las situaciones y a través del tiempo (Haslam et al., 2003). Es decir que un emprendedor puede a la vez sentirse identificado con sus socios y empleados en la empresa, y con el grupo de padres del colegio de sus hijos y el protagonismo que cobrará una identificación con respecto a la otra variará según el tiempo y las circunstancias.

Otra premisa fundamental de la TIS es que para Tajfel la identidad social se refiere a "*aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo (o grupos) social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia.*" (Tajfel, 1984: 292). Desde esta perspectiva, los sujetos se sentirán parte de un grupo en la medida en que dicha pertenencia le otorgue un sentido de identidad social positiva. Este es por ejemplo el caso de los grupos que ostentan un estatus elevado o que detienen poder (Ellemers, 1993; Haslam, Powell, y Turner, 2000). Así, un individuo que tiene que elegir entre varias identidades sociales se identificará con los grupos que contribuyen a generar un autoconcepto positivo, descartando aquellas identidades que son culturalmente percibidas como socialmente inferiores. Cuando la identidad social elegida deja de ser satisfactoria, el individuo tratará de abandonar el grupo, ya sea en términos psicológicos, o en la realidad para unirse a otro que se distinga de manera positiva y/o hacer que su grupo se diferencie positivamente.

En relación a lo expuesto, esta Tesis sostiene que cuando los emprendedores expresan valores personales y describen la forma en que perciben el éxito, están en realidad indicando su pertenencia a un grupo social en detrimento de otro. Puesto que los atributos emprendedores masculinos gozan de una valoración social positiva y que, en cambio, la utilización de criterios femeninos y subjetivos sigue siendo valorado negativamente¹⁸, los emprendedores tenderán a identificarse principalmente con

¹⁸ Aunque se considera tradicionalmente que el concepto de actividad empresarial es neutro al género, éste en realidad se asienta en nociones consideradas como masculinas. Así, según Ahl (2002) "*la actividad empresarial se ha construido como algo positivo, asociado a la innovación, al crecimiento y el*

comportamientos extrínsecos o masculinos. Es decir que el mayor estatus asignado a los valores emprendedores de carácter masculino será captado como una señal para distinguir positivamente su identidad, y esto tanto en el caso de los hombres como en el de las mujeres. Por lo tanto, proponemos que al igual que sus colegas hombres, las mujeres emprendedoras adoptarán valores masculinos, exhibiendo una mayor inclinación hacia los criterios económicos para definir el éxito de sus negocios. En otras palabras, y en consonancia con lo planteado por Ahl (2006) y Cliff et al. (2005), estimamos que no hay razones de peso para suponer que existen diferencias de género en la percepción del éxito. Más aún, y siguiendo el planteamiento de la TIS, los emprendedores de ambos sexos tenderán a identificarse con valores y criterios extrínsecos.

Ahora bien, la identificación con grupos de mayor estatus y la necesidad de distinguir positivamente su identidad no es el único mecanismo que los individuos utilizan para formarse un autoconcepto. Además, tal como hemos mencionado anteriormente, dicha identificación no es inmutable y un cambio en el contexto puede producir una modificación en el autoconcepto y, por ende, en las actitudes de dichos individuos. Al variar el contexto comparativo cambian las diferentes identidades sociales exgrupales disponibles y entran en juego marcos de referencias distintos. Así, Hogg y Turner (1987) encontraron por ejemplo que el contexto influye en cómo las personas se definen en términos de género. Otros investigadores (Gaerdner, Mann, Murrell, y Dovidio, 1989) han mostrado que, dependiendo del contexto, un individuo puede definirse como miembro de un endogrupo o de un exogrupo.

Para predecir cuándo la identificación con un grupo específico podrá convertirse en un factor determinante del comportamiento de una persona por encima de otros grupos, la TIS hace referencia a los mecanismos de saliencia grupal como base para el autoconcepto en un contexto dado (Hogg y Terry, 2000). El concepto de saliencia alude a la medida en que la identidad social de un grupo se hace más saliente o destacada para un individuo. Como apunta Turner (1982), al hacer que un grupo sea más significativo o llamativo con relación al contexto, la saliencia determina una mayor probabilidad del

desarrollo, y la mayoría de palabras positivas asociadas con feminidad no parecen estar presentes en la discusión” (2006:599). Por tanto, y puesto que Según Shakeshaft y Nowell existe una creencia generalizada “...en la superioridad masculina y en un sistema de valores en el que las experiencias y conductas femeninas se ven como inferiores” (1984: 187-188), parece lógico suponer que la visión que se tiene de la actividad emprendedora refleje esta valoración.

surgimiento de una conducta grupal por parte del individuo. Aplicando esta idea al ámbito laboral se comprende que la conducta en el trabajo está determinada en gran medida por la pertenencia de los trabajadores a ciertos grupos sociales y la saliencia de ésta pertenencia en el contexto del trabajo.

Partiendo de esta afirmación, el hecho de que una persona se identifique con su grupo no implica automáticamente que esta pertenencia al grupo sea siempre saliente en la mente del individuo o se transforme en una guía destacada para su comportamiento. Por lo tanto, la pertenencia al grupo sólo afectará a sus actitudes y conductas en la medida en que tal pertenencia sea saliente, con lo que la saliencia de la identidad organizacional se transforma en un prerrequisito para que los efectos de la identificación organizacional tengan lugar.

En línea con lo expuesto, y aplicando este marco teórico al tema que nos ocupa en esta Tesis, sostenemos que hay momentos en la vida de un emprendedor en los que su rol dentro de la familia es llamado a cobrar protagonismo, convirtiéndose en un elemento más saliente que sus responsabilidades empresariales. Ello producirá cambios en su autoconcepto hacia una mayor identificación con grupos y valores familiares que con respecto a grupos de emprendedores. Esta afirmación es además consistente con los postulados de la Teoría del Desarrollo Profesional, cuyas hipótesis fundamentales se refieren al análisis de la evolución de las prioridades de las personas con respecto a su carrera y cómo ello depende de su ciclo de vida, es decir, su edad y su situación familiar (Chi-Ching, 1995; Levinson, 1986).

En este sentido, la presencia de hijos dependientes actúa como un poderoso mecanismo de saliencia que resalta el rol de los emprendedores como padres de familia, induciendo una mayor inclinación hacia los valores intrínsecos con respecto a los extrínsecos. Es lo que denominamos el efecto *parenthood*¹⁹, que afecta tanto a los hombres como a las mujeres. A primera vista, la similitud en el comportamiento y las percepciones de los emprendedores de ambos sexos podría parecer extraña puesto que implica que los emprendedores varones adoptarían actitudes “femeninas” y no “masculinas”. Sin embargo, si nos referimos a los argumentos planteados por Cliff et al. (2005), esta situación deja de parecer incongruente: dichos autores sugieren en efecto

¹⁹ De aquí en adelante utilizaremos el término anglosajón de “parenthood” para subrayar el hecho de que la situación de progenitor se aplica tanto a las mujeres como a los hombres. En cambio, el término español “paternidad” se refiere de forma específica al progenitor masculino.

que las cualidades típicamente consideradas como femeninas están recibiendo una aceptación creciente en el ámbito organizacional lo que se refleja tanto en la prensa como en los manuales de gestión y en el ámbito de la investigación (ver por ejemplo Fondas, 1997). En este sentido, los autores afirman que dicha popularización de las prácticas de gestión femeninas podría haber favorecido su implementación práctica por parte de los empresarios, independientemente de su sexo. Esto explicaría por ejemplo la multiplicación de iniciativas empresariales hacia la flexibilidad laboral, el otorgamiento de una mayor autonomía a los empleados, o la adopción de prácticas de responsabilidad social corporativa.

Trasladando esta realidad al ámbito de nuestro estudio, planteamos la posibilidad de que los emprendedores adopten actitudes y valores femeninos a la hora de medir el éxito profesional. Sin embargo, para que esto suceda esta actitud tendría que ser activada por un factor de contingencia, en este caso el *parenthood*. Ello significa que al igual que las mujeres, los hombres que se encuentran en una situación de paternidad mostrarán una percepción intrínseca del éxito empresarial. Esto implica establecer la siguiente hipótesis:

H1: La dimensión intrínseca del éxito será más importante para los emprendedores con hijos dependientes que para los emprendedores sin hijos dependientes.

Si bien la TIS establece la existencia de una tendencia natural de los individuos a asociarse con una identidad social positiva, también matiza que existen varios factores que pueden moderar o modificar dicha propensión. Según Ellemers, Gilder and Haslam (2004), hay situaciones en las que los individuos pueden estar dispuestos a compararse de forma negativa con respecto a otros grupos, asumiendo de este modo una identidad social desventajosa (por ejemplo, los grupos de menor estatus). Esto ocurre en la medida en que consideran que dicho grupo de menor estatus tiene el potencial para mejorar su situación o cuando los individuos perciben que esta desventaja del grupo es injusta. Dicho de otro modo, un individuo puede identificarse con un grupo de inferior estatus cuando las diferencias entre éste y otros grupos es ilegítima. Más concretamente, los autores afirman que en el ámbito laboral este tipo de comportamiento puede estar

provocado por situaciones en las que unos individuos se encuentran sistemáticamente excluidos de ciertas gratificaciones u oportunidades en base a su pertenencia a una categoría social específica (por ejemplo en términos de género, edad o origen étnico). Dicho de otra manera, la discriminación laboral hacia una categoría de empleados puede provocar una mayor identificación psicológica de los mismos con la categoría en cuestión, incrementando su adhesión a los valores, creencias y comportamientos típicos de este grupo.

En este sentido, existe un fenómeno ampliamente conocido y que podría reflejar las dinámicas que subyacen detrás de este proceso de identificación social como resultado de la discriminación laboral: se trata del *techo de cristal*, que hace referencia a las trabas implícitas con las que se encuentran las ejecutivas cuando quieren ascender a puestos de responsabilidad en el mundo corporativo. La literatura organizacional especializada en temas de género abunda con investigaciones al respecto, llegándose a confirmar la influencia negativa que tiene en las carreras de las mujeres el sistema organizacional actual caracterizado por ser predominantemente masculino y por tener estructuras tradicionales de jerarquía y autoridad (Buttner y Moore, 1997). Aplicando a este contexto la discusión anterior sobre identificación social a grupos desfavorecidos, parece lógico deducir que, al estar expuestas a la discriminación laboral, muchas ejecutivas se sentirán inclinadas a identificarse con sus colegas mujeres en mayor medida que con el resto de grupos que conforman el ámbito organizacional en el que éstas trabajan (por ejemplo, el grupo de mandos intermedios, con independencia de su sexo).

Este razonamiento puede ser a su vez trasladado al área de *entrepreneurship*, y más concretamente a la manera en la que emprendedores y emprendedoras definen el éxito. Como hemos mencionado anteriormente, y en base al principio general expuesto por la TIS, se espera que, con independencia del sexo, los emprendedores tiendan por lo general a identificarse con el arquetipo del emprendedor ambicioso y orientado hacia los resultados financieros, debido a la connotación social positiva que esta actitud conlleva. No obstante, si aplicamos la salvedad a esta regla que propone la propia TIS y que hemos explicado anteriormente, podemos plantear que existen circunstancias en las que un emprendedor se sentirá más identificado con grupos de menor estatus. Este sería el caso por ejemplo de las mujeres emprendedoras que, como resultado de la discriminación de género vivida de forma directa u indirecta durante alguna experiencia

laboral previa, podrían sentir que su identidad está fuertemente marcada por su pertenencia al sexo femenino. El resultado de esta identificación se vería reflejado en unas motivaciones y aspiraciones emprendedoras que enfatizarían su pertenencia a este grupo, y detrás de los cuales subyace el deseo de mejorar el estatus social del mismo.

Este deseo de superar el techo de cristal gracias a la actividad emprendedora podría explicar por ejemplo el hecho de que muchos estudios (ver por ejemplo Mattis, 2004) encontraron que las mujeres emprendedoras hacían hincapié en la independencia como el principal objetivo perseguido al elegir el autoempleo, poniéndolo por encima de las expectativas económicas. Es aquí dónde la segunda dimensión de la percepción subjetiva del éxito, la dimensión de independencia, cobra toda su relevancia²⁰. Nuestra contribución teórica consiste por tanto no sólo en identificar este tipo particular de percepción del éxito sino también en plantear, en base a la TIS, la hipótesis de que mientras los emprendedores enfatizarán la vertiente económica del éxito, las emprendedoras darán en cambio prioridad a los aspectos que mejoran su estatus social como mujeres con respecto a experiencias laborales anteriores. Dicho de otra manera, las emprendedoras valorarán la dimensión de independencia como manera de medir el éxito en mayor grado que los criterios financieros. La principal meta perseguida por el salto hacia el autoempleo no sería por tanto el enriquecimiento personal, o por lo menos no durante las etapas iniciales del proceso emprendedor, sino más bien una mejora significativa en los niveles de empoderamiento²¹ y autonomía. Formalmente,

H2: La dimensión de independencia será más importante para las mujeres emprendedoras que para los hombres emprendedores.

4.5.2. El efecto moderador del género

Si bien consideramos que el género en sí mismo no afecta la percepción intrínseca del éxito, también sugerimos sobre la base de la TIS que este factor modera la

²⁰ En este punto es importante recordar que la independencia es un valor masculino así como lo son las metas de éxito financiero si bien el primero es un criterio de índole subjetiva mientras el segundo es claramente objetivo.

²¹ Este término, traducido de la palabra inglesa “empowerment” hace referencia a la posibilidad de fortalecer la autonomía y a la asunción de un mayor liderazgo empresarial por parte de las mujeres.

relación que existe entre *parenthood* y dicha dimensión. En particular, planteamos que cuando las mujeres emprendedoras están confrontadas a situaciones que incrementan la saliencia de su rol dentro de la familia, éstas se verán inclinadas hacia valores femeninos en mayor medida que los emprendedores varones. En otras palabras, proponemos que la “maternidad”, es decir el efecto combinado de ser mujer con el hecho de tener hijos dependientes, tiene implicaciones únicas que van más allá de las que están simplemente relacionadas con el *parenthood* en general.

Puesto que la TIS estipula que para que se produzca un cambio en el autoconcepto de un individuo es necesario que se haya activado previamente un mecanismo de saliencia, tenemos que determinar bajo qué circunstancias la presencia de hijos dependientes puede convertirse en un factor de saliencia más poderos en el caso de las mujeres que en el de los hombres. Ridgeway y Correll (2004) ofrecen un buen argumento en este sentido al afirmar los siguiente:

“Cada vez que una mujer da muestras en su trabajo que evidencian su situación de madre con hijos dependientes, ésta será catalogada como la principal responsable del cuidado de los mismos, primándose de esta manera el estatus y las implicaciones de este rol particular con respecto a sus competencias personales. Esto sucederá por ejemplo cuando una mujer queda visiblemente embarazada (Halpert, Wilson, y Hickman, 1993) deja una reunión temprano para recoger a sus hijos o se ausenta del trabajo para cuidar de un hijo enfermo. A partir de ese momento, y sea cual fuere el contexto laboral en el que la mujer evoluciona, el reconocimiento de su rol como madre la distinguirá de parte de sus compañeros de trabajo y será considerado como directamente relevante de cara a su desempeño profesional. Como resultado, las implicaciones de la maternidad en términos de estatus serán salientes en este tipo de contexto” (2004: 693).

En este trabajo proponemos además que esta saliencia no será tan destacada para los hombres con hijos dependientes como lo es para las mujeres que están en la misma situación. Los patrones culturales actuales que sitúan a las madres como las principales responsables del cuidado de los hijos siguen en efecto fuertemente anclados en la sociedad mientras que las expectativas con respecto a los padres están más bien relacionadas con el sustento económico de su progenitura (Bernhardt, 1994; Deutsch y Saxon, 2000). En consecuencia, nuestro planteamiento consiste en proponer que las

mujeres emprendedoras no adoptarán un enfoque femenino en la gestión de su empresa a menos que exista un contexto saliente, como por ejemplo la maternidad, que las empuje a conformarse a lo que se espera socialmente de ellas, induciéndola a basar su autoconcepto en los estereotipos de género. En la práctica, la saliencia de la maternidad se traducirá por tanto en una mayor inclinación hacia valores femeninos como puede ser la dimensión intrínseca del éxito, que resalta entre otros, la importancia de la familia y la atención a las necesidades ajenas. Por tanto:

H3: La dimensión intrínseca del éxito será más importante para las mujeres emprendedoras con hijos dependientes que para los hombres emprendedores en la misma situación.

Además, y en línea con los argumentos expuestos anteriormente, proponemos que la discriminación de género en el ámbito organizacional será aún más sistemática cuando existe un contexto que convierte el género en un factor saliente, como lo es en nuestro caso la maternidad. Por consiguiente, se espera que la maternidad tenga un doble efecto sobre la percepción del éxito, una sobre su dimensión intrínseca y otra sobre su dimensión de independencia. Formalmente, este razonamiento derivaría en la cuarta hipótesis:

H4: La dimensión de independencia será más importante para las mujeres emprendedoras con hijos dependientes que para los hombres emprendedores en la misma situación.

4.5.3. El efecto moderador de la etapa de desarrollo emprendedor

Del mismo modo que las actitudes de un emprendedor con respecto a un grupo de referencia varían con su ciclo de vida personal, siguiendo las asunciones de la TIS también esperamos que éstas actitudes se vean afectadas por el ciclo de vida de la

empresa, o lo que es lo mismo, por la etapa de desarrollo en la que se encuentra la iniciativa emprendedora en cuestión.

Una de las principales aplicaciones del enfoque de la identidad social a las actitudes y motivaciones laborales la encontramos en el área de investigación sobre liderazgo empresarial. Cuando nos adentramos en este campo comprobamos que la aproximación de la TIS al liderazgo consiste en definirlo como un proceso por el que los demás perciben a un individuo como líder (Lord y Maher, 1990). Es decir que la TIS no niega la importancia del liderazgo carismático, pero considera que el carisma es un producto que emerge del proceso de categorización. Dicho de otra manera, el liderazgo es una expresión de la dinámica que se produce entre el líder y el grupo y se asegura por los seguidores (Haslam et al., 2000).

En este sentido, López-Zafra, de Amicis y García Retamero (López-Zafra, de Amicis, y García Retamero, 2005) consideran que la TIS asume la perspectiva de la teoría implícita de liderazgo que afirma que la efectividad del líder dependerá de las percepciones de los seguidores, influidas éstas por los prototipos del líder. Estos prototipos definen los rasgos y conductas que serán juzgados como adecuados. Ahora bien, este prototipo de líder no es más que el del prototipo endogrupal. Es decir que una persona es aceptada como líder de un grupo cuando es la que mejor representa la identidad social compartida y la posición de consenso del grupo. Por ejemplo, Hogg y Robinson (1996) observan que cuando los individuos se identifican muy fuertemente con un grupo, les otorgan liderazgo a aquellos que perciben como los más prototípicos del endogrupo. Además, si un individuo se convierte en líder, el grado en que los seguidores perciben que este líder comparte con ellos una identidad común aumenta su habilidad para influir en el grupo (Ellemers et al., 2004). De esto se deduce que las minorías pueden encontrar muy difícil conseguir posiciones de liderazgo porque no se ajustan al prototipo organizacional (Hogg y Terry, 2000).

Estos postulados de la TIS sobre liderazgo nos ofrecen una indicación de las condiciones bajo las cuales un líder empresarial es más susceptible de tener éxito en movilizar a sus seguidores, y en particular a sus empleados, lo cual tiene implicaciones directas con respecto a nuestro contexto de investigación.

En primer lugar, mencionar que los emprendedores que se encuentran en una fase inicial del proceso de constitución y consolidación de su empresa gozan de una

libertad casi absoluta para infundir una cultura organizacional que sea acorde con sus valores personales. Como fundador de la empresa, que generalmente se inicia con un tamaño moderado, el emprendedor reina como líder absoluto y es poco probable que su liderazgo se vea cuestionado por los pocos socios o empleados que él mismo haya elegido. En cambio, una vez que la empresa ya está consolidada y que crece se tamaño, se reduce el margen de maniobra del emprendedor puesto que ésta cobra una dinámica propia y genera un comportamiento institucionalizado que depende tanto del fundador de la empresa como del resto de los agentes involucrados en la misma. En este segundo caso, resulta más probable que el liderazgo del emprendedor y su eficacia dependa de la percepción que de él tienen sus seguidores dentro de la empresa, y del grado en que él se acerca al prototipo del grupo.

Si vinculamos este razonamiento con el hecho de que la cultura corporativa que impera en la actualidad tiende a favorecer los valores masculinos (Fondas, 1997), parece lógico deducir que aquellos emprendedores que se lanzan en una iniciativa empresarial con cierta predisposición a adoptar un estilo de liderazgo femenino tenderán con el tiempo a sentir una presión creciente por conformarse a las normas del grupo y adoptar actitudes y valores masculinos (Cliff et al., 2005). Aplicado al caso concreto de la percepción del éxito, esta necesidad de actuar de acuerdo con los prototipos preestablecidos significaría una mayor tendencia hacia la exhibición de valores extrínsecos en las empresas establecidas que en las nuevas.

En base a estos argumentos se espera que la inclinación de los emprendedores con hijos dependientes hacia una valoración intrínseca del éxito sea más elevada en las etapas iniciales del desarrollo de la empresa (empresas nuevas) que en fases posteriores de la misma (empresas establecidas). Esto implica establecer la siguiente hipótesis:

H5: El efecto positivo de los hijos dependientes sobre la dimensión intrínseca del éxito será más elevado en las empresas nuevas que en las empresas establecidas.

La misma lógica puede aplicarse al efecto del género sobre la dimensión de independencia. Como hemos apuntado anteriormente, las mujeres emprendedoras serán

más propensas a valorar la autonomía como criterio principal de éxito por encima de los beneficios económicos. Esto se debería a una identificación con el resto de mujeres trabajadoras y a el deseo, como colectivo, de superar barreras corporativas tales como el techo de cristal. Sin embargo esta identificación inicial con el grupo de ejecutivas puede verse reducida con el tiempo conforme la mujer emprendedora vaya consolidando su empresa. Como máxima responsable de la gestión de una empresa, el recuerdo que una emprendedora pueda tener de los efectos del techo de cristal en el mundo corporativo quedaría difuminado puesto que ya no existen más frenos a la asunción de responsabilidades que los que ella misma se imponga, y este factor dejaría por tanto de ser saliente de cara a su identidad. En este sentido, se produciría un traslado progresivo de la vinculación de su autoconcepto hacia el grupo genérico de emprendedores, con la consiguiente adopción de actitudes más congruentes con este prototipo, es decir, las de tipo extrínseco.

En segundo lugar hay que recordar que debido a la escasa representación de las mujeres en puestos de responsabilidad en el mundo corporativo, una emprendedora se alejará del prototipo grupal dentro de su empresa por el hecho de pertenecer a una minoría. Esto a su vez afecta su legitimidad como líder dentro de la empresa. Este argumento concuerda de hecho con la teoría de congruencia de rol (Eagly y Karau, 2002) acerca de género y liderazgo, según la cual las mujeres de prejuicios relacionados con las expectativas que se tiene de un líder y el hecho de que el estereotipo femenino no se ajusta al perfil típico del mismo. Esta percepción de incongruencia podría potenciar que la propia emprendedora intentara reducir la distancia psicológica que la separa del prototipo de líder con el objetivo de confirmar su liderazgo con respecto a sus seguidores. Concretamente, esto implicaría la adopción de valores extrínsecos, es decir financieros, en lugar de criterios intrínsecos como la independencia.

Sin embargo, postulamos que este cambio sólo se producirá cuando esté generado por una comparación social con respecto a un grupo de referencia de peso dentro de la empresa, es decir una vez que la empresa esté consolidada. En línea con los supuestos de la TIS sobre liderazgo, se espera por ende que la posición minoritaria de la mujer dentro de la empresa se convierta en un elemento saliente con la consolidación y el crecimiento de la misma, lo cuál podría poner en peligro su posición de liderazgo. Para mitigar estos efectos las emprendedoras se sentirían en ese caso empujadas a mostrar de forma creciente comportamientos más acordes con el prototipo

organizacional y a manifestar valores de índole masculinas. En consecuencia, formulamos la siguiente Hipótesis:

H6: El efecto positivo del género sobre la dimensión de independencia será más elevado en las empresas nuevas que en las empresas establecidas.

Del mismo modo, esperamos que entrepreneurial stage modere la relación entre maternidad y las dos dimensiones subjetivas del éxito. Still and Timms (2000) y Cliff (1998) aducen en efecto que el ciclo vital de una mujer y el ciclo de desarrollo de su empresa son dos procesos paralelos que están estrechamente relacionados y que su interacción produce una relación compleja en la que una u otra esfera de la vida (personal o profesional) de la emprendedora cobrará preeminencia alternativamente según la etapa de desarrollo en la que se encuentre y la saliencia relativa de una con respecto a la otra. Dentro de la esfera personal, los investigadores consideran la maternidad o la responsabilidad del cuidado de los hijos como los acontecimientos más relevantes. En línea con esta argumentación proponemos que la saliencia de la maternidad tendrá un impacto distinto sobre las actitudes y percepciones de la mujer emprendedora según el nivel de consolidación de su iniciativa empresarial.

En concreto, proponemos que las emprendedoras con hijos dependientes sentirán una mayor presión por conformarse al prototipo de madre durante las etapas iniciales de creación de su empresa, puesto que su estatus de emprendedora no está todavía confirmado, convirtiendo la maternidad en un factor comparativamente más saliente para su autoconcepto. En cambio, en etapas posteriores del desarrollo de la empresa, la probabilidad de una identificación mayor con el prototipo de emprendedor resulta viable, reduciendo la tendencia inicial de hacer muestra de valores femeninos. Ésta probabilidad se verá además favorecida por la necesidad que tendrán las emprendedoras de ganar mayor credibilidad con respecto a empleados, proveedores y clientes y asentar su liderazgo. Estos argumentos tienen un impacto directo sobre la medida en que las mujeres emprendedoras con hijos dependientes tenderán a manifestar valores comparativamente más femeninos que sus homólogos varones. Formalmente,

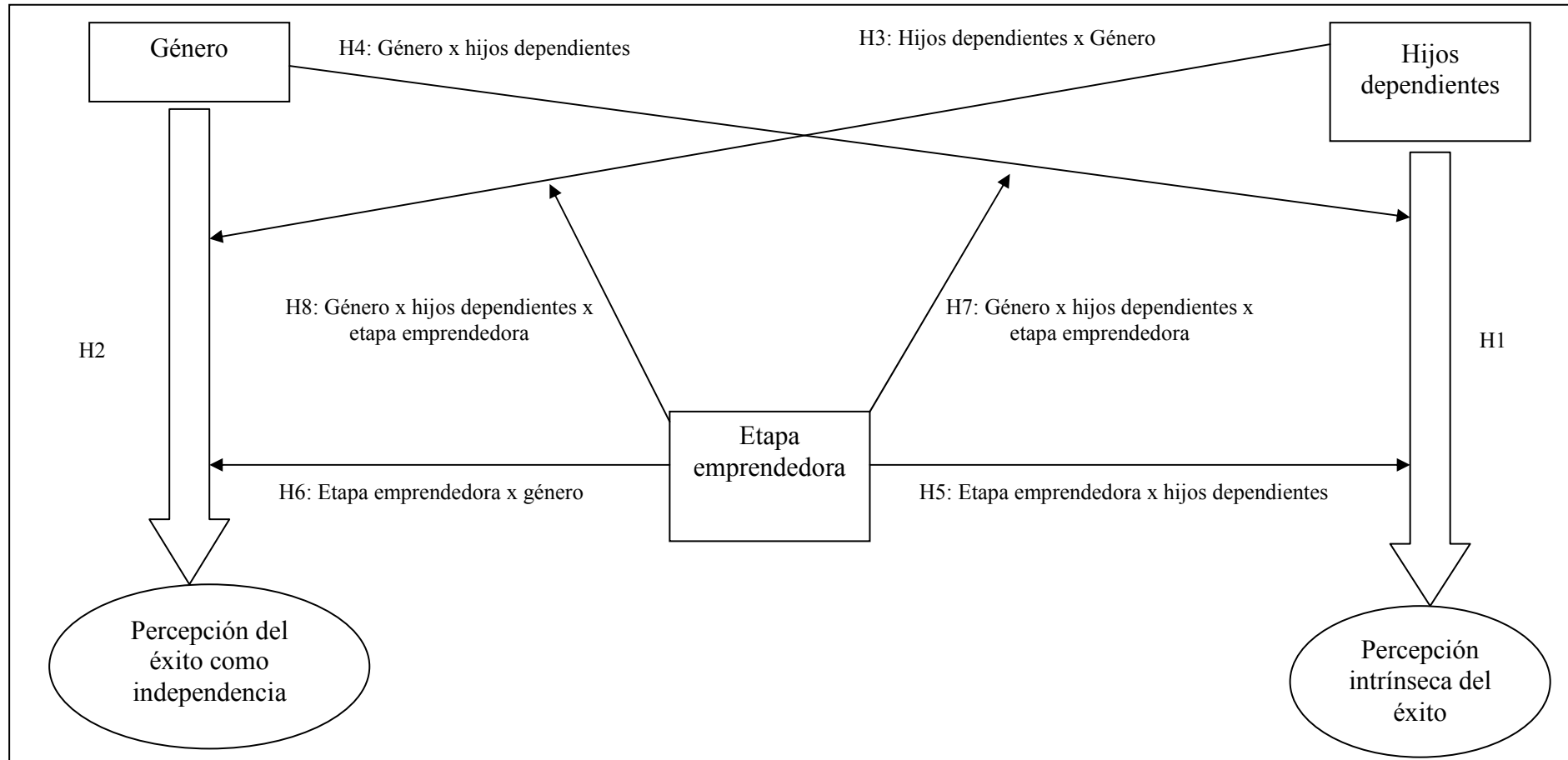
H7: El efecto moderador del género sobre la relación entre hijos dependientes y la dimensión intrínseca del éxito será más elevado en empresas nuevas que en empresas establecidas.

Finalmente, esperamos que el ciclo o la etapa emprendedora tenga un impacto sobre el efecto interactivo que el género y *parenthood* ejercen sobre la dimensión de independencia. Proponemos que el efecto “magnificador” que provoca la presencia de hijos dependientes sobre el efecto del techo de cristal quedará diluido con el tiempo, y sobre todo una vez que la mujer consigue confirmar su estatus como emprendedora, es decir, cuando consolida su iniciativa empresarial. Este deseo de autonomía dejaría entonces de ser la principal motivación detrás de la actividad emprendedora, primándose en cambio otras nuevas prioridades más típicas del resto de emprendedores, como pueden ser las de solvencia y beneficio económico. Además, como hemos adelantado en hipótesis anteriores, la adopción de valores más tradicionales permitirían asentarían su liderazgo dentro de la empresa. En consecuencia, se plantean la siguiente hipótesis:

H8: El efecto moderador del género sobre la relación entre hijos dependientes y la dimensión de independencia será más elevado en empresas nuevas que en empresas establecidas.

La siguiente figura resume las principales hipótesis expuestas en este capítulo:

Figura 2 - Resumen de las Hipótesis: La influencia del género y entorno familiar en la percepción del éxito



CAPITULO 5. MUJER EMPRENDEDORA, FRACASO Y CIERRE EMPRESARIAL

5.1. Los determinantes del fracaso empresarial

En 1981, Cochran (1981: 50) afirmó que: *“Como el tiempo, los pequeños negocios son objeto de muchas discusiones [...] pero, a diferencia del tiempo...hay...escasez de información oportuna, fiable y relevante sobre las tasas de fracaso de los pequeños negocios”*. Aunque se han hecho enormes progresos desde entonces, la crítica de Cochran, extendida por algunos investigadores a los determinantes del fracaso empresarial y a las características de las empresas correspondientes (De Castro et al., 1997; Gaskill, Van Auken, y Manning, 1993; Watson y Everett, 1996), es aún válida (Pasanen, 2004).

La falta de información sobre el alcance del fracaso de los pequeños negocios es sorprendente, dado el importante rol que juega el sector en la economía mundial. Su impacto económico es aún más significativo en el caso de los países en desarrollo, donde representa una media del 90% del PIB. Comprender el proceso que influye en el fracaso de las pequeñas empresas (y en su éxito²²) tiene además, tremendas implicaciones para los clientes, proveedores, empleados y propietarios y, por tanto, para la estabilidad y salud de la compañía y la sociedad en general. Además, desde el punto de vista de la investigación, analizar cuidadosamente el fracaso en lugar de centrarse sólo en el éxito puede proporcionar a los estudiosos conocimientos adicionales sobre el proceso de creación de valor. Tal y como afirma McGrath: *“Una razón por la que el fracaso ofrece ventajas es porque a menudo es más fácil señalar por qué ha ocurrido un fracaso que explicar un éxito, lo que hace del análisis del fracaso un poderoso mecanismo para resolver la incertidumbre”* (1999: 28).

²² Es importante precisar que la supervivencia organizacional, aunque importante, es sólo una de las medidas posibles del éxito organizacional, y que otras medidas, como el crecimiento o los beneficios, podrían usarse. Aunque estas medidas están muy relacionadas con la supervivencia organizacional no son, sin embargo, objeto de estudio en este apartado, principalmente porque acentúan diferentes aspectos del proceso de evolución de la firma.

Existe un interés creciente, a nivel gubernamental y académico, en identificar los factores asociados a la gestión y al desempeño de las pequeñas empresas. Numerosas agencias públicas y privadas toman parte en intentos de ayudar a los pequeños negocios a tener éxito, y los responsables de la elaboración de las políticas parecen cada vez más preocupados por la necesidad de comprender las pautas del fracaso de las pequeñas empresas. Sin embargo, todavía hay mucho que hacer para que estos esfuerzos tengan un éxito definitivo. En este sentido, la posible influencia del género en el fracaso represente una incógnita aún más importante puesto que aunque se ha asumido que las mujeres emprendedoras fracasan más que los hombres, no existe, que sepamos, ningún estudio que haya podido demostrar este hecho de forma convincente. Como veremos a continuación, el conocimiento científico necesita de mejores modelos de predicción del fracaso, basados en definiciones conceptuales más acertadas, fuentes de datos más fiables, estructuras teóricas mejor integradas y que incluyan el género como posible elemento diferenciador.

5.1.1. Definir el ámbito del fracaso empresarial

Muy pronto, los investigadores advirtieron que el principal motivo de confusión sobre las tasas y los determinantes del fracaso empresarial era la multitud de definiciones y medidas contrapuestas sobre el concepto de fracaso (Cochran, 1981). La falta de acuerdo entre las distintas áreas científicas sobre lo que implica este fenómeno ha provocado la utilización de distintos términos en la literatura: mortalidad, salida, discontinuidad, bancarrota, declive y fracaso.²³

En el caso particular de las pequeñas empresas, este problema se refuerza por la ausencia de requisitos de formalización, lo que hace difícil, sino imposible, obtener suficiente información fiable para medir su desempeño económico (Watson y Everett,

²³ En esta revisión, excluimos la literatura sobre “retrenchment” y disminución de tamaño o de personal porque creemos que, aunque podrían ser provocadas por el fracaso, no deberían conceptualizarse como tal. Además, la reducción de tamaño se ha institucionalizado recientemente entre las grandes empresas como una herramienta estratégica efectiva que los gerentes utilizan, bien para responder al declive organizacional, bien como un medio para reforzar la rentabilidad corporativa durante periodos de crecimiento. Además, cuando se usa como respuesta al declive organizacional, la reducción de la fuerza de trabajo podría verse como una consecuencia de esta situación y no como el fenómeno del declive en sí mismo. De hecho, las empresas pueden a veces frenar el declive reduciendo su personal.

1996). Como consecuencia, la mayoría de los estudios han confiado en medidas sucedáneas del fracaso, es decir, en aquellas para las que había datos fiables.

Una revisión de la literatura sobre pequeñas empresas hecha por Watson y Everett (1996) revela que las definiciones utilizadas para describir el fracaso pueden reagruparse bajo 4 títulos, cada uno con sus pros y sus contras: en primer lugar, están las dos proxies más utilizadas en la literatura y que se sitúan en dos polos opuestos: “la discontinuidad de un negocio por cualquier razón” y “la bancarrota”. En el primer caso, la discontinuidad por cualquier razón clasifica como fracasados todos los negocios que han sido vendidos o que han dejado de operar. En el segundo caso, se considera como fracasados sólo aquellos negocios que entran en procedimientos formales de bancarrota. Entre estos dos extremos están la definición de fracaso de Ulmer y Nielsen (1947) como “una terminación para prevenir pérdidas mayores”, la sugerencia de Cochran (1981) de que el fracaso debería ser definido como la incapacidad de “sacar la empresa adelante” y la noción de que sólo los negocios que dejan de existir, la llamada “discontinuidad del negocio”, deberían ser vistos como fracasos

5.1.2. El alcance del fracaso empresarial

Tal vez, uno de los vacíos más importantes en las estadísticas gubernamentales de prácticamente todos los países ha sido la información sobre nacimiento y desaparición de nuevas empresas (De Castro et al., 1997; Haswell y Holmes, 1989; Watson y Everett, 1996). La mayoría de los investigadores interesados en estudiar el fracaso empresarial ha visto sus opciones drásticamente reducidas por problemas de acceso a los datos, puesto que una vez que un negocio ha dejado de funcionar, la información sobre ese negocio se hace difícil de obtener. Mientras que esta situación puede darse en menor medida para grandes negocios y particularmente para compañías que cotizan en bolsa, la escasez de información es casi sistemática para los pequeños negocios donde, normalmente, la mayoría del conocimiento reside en el propietario y desaparece con él (Watson y Everett, 1996).

Como consecuencia, los investigadores han utilizado varias fuentes de datos de dudosa fiabilidad, tales como la identificación de las empresas que son eliminadas de

los registros de impuestos²⁴ (Ganguly, 1985; Gaskill et al., 1993; Hall, 1994), archivos de empleo estatales, guías de teléfono páginas blancas/ amarillas (Hutchinson, Hutchinson, y Newcomer, 1938), miembros de Cámaras de Comercio locales (Brüderl, Preisendorfer, y Ziegler, 1992), cuentas actuales de negocios (Kalleberg, Marsden, Aldrich, y Cassell, 1990) y el examen de cuántas firmas de una muestra dada se mantienen después de un periodo de tiempo (Williams, 1993). Sin embargo, probablemente la fuente de información más importante sobre fracaso empresarial, aunque limitada a Estados Unidos, sigue siendo la base de datos de Dun y Bradstreet y sus datos son las bases del mayor número de estudios de investigación llevados a cabo hasta el momento²⁵. La naturaleza restrictiva de esta y otras fuentes de datos está por tanto detrás de gran parte de las dificultades para generar conocimiento sobre las tasas de mortalidad empresarial y de las cuestionables conclusiones sobre las características de las firmas fracasadas (Cochran, 1981; Duncan y Handler, 1994; Pinfeld, 1999; Sten, 1998).

De este modo, la extrapolación de resultados de una serie bastante limitada de estudios ha impedido a los investigadores especializados en pequeñas empresas dar una indicación consistente de la situación general que existe en cuanto a fracaso empresarial. Además, la ausencia de una definición exacta o de evidencia estadística fiable sobre fracaso empresarial ha provocado confusiones sobre la amplitud de la mortalidad empresarial y ha favorecido el crecimiento de mitos y medias verdades. Un ejemplo de la construcción de mitos sobre el tema es el que se haya asumido que las tasas de fracaso de las empresas lideradas por mujeres son sistemáticamente superiores a aquellas lideradas por hombres. Este tipo de confusión tiene un impacto potencialmente negativo tanto desde el punto de vista del conocimiento como desde una perspectiva de políticas públicas. Por ejemplo, el asumido alto riesgo de fracaso de un pequeño negocio gestionado por una mujer ha sido citado frecuentemente como justificación para la reticencia de las instituciones financieras a prestar apoyo al colectivo femenino.

Mientras que apenas podemos encontrar en la literatura un argumento convincente para resolver la disputa entre estudiosos sobre cómo de elevada es la tasa

²⁴ Los registros de impuestos no son idóneos para detectar desapariciones, ya que la mayoría de los cambios en la propiedad se registran como desapariciones seguidas de creaciones de empresas.

²⁵ Algunas otras agencias gubernamentales publican encuestas sobre cierre empresarial pero sus datos son escasos y puntuales.

de fracaso empresarial (Boyle y Desai, 1991; Pinfold, 1999; Shepherd, Douglas, y Shanley, 2000), y su diferencia en función del género, está claro que la definición de fracaso utilizada afecta a las tasas de fracaso. Cuanto más amplia es la definición, mayor propensión a encontrar tasas elevadas y cuanto más limitada, menor es la tasa de fracaso. En su estudio comparativo de las tasas medias anuales de fracaso por definición de fracaso, Watson y Everett (1996) mostraron que las diferentes definiciones producían tasas de fracaso que diferían a un nivel estadísticamente significativo: por ejemplo, la tasa de bancarrota era menos de la décima parte que la tasa resultante cuando se definía el fracaso como discontinuidad en la titularidad de la propiedad. Aún más importante, los autores concluyeron que, excepto cuando el fracaso era definido como discontinuidad en la propiedad, las tasas de fracaso de las PYMEs no eran tan catastróficas como nos había hecho creer la tradición popular.

Por otro lado, según explica Cochran (1981), mientras que las empresas más pequeñas son más propensas a desaparecer, las firmas más grandes tienden a fracasar en un sentido más formal. Los informes sensacionalistas y con frecuencia erróneos sobre las tasas de fracaso derivan, de hecho, de malas interpretaciones de los datos de Dan y Bradstreet. Por ejemplo, Dan y Bradstreet son malinterpretados cuando se entiende que afirman que casi el 55% de los pequeños negocios fracasan en 5 años, en realidad, sólo se refieren a la edad de los negocios que fracasan, no a la incidencia del fracaso entre las empresas de reciente creación. Es más, el subconjunto de fracasos puede ser una proporción muy pequeña del conjunto total de pequeños negocios.

Incluso cuando las tasas de fracaso pueden ser determinadas con precisión, puede quedar una inexplicada variabilidad entre los hallazgos previos (De Castro et al. 1997). De las posibles fuentes de contradicciones entre los estudios previos sobre fracaso empresarial, los investigadores señalan elementos como la industria, la localización geográfica (Haswell y Holmes, 1989; Watson y Everett, 1999) y el tamaño inicial de la empresa (Duncan y Handler, 1994).

Así pues, la ausencia de una conceptualización uniforme del fracaso empresarial y la escasez de bases de datos completas han llevado al uso de una gama extremadamente diversa de criterios para estudiar este fenómeno. Estos criterios se superponen hasta cierto punto (Sten, 1998) y pueden tener diferentes significados en contextos distintos. A consecuencia de este pluralismo conceptual, las comparaciones

entre estudios previos sobre fracaso son difíciles. De hecho, nuestra revisión de la literatura sobre fracaso empresarial nos muestra que han sido generadas muy distintas conclusiones sobre la estabilidad de los negocios y las tendencias en mortalidad empresarial. Sin embargo, a menudo, la falta de hallazgos consistentes y comparables también prevalece en estudios que utilizan definiciones similares de fracaso. Estas variaciones pueden derivar del empleo de distintos países, periodos de tiempo, formas de negocio y tipos de industria.

En cualquier caso, la importancia de las tasas de mortalidad ha provocado una preocupación cada vez mayor de los investigadores por la búsqueda de las causas de la elevada mortalidad. A partir de los 90, se hizo cada vez más claro que centrarse en las causas del fracaso empresarial era, tal vez, más importante que calcular simplemente su alcance, entendiendo que las causas subyacentes influyen en el tipo de recomendaciones aportadas, tanto en la literatura organizacional como en las políticas gubernamentales.

5.1.3. Causas del fracaso empresarial: primeras investigaciones y principales temas comunes

“Hay cientos de razones para el éxito y miles para el fracaso”. Esta frase, que expresa la opinión de un inversor de capital riesgo (Zacharakis, Meyer, y DeCastro, 1999: 9), retrata la situación actual del conocimiento académico sobre los determinantes del fracaso empresarial.

La literatura predictiva del fracaso en pequeñas empresas, una de las primeras en concentrarse en el caso específico de los pequeños negocios en el campo de la gestión, data del trabajo pionero de Storey, Watson y Wyncarz (1987). Este trabajo, que construyó un modelo predictivo basado en tres factores determinantes del fracaso –el número de directores, la demora en la presentación de cuentas publicadas y la evaluación de los auditores de estas cuentas-, motivó la subsiguiente proliferación de numerosos estudios predictivos de éxito-versus-fracaso²⁶. Si bien ha sido muy útil de cara a políticas públicas y eventuales emprendedores, al hacer valoraciones más precisas de la probabilidad de fracasar de un negocio, la investigación predictiva tenía la importante limitación de concentrarse casi exclusivamente en datos sobre ratios

²⁶ Ver Lussier (1995) para ilustrar las principales contribuciones en este campo.

financieros. La utilidad de estos modelos de fracaso basados en ratios ha sido cuestionada por varios académicos (Lussier, 1995; Sommers y Koc, 1987; Storey et al., 1987), que minimizaron su poder predictivo y sugirieron que los datos cualitativos podrían proporcionar pronósticos, al menos tan robustos como las medidas financieras tradicionales. Por otra parte, se argumentó que los ratios financieros tenían que ser vistos como síntomas y no como causas del fracaso²⁷ (Pasanen, 2003) y que producían una comprensión muy limitada de la cuestión de por qué y cómo fracasan las empresas²⁸.

Dado el estado actual del conocimiento sobre los factores asociados al fracaso empresarial y después de un análisis minucioso de las principales contribuciones en este campo (Berryman, 1981; Haswell y Holmes, 1989; Lussier y Corman, 1995; Storey, 1994; Vesper, 1990), se aprecia la confusión y la fragmentación de la información producida sobre este tema. Aunque algunos investigadores han mantenido que *“relativamente pocas investigaciones se han centrado en el fracaso empresarial en el contexto de las PYMEs”* (Pasanen, 2004: 10), la verdad es que se ha hecho un esfuerzo considerable para comprender este fenómeno, produciendo, sin embargo, resultados a menudo contradictorios (Lussier, 1995). Además, los factores que explican el fracaso varían ampliamente según los niveles de análisis tomados, y esto ha contribuido a hacer de las comparaciones y la integración de los conocimientos algo particularmente difícil.

A pesar de la variedad de factores que llevan al fracaso de los pequeños negocios y de la naturaleza fragmentada de los estudios previos, se han detectado algunos temas comunes. Por ejemplo, Boyle y Desai (1991) proponen en su revisión una tipología que divide las causas del fracaso de pequeñas empresas en cuatro categorías basadas en una matriz de dos dimensiones: (1) el entorno (interno vs. externo); y (2) la naturaleza de la respuesta (administrativa vs. estratégica). Otra clasificación es la proporcionada por Zacharakis y otros (1999), que clasifican la investigación sobre fracaso en aquella que se centra en factores internos (mala gestión o tecnología obsoleta), factores externos (políticas económicas nacionales, condiciones competitivas del mercado, problemas de financiación), o ambos. Siguiendo la

²⁷ Por ejemplo, se ha afirmado a menudo que una firma fracasó porque se había quedado sin dinero, mientras que la causa inicial puede haber sido una gestión mala o ineficaz.

²⁸ Por las razones anteriormente explicadas, los estudios que utilizan ratios financieros para predecir el fracaso empresarial fueron excluidos de esta revisión. Los estudios revisados en este capítulo derivan principalmente de publicaciones más reconocidas en el campo de la actividad emprendedora y la gestión, centrados en el fracaso de nuevas y pequeñas empresas.

clasificación de Liao (2003), hemos elegido consolidar los descubrimientos previos sobre los determinantes del fracaso, tratando los diferentes niveles de análisis elegidos por los investigadores. Aproximadamente tres dimensiones emergen de esta clasificación (ver Tabla nº14): a) Características individuales; b) Estrategias empresariales y características organizacionales y; c) Condiciones del entorno.

5.1.4. Género y los determinantes del fracaso empresarial

A. Características individuales

Las características personales del emprendedor tienen un papel fundamental en el desempeño de la pequeña y mediana empresa, al estar éste implicado en todas las vertientes del funcionamiento de la misma. La literatura científica identifica principalmente dos tipos de criterios personales que mayor incidencia tienen sobre las probabilidades de fracaso empresarial: los demográficos y los atributos del capital humano.

Factores demográficos: edad y raza: La importancia de factores demográficos como la edad del propietario y la raza es uno de los principios más ampliamente aceptados en la literatura sobre el desempeño de las pequeñas empresas. No obstante, el análisis del efecto separado de estos factores sobre el fracaso ha producido, a menudo, resultados confusos.

Investigando el impacto de la **edad**, Preisdörfer y Voss (1990) y Bates (1990), descubrieron que las posibilidades de supervivencia de una organización eran muy bajas para los jóvenes fundadores, más altas para los de edad media y otra vez bajas para los mayores. Estos hallazgos entraban en contradicción con la asunción inicial de que los emprendedores mayores tenían empresas más exitosas (Cooper, Dunkelberg, y Woo, 1988), así como con el estudio de Hall (1994) que revelaba una relación negativa entre edad y supervivencia. No obstante, como veremos en el siguiente apartado, tanto los resultados de Hall como los de Bates y Preisdörfer y Voss, sugieren en realidad la existencia de una relación en forma de U invertida entre la edad y la supervivencia, lo

cual puede ser interpretado en términos del tipo de capital humano encarnado en el propietario (Brüderl et al., 1992).

Merece la pena subrayar que la mayor parte de los estudios mencionados anteriormente estaban basados en muestras de emprendedores masculinos o que no distinguían entre hombres y mujeres, y que muy pocos estudios arrojaban luz sobre el caso específico de las mujeres. La investigación de Singh, Reynolds y Muhammad (2001), que analiza las pautas de comportamiento de negocios dirigidos por mujeres en relación con la edad de sus propietarias, proporciona la pista más cercana al tema. Los tests de regresión estadística indican que la edad de la propietaria/ gerente afecta negativamente al desempeño de las empresas dirigidas por mujeres. Queda no obstante por demostrar si estos resultados podrían aplicarse o no al fracaso y supervivencia de las pequeñas y nuevas empresas.

En cualquier caso, la literatura sobre mujeres emprendedoras relacionada con la perspectiva de rasgos (*traits perspective*) no encontró diferencias demográficas significativas entre las características de hombres y mujeres emprendedores (Sexton y Bowman-Upton, 1990; Brush y Bird, 1996; Hisrich et al., 1997). Asimismo, los resultados del estudio especial GEM sobre mujeres emprendedoras en 34 países (Minniti, Arenius y Longowitz, 2005) mostraron que, como sus homólogos masculinos, la edad de las mujeres emprendedoras se situaba entre los 25 y los 34 años, excepto en países con elevados ingresos, donde se situaba entre 35 y 44 años.

El impacto de la **raza** es aún un tema controvertido cuando se trata de determinar la probabilidad de fracaso. Por poner un ejemplo, Cooper, Dunkelber y Woo (1989) descubrieron que los hombres blancos que no pertenecían a una minoría estaban asociados a firmas más exitosas, mientras que Headd (2000) sostenía que la raza jugaba un papel pequeño, si es que jugaba alguno, en la supervivencia de las pequeñas empresas estadounidenses. El estudio de Shirm (1998), concentrado en el caso específico de las mujeres que pertenecían a una minoría étnica, revelaba por su parte, que las empresas propiedad de mujeres hispanas en EEUU tendían a ser más jóvenes que las de sus homólogos masculinos.

En cualquier caso, las características demográficas tienden cada vez más a ser relegadas a la función de variables de control. Los investigadores están optando por no incluirlas en el análisis de factores que contribuyen al fracaso de las pequeñas empresas

para poder centrarse en los enfoques que las pequeñas empresas pueden tomar para evitar el fracaso ya que la mayoría de estos factores demográficos no se pueden cambiar. Nosotros defendemos, no obstante, que desde el punto de vista del diseño de las políticas públicas, conocer el impacto de estos factores es crucial para adaptar las acciones a cada grupo demográfico específico.

Atributos del capital humano: educación y experiencia profesional: Gran parte de la investigación sobre pequeños negocios refleja un enfoque basado en el capital humano (Becker, 1975), poniendo el énfasis en la importancia de los atributos que encarnan los individuos (como conocimiento, habilidades y competencias) como principales determinantes del desempeño, la supervivencia y el fracaso. Siguiendo esta tendencia general, la investigación sobre capital humano y actividad emprendedora femenina también se remontan a los años 70, con cerca de un 50% de estudios que incluyen estas dimensiones (Greene et al., 2003).

Bates (1990) fue uno de los primeros en subrayar explícitamente la relación positiva entre la **educación** y la experiencia previa de los propietarios y la probabilidad de que sus pequeños negocios sobrevivieran. Sus hallazgos respecto al impacto de la educación de los hombres emprendedores en la longevidad de sus empresas han sido corroborados por estudios empíricos posteriores (Lussier, 1996; Storey, 1994), y matizados por muchos otros; por ejemplo, los datos de Lussier y Corman (1995) muestran que los propietarios de empresas fracasadas tienen un nivel mayor de educación general. Estos resultados apoyan el estudio de Hall (1994) sobre pequeñas empresas del sector de la construcción en Gran Bretaña, que revela una relación negativa entre el capital humano general²⁹ y la supervivencia de las empresas. De hecho, los análisis que produjeron estos sorprendentes resultados provocaron interesantes matices: la incertidumbre que ha rodeado el capital humano se debe en parte al hecho de que los niveles de capital humano tienen, ante todo, un significado contextual. En otras palabras, la supervivencia y el fracaso se basa más en la calidad del capital humano, en este caso del tipo de educación recibida y de su aplicabilidad al

²⁹ Huelga precisar que Hall utiliza la edad del emprendedor como Proxy para medir su nivel de capital humano general. Esta asociación entre edad y capital humano es en nuestra opinión arriesgada ya que puede variar de forma sustancial en función de criterios demográficos (hombre/mujer), culturales y económicos (países desarrollados Vs países emergentes).

contexto del negocio existente, que en el volumen de conocimiento y habilidades adquiridos por el propietario.

Con escasas excepciones referidas a resultados aplicables a los 80 (Boden y Nucci, 2000; Srinivasan et al., 1994), las investigaciones señalan que los niveles de educación son comparables entre hombres y mujeres emprendedores (Birley et al., 1987; Dolinsky et al., 1993; Fischer et al., 1993). Sin embargo, merece la pena mencionar que estos estudios se llevaron a cabo mayoritariamente en países occidentales (principalmente Canadá y EEUU) y los resultados no siempre pueden generalizarse para adecuarse a otros contextos, como los de los países en desarrollo. Como muestra el estudio del GEM (Minniti, Arenius et al., 2005), las mujeres emprendedoras en los países de altos ingresos tienen generalmente alguna experiencia universitaria, situación equiparable a la de los hombres. En los países de bajos ingresos sin embargo, los emprendedores masculinos tienden a estar mejor formados que las mujeres ya que la mayoría de éstas no ha completado la enseñanza secundaria.

Pero incluso en el caso de los países occidentales, aunque no hay diferencias de género en el nivel de educación, el campo de estudio sí se diferencia ampliamente. Las investigaciones que apoyan esta hipótesis indican que las mujeres tienen con mayor frecuencia títulos universitarios en humanidades que en negocios, ingeniería o disciplinas técnicas (Honing-Haftel y Martin, 1986). La importancia de la educación específica en las posibilidades de un negocio de sobrevivir pone, por tanto, a las mujeres en desventaja respecto a los hombres para fundar una nueva empresa.

Se considera que **la experiencia profesional**, como la educación, tiene un impacto contradictorio en la supervivencia de un negocio. Brudrel et al. (1992) proponen dos tipos principales de capital humano que los individuos, en diferentes combinaciones, van a aprovechar como propietarios de un negocio: el general y el específico. Examinando el diferente impacto de estos tipos de dotaciones, los autores muestran que el **capital humano general** (educación, experiencia laboral general) y la **experiencia en el sector específico** provocan tasas de fracaso menores a través de una mayor productividad del fundador, pero también a través de efectos de selección, es decir, a través de una mayor probabilidad de detectar oportunidades atractivas y explotadas adecuadamente. Se ha constatado en algunos trabajos empíricos que la falta de experiencia en el sector específico contribuye en gran medida al fracaso (Gaskill et

al., 1993; Mayer y Goldstein, 1961; Vesper, 1990). En cambio, el **capital humano específico del emprendedor**, es decir, experiencia previa en el autoempleo, tiene, según los resultados de Brüderl et al. (1992) un efecto de selección más débil e indirecto en la supervivencia de la empresa, a través de diferencias en los tipos de negocios establecidos por diferentes tipos de fundadores.

La experiencia profesional es precisamente una de las características personales donde las diferencias de género destacan más claramente. Por un lado, las mujeres propietarias tienen generalmente menos años de experiencia laboral remunerada previa, una desventaja que disminuye la propensión de su negocio a sobrevivir (Boden y Nucci, 2000; Brüderl et al., 1992). Además, la investigación sobre trayectorias profesionales muestra que las carreras de las mujeres son a menudo interrumpidas (Kaplan, 1988), en parte por el rol que éstas aún cumplen como principales proveedoras de cuidado en el entorno familiar (Buttner y Moore, 1997).

Pero las mujeres emprendedoras no sólo están limitadas en la cantidad de capital humano que adquieren durante su trabajo por cuenta ajena. También tienen una clara desventaja respecto a sus homólogos masculinos en términos de la calidad del capital humano que acumulan. A consecuencia del “Techo de cristal” y otras discriminaciones que experimentan en el lugar de trabajo, las propietarias de negocios tienen, con frecuencia, más experiencia en enseñanza, venta al por menor, tareas administrativas o secretariado (Brush, 1992), en vez de ocupar puestos de dirección (Srinivasan, Wood, y Cooper 1994). Estas capacidades de dirección se consideran muy importantes para el éxito emprendedor en general (Jovanovic, 1982) y para el éxito de las emprendedoras en particular (Lerner y Almor, 2002). Su relevancia para las perspectivas de supervivencia de las pequeñas y nuevas empresas no está, sin embargo, exenta de ambigüedades. En su valoración comparativa de la relación entre las características y el género del propietario y la supervivencia de un negocio, Boden y Nucci (2000) encontraron que la experiencia laboral como ejecutivo asalariado no tiene una influencia significativa en las tasas de supervivencia empresarial, un resultado que también recoge el estudio de Bates (1990) sobre hombres blancos propietarios. De hecho, las habilidades directivas parecen tener un efecto indirecto en las probabilidades de supervivencia de las nuevas empresas: afectan a la propensión de hombres y mujeres a ganar salarios elevados en el empleo remunerado, influyendo, por tanto, su capacidad de acumular capital financiero

para crear un negocio propio. Y los recursos financieros, como veremos más adelante en este capítulo, afectan de manera significativa a la supervivencia de la empresa.

Otra diferencia de género en relación con la experiencia profesional se refiere a la experiencia previa como emprendedor y el conocimiento del sector. Es bien sabido que un porcentaje relativamente pequeño de mujeres propietarias/ gerentes tienen experiencia previa en sectores similares a la de sus nuevas empresas (Fischer et al., 1993) o en el autoempleo en general (Bowen y Hisrich, 1986; Kalleberg y Leicht, 1991). Como en el caso de los hombres emprendedores, la importancia de la **experiencia en el sector** para el desempeño organizacional y la supervivencia está bien documentada para las mujeres: la familiarización de las mujeres con determinado campo está relacionada positivamente con el crecimiento del negocio y negativamente con su probabilidad de fracaso (Catley y Hamilton, 1998; Dolinsky et al., 1993; Fischer et al., 1993). Un estudio longitudinal a gran escala de Srinivasan, Woo y Cooper (1994) también indica que las nuevas empresas lideradas por mujeres tienen más probabilidades de sobrevivir y crecer si son similares a las organizaciones en las que habían trabajado previamente sus fundadoras. Por tanto, dado que las deficiencias en experiencia en el sector hacen a las firmas vulnerables, las que son iniciadas por mujeres tienen más probabilidades de tener mayores probabilidad de discontinuidad que las puestas en marcha por hombres.

Respecto al impacto de la **experiencia previa como emprendedor**, y de acuerdo con los argumentos de Brudrel et al. (1992) y de Carter et al. (1997), los conocimientos obtenidos en negocios previos no incrementa las posibilidades de supervivencia de negocios liderados por mujeres. Es más, la falta de experiencia emprendedora previa, parece tener un impacto mucho mayor en la predicción de las posibilidades de fracaso de emprendedores masculinos que en las de las emprendedoras.

B. Factores organizacionales

Estrategias empresariales: Mientras que la perspectiva del capital humano insistía en el rol crucial de las características o rasgos de la personalidad de los propietarios, se sugería que los investigadores en temas relacionados con pequeños negocios

necesitaban más bien desarrollar un cuerpo de conocimiento centrándose en comportamientos estratégicos (O'Neill y Duker, 1986; Storey, 1994). Así, la estrategia fundacional y especialmente la **amplitud del mercado** al que se dirige una empresa han sido reconocidas como factores primordiales para determinar las particularidades del fracaso. A favor de una **estrategia especialista**, la ecología organizacional sostiene que estar especializado en una variedad de productos y servicios y dirigirse a un segmento reducido del mercado disminuiría el riesgo de fracaso de una empresa (Romanelli, 1989). Como alternativa, hay investigadores que sostienen que una **estrategia generalista** tendría mejores oportunidades de sobrevivir (Cooper, Willard, y Woo, 1986). Las empresas con una amplia variedad de productos que encajan con la oferta de varios competidores llevaría a tasas de supervivencia más altas en el estudio de Carter et al. (1997) basado sobre 203 empresas de venta al por menor en EEUU. De manera similar, una **base de clientes limitada**, analizada en términos de confianza de unos pocos clientes (Hall y Young, 1991; Reid, 1991; Storey, 1994), o a través de un nicho de mercado geográficamente reducido, influye negativamente en la supervivencia de la empresa (Brüderl et al., 1992; Carroll, 1985). Otras dimensiones críticas de la estrategia empresarial que se han asociado con el fracaso son una **coordinación de productos** inadecuada (Bruno, Leidecker, y Harder, 1987) y las **fluctuaciones de ventas** (Cressy, 1996). Finalmente, un tema importante en la investigación sobre pequeñas empresas, y que ha sido relacionado con una menor probabilidad de fracaso, es el **uso de asesores profesionales** (Gaskill et al., 1993; Lussier, 1995; Vesper, 1990).

La literatura existente no ha desarrollado aún una comprensión clara de las elecciones estratégicas que hacen las mujeres propietarias de empresas (Greene et al., 2003). No obstante, los académicos asumen generalmente que, dado que la elección estratégica está conformada por experiencias a las que los individuos están sujetos, las mujeres propietarias tienden a desarrollar estrategias distintas a las de los hombres, es decir, estrategias que reflejan sus propias experiencias de socialización (Carter et al., 1997). Un estudio descubrió, por ejemplo, que las mujeres tenían más probabilidades que los hombres de desarrollar estrategias que ponían el énfasis en la calidad de productos y servicios y menos probabilidades de enfatizar la eficiencia de costes (Chaganti y Parasuraman, 1996).

Problemas de gestión: Hasta los 90 una aplastante mayoría de estudios habían atribuido el fracaso empresarial a la **ineficiencia directiva** de los propietarios

(Berryman, 1981; Gaskill et al., 1993; Haswell y Holmes, 1989; O'Neill y Duker, 1986; Peterson, Kozmetsky, y Ridgway, 1983). Esta amplia categoría incluye normalmente las ineficiencias en casi cualquier fase de las operaciones de la empresa. Ejemplos comunes son un equipo incompleto (Roure y Maidique, 1986), ineficaz (Bruno et al., 1987) o en desacuerdo (Hall y Young, 1991) falta de habilidades personales de dirección (Zacharakis et al., 1999), así como la incapacidad del emprendedor para llevar a cabo la planificación (Gaskill et al., 1993; Perry, 2002; Roure y Maidique, 1986) y las funciones administrativas (Boyle y Desai, 1991).

Como explicamos anteriormente, las mujeres suelen tener menos educación y experiencia que los hombres propietarios de negocios en cuestiones directivas tales como tratar con los empleados. Con más frecuencia que los hombres eligen la propiedad en solitario como forma preferida para la estructura del negocio (Cuba et al., 1983; Hisrich y Brush, 1983). Asimismo, tienen menos probabilidad de hacer un plan de negocios y, si eligen escribir uno, suelen posponerlo a más tarde durante el proceso de creación de la empresa. Considerando estos precedentes, las mujeres parecen estar en desventaja respecto a los hombres en cuanto al desempeño y la supervivencia de la empresa creada.

Características organizacionales: edad y tamaño de la empresa: En 1965, Stinchcombe acuñó el concepto de *liability of newness* (traducido literalmente: desventaja de la novedad) para describir cómo las nuevas empresas tenían riesgos de mortalidad más altos que sus homólogas más maduras. Desde entonces, los estudiosos en ecología organizacional y los investigadores en pequeña empresa han explicado con detalle la relación inversa que existe entre la **edad de la firma** y su probabilidad de fracaso (Carroll y Delacroix 1982; Duchesneau y Gartner, 1990; O'Neill y Duker, 1986; Phillips y Kirchoff, 1989; Swaminathan, 1996; Westhead, Storey, y Cowling, 1995). La *liability of newness* pone a las empresas recientes en desventaja porque carecen de una base de clientes establecida y de una sólida estructura directiva. En el mismo sentido, la perspectiva de *liability of adolescence* sostiene que los primeros años de la vida de un negocio son los más arriesgados y que las tasas de supervivencia aumentan con la edad. Esta regla se ha utilizado para explicar la mayor probabilidad de fracaso de los negocios creados por mujeres: debido a la incorporación más reciente de las mujeres en la actividad emprendedora, sus empresas son proporcionalmente más jóvenes que los de

los hombres (Robb, 2002), por lo que sufren más a menudo los riesgos vinculados al *liability of newness*.

Aunque la mortalidad empresarial sea un proceso dependiente de la edad, la investigación reciente ha señalado ésta mortalidad sigue una pauta en forma de U (Brüderl y Schüssler, 1990). Esta visión, conocida como “la rigidez del envejecimiento” (*the rigidity of aging*), propone que las organizaciones más antiguas también se enfrentan a un elevado riesgo de fracaso por falta de flexibilidad y su incapacidad de responder a cambios externos (Aldrich y Auster, 1986; Singh y Lumsden, 1990). Un concepto similar, conocido en los estudios sobre organizaciones como “la maldición del éxito” (*the curse of success*), se refiere al hecho de que antiguas rutinas que han tenido éxito en el pasado desarrollan una resistencia al cambio y que el éxito puede ser a menudo la semilla del futuro fracaso (Labich y De Llosa, 1994; Mellahi y Wilkinson, 2004). Basándose en la inconsistencia que existe entre los análisis previos, Kalleberg y Leicht (1991) concluyen que cada empresa es un caso particular y que, en general, la edad en sí misma no explica con precisión las particularidades del fracaso en las pequeñas empresas, ya sean hombres o mujeres sus propietarios.

Por otra parte, y con escasas excepciones (por ejemplo Castrogiovanni, Justis, y Julian, 1993), la mayoría de los investigadores están de acuerdo en que el fracaso empresarial está afectado por el **tamaño inicial** y que cuanto mayor es mejor (Birley, 1986; Storey, 1994; Westhead et al., 1995). En pocas palabras, el concepto de *liability of smallness* sugiere que las empresas pequeñas y, especialmente, las que son muy pequeñas, tienen mayores tasas de fracaso que las grandes porque se enfrentan a mayores barreras para obtener capital, compiten para contratar y mantener empleados capacitados³⁰ con empresas más grandes que pagan más y ofrecen mayores beneficios (Brüderl et al., 1992; Headd, 2000) y porque los costes administrativos son, proporcionalmente, mayores (Aldrich y Auster, 1986).

En contraste con el paradigma “lo pequeño es bello” (*small is beautiful*), algunos investigadores sostienen que las nuevas empresas más grandes tienen mayor fluidez de intenciones. Parece, además, que “*los propietarios de una nueva empresa más grande identifican más oportunidades beneficiosas, (...), son más rápidos en liquidar o vender*

³⁰ Brüderl et. Al (1992) utilizan también la **forma legal de un negocio**, distinguiendo entre pequeños comerciantes y empresas inscritas en el registro comercial, como un aspecto adicional de la dimensión de la empresa. La idea es que las empresas registradas pueden tener ventajas sobre las no registradas independientemente de su capitalización o número de empleados,

sus operaciones a otros cuando encuentran usos más lucrativos del capital. Las pequeñas empresas, en contraste, generalmente están fundadas con un plan de negocios más limitado y tienen mucha menos flexibilidad” (Duncan y Handler, 1994:2).

Las compañías lideradas por una mujer se caracterizan generalmente por tener menos empleados cuando empiezan y menos ventas anuales que las dirigidas por hombres (Cuba et al., 1983; Srinivasan et al., 1994). En este sentido, y teniendo en cuenta que unos recursos humanos insuficientes o inadecuados parecen jugar un rol fundamental en el fracaso (Boyle y Desai, 1991; Lussier, 1995; Sommers y Koc, 1987), los negocios dirigidos por mujeres están más expuestos al *liability of smallness* que las compañías encabezadas por hombres (Kalleberg y Leicht, 1991). Además de la explicación estructural de las diferencias de género, el estudio empírico de Loscocco et al (1991) apoya una explicación que relaciona proceso y tamaño de la empresa. Su estudio revela que el tamaño trae mayor volumen de ventas para los negocios masculinos que para los femeninos. Las mujeres son, por tanto, menos exitosas que sus homólogos masculinos, no sólo porque sus negocios tienden a ser más pequeños sino también porque no se deriva tanto beneficio financiero del tamaño de los mismos. En todo caso, veremos más adelante cómo esta valoración puede ser criticada en parte por que define el éxito en términos restrictivos e ignora que la consecución de beneficios moderados puede ser una elección deliberada por parte del emprendedor o de la emprendedora en cuestión.

Recursos de la empresa y capital financiero: El **capital financiero** en las pequeñas empresas es otro factor que tiene un gran impacto en su supervivencia. Las insuficiencias financieras, como la escasa capitalización y los problemas con las instituciones de capital riesgo, se describen en algunos estudios como los principales factores que afectan al fracaso empresarial (Boyle y Desai, 1991; Bruno et al., 1987; Cromie, 1991; Zacharakis et al., 1999). En su estudio sobre longevidad de pequeñas empresas, Bates (1990) demuestra por ejemplo que la proporción de empresas que contaron con importantes recursos financieros en sus comienzos estaban sobrerrepresentadas en la columna de las empresas supervivientes.

Precisamente, el acceso a los mercados de capital es visto como uno de los recursos más importantes que son vetados a las mujeres (Carter et al., 1997). Durante mucho tiempo, los investigadores han considerado que las mujeres eran discriminadas o

recibían un trato desigual por parte de las instituciones financieras o de otros prestamistas de recursos, y que esta discriminación estaba basada en opiniones tradicionalistas sobre los roles de género (Goffee y Scase, 1983; Hisrich y Brush, 1984). Otros, sin embargo, han encontrado pocas pruebas de discriminación patente contra mujeres (Buttner y Rosen, 1988). Estudios posteriores que examinan este asunto han llegado a la conclusión de que, aunque puede ser cierto que los hombres tengan un acceso preferencial a los recursos financieros, esto está más relacionado con las características de las empresas creadas por mujeres que con la discriminación de género. Se constató que los prestamistas sí que discriminaban, pero en base al tamaño de la empresa (Coleman, 2000) y la experiencia del propietario (Tigges y Green, 1994), prefiriendo prestar a empresas más grandes y establecidas, y limitando por tanto su implicación en empresas lideradas por mujeres, que eran generalmente más pequeñas y menos experimentadas. Particularmente, cuando las muestras de hombres y mujeres han sido elegidas a partir de variables clave como edad del negocio, tamaño de la empresa y tasa de crecimiento, se han identificado pocas diferencias en el acceso a los recursos (Riding y Swift, 1990). Otra posible razón para explicar la desventaja de las mujeres en los mercados de capital se encuentra en el lado de la demanda: habría menos solicitudes de préstamo entre las mujeres propietarias de un negocio, debido a su creencia de que recibirán un trato diferente (Tigges y Green, 1994).

Otro asunto importante en relación con los recursos financieros de la empresa es su estructura del capital. Algunos investigadores aseguran que elevados niveles de préstamo externo (Reid, 1991) o la mala utilización de las cargas de las deudas (Hall y Young, 1991; Labich y De Llosa, 1994; O'Neill y Duker, 1986) son causas primordiales de fracaso. Estos argumentos se oponen de alguna manera a los resultados de Bates (1990), que asegura que el nivel de endeudamiento para poner en marcha un negocio no está asociado con un mayor riesgo de fracaso. Examinando el ratio de deuda respecto a la capitalización total en su relación con el género, algunos investigadores aseguran que los hombres utilizan más deuda que las mujeres (Greene et al., 2003). Las mujeres suelen preferir fuentes internas, en lugar de externas, y usan menos instrumentos financieros como descubiertos y préstamos bancarios (Carter y Rosa, 1998). Relacionando la estructura del capital con la actuación, Haynes y Helms (2000) encontraron que los negocios liderados por mujeres que utilizaban créditos bancarios como principal fuente de capital para poner en marcha la empresa superaban a los que

utilizaban fuentes alternativas para lograr fondos. Los autores subrayaban la importancia de tener una relación con un banco en el momento de fundar el negocio. Además, las mujeres tendían a utilizar sus bancos como fuente de consejo con más frecuencia que los hombres. Sin embargo, estos últimos eran más propensos a responder a estos consejos y llevarlos a la práctica. Sin embargo, algunos otros estudios empíricos que han probado las asunciones de diferencias de género presentan resultados opuestos: ni el sexo del propietario era un asunto importante para predecir la elección de participación en el capital vs. deudas financieras en el estudio de Chaganti, DeCarolis, y Deeds (1995) y en el trabajo de Verheul y Thurik (2001), ni lo era la utilización de servicios de gestión financiera según Cole y Wolken (1995).

Una suposición clave en la investigación sobre actividad emprendedora es que los **recursos humanos** disponibles en el momento de poner en marcha la empresa, especialmente el número de empleados y de fundadores, son determinantes fundamentales del éxito y de la supervivencia. Si asumimos que las mujeres están limitadas en la adquisición de fuentes financieras adecuadas para iniciar su negocio, ya sea porque son más reticentes a la financiación externa o porque se les niega el acceso al préstamo formal, entonces éstas tienen menos capacidad para asumir los costes asociados con la contratación y formación de empleados (Carter et al., 1997). Birley (1986) demostró la importancia de los recursos humanos al hallar en su estudio que la cantidad de personal empleado al principio influye en hasta qué punto el negocio sobrevivirá y crecerá. Carter et al. (1997) también probaron y confirmaron empíricamente que el acceso a fuentes exteriores, incluyendo las humanas, disminuía los riesgos de discontinuidad del negocio.

Crecimiento de la empresa: En conexión con la desventaja de la empresa de pequeño tamaño está el argumento de que las tasas de fracaso disminuyen para empresas que crecen rápidamente tras su puesta en marcha (Storey, 1994). Philips y Kirchhoff (1989) descubrieron, por ejemplo, que las pautas de fracaso disminuían sustancialmente (34%) incluso para un crecimiento pequeño, y cuanto antes en la vida de la empresa, mejor. Más generalmente, Storey (1994) descubrió que una pequeña empresa que crece y se hace mayor tendría menos dificultades para sobrevivir a una crisis. De hecho, las grandes empresas tienen amortiguadores y pueden sobrevivir más tiempo a un descenso de las ventas. Las grandes empresas también pueden hacer frente a las crisis más fácilmente reduciendo su tamaño y vendiendo maquinaria para

sobrevivir a una escala menor. Es más, se sostiene que los factores que contribuyen al crecimiento, como la renovación de productos, también contribuyen a la supervivencia, reforzando la idea de que crecimiento y supervivencia van de la mano. Algunos autores (Wiklund, Zacharackis, y Spinelli, 2006) aconsejan, por tanto, a los gestores de PYMEs que consideren el crecimiento como una estrategia de supervivencia adecuada.

El ritmo de crecimiento de las empresas lideradas por mujeres es significativamente más bajo que cuando los propietarios son hombres (Cliff, 1998; Minniti, Arenius et al., 2005; Singh et al., 2001). En este sentido, se podría considerar a primera vista que los negocios donde las mujeres son propietarias son más propensos al fracaso que si son de hombres. No obstante, es importante señalar que la escala de los negocios de mujeres, normalmente más pequeña, se atribuye con frecuencia a los motivos e intenciones de las mujeres y no a su incapacidad para crecer. Como veremos en la próxima sección de este capítulo, las mujeres se ven emprendedoras como centradas en objetivos distintos al crecimiento y su actuación económica (Brush, 1992). Cliff (1998) sugiere por ejemplo que dado que muchas mujeres se convierten en emprendedoras para equilibrar las necesidades de sus roles profesionales y personales, éstas le darán menos valor al crecimiento rápido. El pequeño tamaño sería una elección deliberada, que significa algo distinto para negocios cuya propietaria es una mujer que para aquellos en que el propietario es un hombre.

Además, a pesar de que hay alguna evidencia de la relación positiva entre **crecimiento** y supervivencia, Gaskill y otros (1993), en su análisis de 130 negocios fracasados en el sector de la venta al por menor, también encontraron que el crecimiento y la **sobreexpansión** estaban relacionados con el fracaso. Parece, por tanto, que más que el crecimiento en sí mismo, son las circunstancias de crecimiento las que determinan un mayor o menor riesgo de fracaso.

La literatura académica sobre pequeñas empresas proporciona pruebas de peso respecto a la importancia de las características organizacionales en las posibilidades de fracaso de una empresa. No obstante, algunos investigadores aseguran que esta atribución excluye análisis más profundos del fracaso, al ignorar las circunstancias contextuales que pueden afectar el impacto de varias deficiencias para inducir o reforzar el fracaso (por ejemplo Chowdhury y Lang, 1993).

C. Las condiciones del entorno externo

En contraste con la visión voluntarista del fracaso defendida por los estudios en gestión y en psicología organizacional, las perspectivas deterministas no consideran que el fracaso esté causado por factores internos que están bajo el control del propietario. En lugar de eso, cuando se trata de fracaso, ésta corriente considera que la industria importa más que la empresa y su gestión. Así, Mellahi y Wilkinson (2004) muestran, a partir de su compilación de estudios previos, que la mayoría de los académicos en organización industrial y en ecología de la organización consideran que las empresas están fuertemente vinculadas a su entorno y que, por tanto, los **factores externos** tienen más poder explicativo que los factores que actúan a nivel de la empresa.

Sector: Hay una amplia variedad de causas externas del fracaso, además de la *liability of newness* citadas anteriormente, siendo el **sector** un ejemplo de ello. Los sectores no se diferencian únicamente en cuanto al peso y el tipo de barreras a la entrada que los caracteriza, sino también en el nivel medio de desempeño, costes de inversión inicial y barreras a la salida (Gimeno et al., 1997). De ahí que los factores que influyen en el fracaso o la forma precisa que toman estos factores, sea distinta en cada sector. Esta asunción ha hecho que algunos investigadores que estudian el fracaso en las pequeñas empresas seleccionen sus muestras a partir de un sector determinado, como construcción (Hall, 1994) o venta al por menor (Watson y Everett (Carter et al., 1997; Watson y Everett, 1996). Existe, no obstante, un desacuerdo entre los académicos sobre la incidencia real de este factor. Por ejemplo, mientras que North et al. (1992) apoyan empíricamente este argumento, al encontrar variaciones sectoriales importantes en la capacidad de supervivencia de las PYMEs, otros investigadores sostienen que no hay diferencias sectoriales en las tasas de fracaso de las mismas (Kalleberg y Leicht, 1991; Phillips y Kirchoff, 1989).

Aunque las mujeres propietarias tienden a estar representadas en diversos sectores de la economía, el género se considera aún como un factor importante a la hora de determinar la elección del sector. Los negocios creados por mujeres tienden a concentrarse en los llamados sectores “tradicionales” – como venta al por menor, servicios personales, alimentación y catering- (ver por ejemplo Dant, Brush, y Iniesta, 1996)-, lo cual contrasta con los que son iniciados por hombres que se encuentran en

industrias no tradicionales como la construcción, manufactura o tecnología³¹. Basándose en la teoría del aprendizaje social, Anna, Chandler, Jansen y Mero (2000) examinan 170 mujeres propietarias de negocios estadounidenses en varios sectores y proponen la auto-eficacia como una posible explicación para la elección de las mujeres de negocios tradicionales. Los autores proponen un modelo que combina la eficacia de la nueva empresa, las expectativas profesionales y el contexto individual como determinantes de la elección de un sector determinado y muestran empíricamente que las mujeres en negocios tradicionales tienen mayor capacidad de planificación y más expectativas de dinero o riqueza.

Estas diferencias tienen a su vez un impacto sobre los resultados de la empresa, no sólo por la relación mencionada anteriormente entre sector y fracaso, sino también porque los factores que contribuyen al éxito de las mujeres propietarias tradicionales son distintos a los de las propietarias no tradicionales (Anna et al., 2000). Además, Hisrich y O'Brien (1981) muestran que la elección del sector está, en el caso de las mujeres, relacionada con su capacidad de acceso a los recursos. En su estudio sobre las emprendedoras americanas, éstos demuestran que las mujeres de negocios en áreas no-tradicionales tienden a ser de mayor edad, con mejor nivel educativo y más probabilidades de tener padres autoempleados que las de sectores tradicionales.

Las condiciones del mercado y los cambios macroeconómicos: Muchos estudios que han intentado captar las **condiciones de mercado** a las que se enfrentan los nuevos y pequeños negocios ponen en duda el rol del entorno externo en la explicación del fracaso empresarial. Brüdrel et al. (1992) tomaron en cuenta la **localización geográfica** del nuevo negocio – urbana o rural-, el tipo de industria, la **estacionalidad** y la **intensidad de la competencia**, como variables de control para estudiar el efecto de las condiciones del entorno. No se demostró que ninguna de las características influyera en el fracaso. La mortalidad no era mayor en las industrias altamente competitivas ni en la industria estacional y tampoco estaba relacionada con la localización del negocio. Pasanen (2003) encuentra una posible explicación a estos resultados en los argumentos de Watson y Everett (1999) de que algunas definiciones de fracaso están sesgadas en contra de determinados sectores. La interpretación de Brüdrel et al. (1992) de estos resultados fue, sin embargo, que no era el entorno del negocio o el sector en sí mismo el

³¹ En el Capítulo 2 hemos podido comprobar no obstante que estas diferencias tienden a desaparecer, por o menos en lo que se refiere a los países occidentales como España.

que obstaculizaba la supervivencia de la organización, sino la medida en la que el sector estaba relacionado con capital humano del fundador y las diferencias en el tamaño de las empresas estudiadas.

La **situación macroeconómica** y los cambios que la afectan también se consideran un factor primordial en el fracaso empresarial. En las investigaciones de Bruno et al. (1987) y Lussier (1995), el fracaso era provocado por la recesión económica. Coincidiendo con las investigaciones de Roure y Maidique (1986) y Gaskill et al. (1993), los emprendedores e inversores en capital riesgo entrevistados por Zacharakis et al. (1999) sostenían que el fracaso estaba relacionado con la existencia de **condiciones de mercado adversas**, especialmente la **fuerte competencia**. Finalmente, se sugiere que los cambios en el entorno provocan más incertidumbre en las pequeñas empresas que en las grandes compañías, ya que *“las opciones para responder están limitadas por los recursos y las elecciones estratégicas de las empresas, así como por las oportunidades ofrecidas por la industria y la localización”* (Pasanen, 2003).

Mientras que varios investigadores estudiaron la influencia de la situación macroeconómica y del mercado en el fracaso de las pequeñas empresas, faltan estudios que examinen el impacto de estas fuerzas del entorno en las mujeres empresarias, a excepción del trabajo de Kangasharju (2000). Su estudio identificó una importante diferencia en la probabilidad de crecimiento entre las empresas dirigidas por hombres y las dirigidas por mujeres durante las fluctuaciones económicas. También mostró que los negocios en los que los propietarios son hombres, se recuperan de la recesión más rápidamente que las empresas de las mujeres. Sin embargo, el autor no ofreció una explicación a este fenómeno.

5.1.5. Limitaciones de la literatura sobre los factores del fracaso empresarial

Dadas las numerosas dificultades metodológicas a las que se tienen que enfrentar los investigadores cuando estudian las empresas que han fracasado (Bruno et al. 1987; De Castro et al. 1997; Pasanen, 2003), la escasez e imperfección de los estudios empíricos sobre el asunto no es en absoluto sorprendente. Además de los problemas de definición y de medición mencionados anteriormente, nuestra comprensión de la situación de las nuevas y pequeñas empresas ha estado dificultada por varias barreras

que podrían categorizarse en dificultades relacionadas con: a) el diseño de la investigación y; b) el marco teórico.

A. Cuestiones metodológicas y de diseño de la investigación

Dificultades en el diseño de la muestra: Los estudios sobre los factores del éxito son mucho más fáciles de desarrollar que las investigaciones sobre las causas del fracaso, y ello por razones obvias: no sólo es difícil seleccionar unos marcos de referencia para la muestra que sean apropiados, sino que también resulta muy problemático localizar a los propietarios de negocios que han fracasado. Uno de los principales resultados de esta falta de fuentes de datos adecuadas es que los investigadores han recurrido a las empresas existentes para explicar la naturaleza del fracaso. Por ejemplo, Peterson, Kozmetsky y Ridgway (1983), utilizaron las percepciones de jefes de firmas existentes para explicar por qué fracasan las empresas. Laitinen (1992) desarrolló un modelo para predecir el fracaso en las empresas nuevas basándose únicamente en firmas existentes, y definiendo el fracaso como falta de solvencia en efectivo. De Castro y otros (1997) afirman que el problema con estos enfoques es que las empresas fracasadas pueden ser muy distintas a las que sobreviven. Así, un modelo predictivo basado en las empresas existentes no es necesariamente un indicador razonable de la probabilidad de fracasos empresariales, y dado que las características de las empresas fallidas pueden ser diferentes a las de las existentes, pueden no producir un entendimiento adecuado de la naturaleza del fracaso.

Reticencia por parte del fundador para discutir el fracaso o incapacidad para articular su causalidad: Otro problema importante que afecta a la comprensión de las causas originarias del fracaso es que los investigadores encuentran a menudo dificultades para convencer a los entrevistados de que expliquen y analicen las razones del fracaso de su empresa (Zacharakis et al., 1999). Cuando aceptan hacerlo, la información proporcionada puede ser cuestionable, especialmente si ha pasado mucho tiempo entre el fracaso y la recolección de datos (Liao, 2003). Se ha asegurado que, conforme va pasando el tiempo, aumenta el riesgo de que el empresario tenga una

percepción distorsionada de la realidad con respecto situaciones que sucedieron en el pasado³².

Sesgo de atribución (attribution bias) por parte del fundador. Varias influencias psicológicas parecen intervenir en la determinación de las causas del éxito o fracaso empresarial por parte del propietario de un negocio. Generalmente, la gente tiende a atribuir el fracaso en mayor medida a causas externas que a las causas internas, porque esta atribución protege su ego. En línea con lo sugerido por la teoría de la atribución—conocida como *attribution theory* en inglés—, Rogoff, Myung-Soo y Dong-Churl (2002) encontraron que los emprendedores tienen un sesgo de atribución respecto a su percepción de los factores que contribuyen a su éxito o que lo impiden. Esto significa que los emprendedores tienden a atribuir el fracaso a causas externas más que a errores personales. Sin embargo, Zacharakis et al. (1999) aseguran que hay circunstancias en las cuáles los emprendedores pueden desear admitir que los errores personales contribuyeron al fracaso de la nueva empresa. Por ejemplo, el deseo de control (*locus of control*) que caracteriza a los emprendedores podría empujarles a preferir reconocer que los factores internos fueron la principal causa del fracaso antes que admitir que no pueden controlar su propio destino. En cualquier caso, los investigadores han de tomar con cautela las conclusiones que algunos emprendedores pueden elaborar sobre las causas del éxito o del fracaso de su negocio, especialmente si estas conclusiones han de influenciar las soluciones que se conciben para potenciar el éxito o evitar futuros fracasos.

Consideraciones de índole temporal: Un obstáculo fundamental para la investigación empírica sobre fracaso es la escasez de estudios que hayan tenido en cuenta *cuestiones temporales*. El fracaso es un proceso, no un acontecimiento puntual y repentino; por esta razón, algunos investigadores han constatado que los procedimientos y diseños en la recolección de datos deberían reflejar el intervalo de tiempo que hay entre las predicciones de fracaso y el momento en que éste se produce (Liao, 2003). Asimismo, el argumento temporal y la idea de fracaso como proceso han llevado a otros investigadores a considerar más apropiado estudiar el declive empresarial en lugar del fracaso (por ejemplo Chowdhury y Lang, 1993), desviando el centro de la cuestión de “por qué” fracasan las pequeñas empresas a “cómo” ocurre este proceso (Liao, 2003).

³² Sería posible hacer el argumento opuesto, de que conforme vaya pasando el tiempo, el emprendedor tienda a ser más objetivo en la evaluación de las causas del fracaso de su empresa. No obstante, este argumento no ha sido, que sepamos, validado por ningún estudio.

Técnicas econométricas: La investigación empírica sobre el fracaso de las PYMEs ha utilizado de forma predominante dos tipos de técnicas³³. Cuando la investigación está compuesta por una muestra combinada de empresas fallecidas y existentes, el modelo aplicado es generalmente la regresión Logit, un modelo estadístico que examina el impacto de una serie de factores sobre las probabilidades de fracaso. Exceptuando algunos casos específicos (Carter et al., 1997; Gimeno et al., 1997), coincidimos con la idea de Liao (2003) de que los estudios que adoptan este modelo tienden a analizar el impacto de los determinantes del fracaso en términos de efectos principales pero ignoran el efecto de las interacciones entre los mismos y además utilizan un número limitado de variables de control. El segundo modelo es el *event history analysis* y el *hazard model*. Estos modelos, pese a tener limitaciones similares a la regresión Logit, presentan la ventaja de adoptar un enfoque más dinámico y se aplican generalmente a muestras grandes importadas a partir de bases de datos longitudinales, como es el caso de los estudios de ecología demográfica. No obstante, este tipo de modelo entraña la dificultad práctica de que no puede ser utilizado con datos de sección cruzada.

B. Desarrollo teórico del campo de investigación

Complejidad y carácter multidimensional del problema: Como se ha mostrado en la sección anterior, el fracaso empresarial está provocado generalmente por una combinación de varios factores. Esta situación, conocida como causa múltiple, ha llevado con frecuencia a dificultades de categorización y comparación para los investigadores que estudian el problema.

Investigación empírica sustentada en un marco teórico: Una deficiencia que caracteriza gran parte de la literatura sobre el fracaso de las PYMEs es una investigación empírica que a menudo no viene guiada por fundamentos teóricos. Muchos de los estudios que hemos revisado sobre los determinantes del fracaso consisten en una mera acumulación y test de algunas variables detectadas por la literatura anterior como contribuyentes al fracaso (ver por ejemplo. Gaskill et al. 1993;

³³ Cabe mencionar que existen en otros campos de investigación, no exclusivamente dedicados al tema de las PYMEs, varios enfoques metodológicos distintos a los mencionados en este estudio. En concreto, podemos citar la utilización, en los modelos de predicción de bancarrota y fracaso financiero, de redes neuronales y algoritmos genéticos.

Lussier, 1995)³⁴. En este sentido, los estudios de caso, ampliamente reconocidos por su utilidad para lograr un conocimiento más profundo de un problema y guiar el desarrollo de futuros modelos (Liao, 2003; Yin, 1994) han sido poco utilizados en las investigaciones sobre fracaso empresarial (ver Tabla nº15). El método más usado para adquirir datos ha sido el empleo de encuestas seguido por el análisis de bases de datos. Las excepciones a la regla están representadas por la investigación de Bruno, Leidecker y Harder (1987), que estudia diez empresas de alta tecnología fallidas en industrias emergentes de California, y el estudio de Zacharakis et al. (1999), centrado en las percepciones del fracaso de nuevas empresas, y basado en estudios de caso combinados de inversores en capital riesgo y emprendedores. Más recientemente, Pasanen (2004), analizó los factores y los procesos que conducen al fracaso a través de entrevistas en profundidad con 12 ex-fundadores de PYMEs.

Parece sin embargo que algunos estudios han empezado últimamente a dirigirse hacia una mejor comprensión del fracaso del pequeño negocio, enfocando el problema desde un punto de vista más teórico de lo que se había hecho hasta entonces. El capital humano es, probablemente, una de las primeras y más comunes construcciones teóricas aplicadas al estudio del fracaso de las nuevas y pequeñas empresas (Bates, 1990; Carter et al., 1997; Gimeno et al., 1997; Preisendorfer y Voss, 1990). La ecología organizacional también ha sido utilizada de manera extensa para examinar la mortalidad empresarial³⁵, generando las asunciones conocidas como “*liability of newness*” y “*liability of smallness*”, expuestas anteriormente. Nuevos enfoques tienden a restituir al individuo en el centro del proceso organizacional, estudiando el fracaso desde el prisma de las opciones reales (McGrath, 1999) u otras perspectivas socio-cognitivas (Pieterman, Shaver, y Gatewood, 1993). De especial interés resulta el análisis del fracaso desde el punto de vista de la Teoría del Umbral, teoría que será expuesta con más detalle en la siguiente sección.

³⁴ Si bien se reconoce que la duplicación y recopilación de la investigación previa es útil para confirmar y reforzar los hallazgos científicos, consideramos que no basta con simplemente revisar la literatura y mostrar cada variable recogida en el estudio había sido probada anteriormente. Como explica Daft (1985), la teoría es fundamental para poder explicar lo que significan las variables y por qué están relacionadas entre sí en una empresa.

³⁵ Para una revisión de la literatura en este campo, ver Amburgey y Rao (1996).

Tabla 15 - Fracaso de pequeñas y medianas empresas: resumen de la literatura más relevante

Autor(es) y año	Variables independientes	Variables dependientes y mediciones	Descripción de la muestra	Método de investigación	Resultados
Peterson y otros (1983)	Habilidades directivas, Entorno (Impuestos, regulaciones, recesión, etc.) y factores a nivel de empresa (costes fijos elevados)	Fracaso de la empresa	Encuesta telefónica a 1000 propietarios y gerentes de pequeños negocios	Estadísticas descriptivas	La falta de habilidades directivas se percibe como la principal causa de fracaso de los pequeños negocios.
Ronstadt (1986)	Duración de la carrera emprendedora, número de nuevas empresas, tasa de cierre empresarial	Cierre de la empresa	95 ex-emprendedores, 208 emprendedores	Estadísticas descriptivas	La duración de la carrera emprendedora se correlaciona negativamente con el cierre empresarial.
Bruno y otros (1987)	Financiación, coordinación y diseño del producto, relaciones con el distribuidor, confianza en un sólo cliente, falta de una buena relación con el socio capitalista de la nueva empresa, o de un buen equipo de dirección y una definición poco clara del negocio.	Fracaso de la empresa	10 empresas de alta tecnología fracasadas	Estudios de caso descriptivos	La encuesta revela que el 90% de los entrevistados mencionaban una gestión y un equipo de empleados ineficaces como factor del fracaso en sus empresas.
Romanelli (1989)	Factores del entorno: demanda del sector, tasa de concentración, amplitud del mercado e intensidad de la competencia	Supervivencia de la empresa. Supervivencia (1); fracaso (0)	108 nuevas empresas en el sector de los ordenadores	Regresión logit	Las condiciones del entorno y las estrategias de creación afectan conjuntamente la supervivencia. En promedio, las empresas especializadas tienen más probabilidades de sobrevivir en los primeros años que las generalistas. Cuando las ventas del sector están en aumento, las generalistas tienen una tasa de supervivencia más alta que las especializadas. Adicionalmente, las empresas con una estrategia competitiva agresiva se desempeñan mejor que las empresas eficientes. Sin embargo, las condiciones competitivas no afectan la tasa de mortalidad de empresas.
Bates (1990)	El capital humano (años de formación, experiencia directiva,	Cierre, 1-si la empresa todavía estaba	Muestra aleatoria de 4429 hombres blancos	Regresión Logit	Los emprendedores altamente cualificados tenían más probabilidades

Autor(es) y año	Variables independientes	Variables dependientes y mediciones	Descripción de la muestra	Método de investigación	Resultados
	exposición a la actividad emprendedora en el seno de la propia familia); rasgos demográficos (edad, año de incorporación al autoempleo, creación de empresa <i>de novo</i> o no).	operando a finales de 1986; 0= en otros casos.	propietarios de negocios estadounidenses, según las características de la encuesta Business Owners (CBO) de 1982		de crear empresas que continuaban operando a lo largo de 1986. El apalancamiento de la empresa es trivial para distinguir los negocios activos de los que han cerrado. Sin embargo, un análisis discriminante basado en el uso de capital de deuda en el momento de poner en marcha el negocio cuestiona la validez del modelo logit
Preisendorfer y Voss (1990)	Edad del fundador, experiencia específica en el sector	Mortalidad empresarial	78,441 pequeños comerciantes del registro y desregistro en Alemania. 1980-1984	Análisis de casos históricos	Una relación en forma de U invertida entre la edad del fundador y la mortalidad empresarial: la relación parece ser más fuerte en sectores que requieren más experiencia específica en el sector por parte de los fundadores.
Venkatraman et al. (1990)	Transacciones en las que toman parte las nuevas y pequeñas empresas con otros.	Supervivencia y fracaso empresarial	10 nuevas empresas de software educativo	Estudio de caso. Enfoque inductivo, modelo de proceso.	Debido a la liability of newness y liability of smallness, los emprendedores emplean a menudo estas transacciones como colateral para atraer clientes y recursos. Estas estrategias de apalancamiento emparejan estrechamente al conjunto de transacciones de la empresa. Cuando una transacción del conjunto fracasa, el conjunto se colapsa, lo que conduce al fracaso del negocio.
Kalleberg & Leight (1991)	Factores sectoriales (tamaño del sector y alcance de la competencia); nivel de empresa (tamaño e innovación) y nivel individual (experiencia, confianza). Varios controles.	Probabilidad de salida del negocio (si en n° de teléfono ya no es válido)	Estudio longitudinal de 411 empresas en 3 sectores	Regresión Logit y análisis de hechos históricos	Se descubrió que los negocios dirigidos por mujeres no tenían más probabilidades de extinguirse que los de los hombres. La edad de una compañía se relacionaba positivamente con su supervivencia a pesar del género de su propietario-operador. El tamaño no

Autor(es) y año	Variables independientes	Variables dependientes y mediciones	Descripción de la muestra	Método de investigación	Resultados
					estaba relacionado con la supervivencia
Reid (1991)	Variables del mercado y financieras	Supervivencia empresarial	Estudio longitudinal de 73 pequeñas empresas (54 sobrevivieron)	Regresión probit	La gama de productos, el equipo el y las variables financieras, son los elementos clave que determinan la supervivencia empresarial. Cuanto mayor la gama de productos y menor el equipo, mejores oportunidades para mantenerse en el negocio.
Bruderl et al. (1992)	Las características del capital humano (escolarización, trabajo, experiencia en el autoempleo en un sector específico y experiencia de liderazgo). Características de la empresa (estrategias de fundación, capital invertido, nº de empleados) y entorno (intensidad de la competencia, estacionalidad).	Mortalidad empresarial (medida por salidas del registro)	1,849 fundadores de negocios en Alemania	Análisis de eventos históricos, modelo log-Logistic	Las características del capital humano del fundador, especialmente los años de escolarización, experiencia laboral y experiencia en un sector específico aumentarían las posibilidades de sobrevivir. También lo harían las características organizacionales, como la cantidad de capital invertido, número de empleados contratados y estrategias organizacionales de nicho.
Castrogiovanni et al. (1993)	Edad, tamaño, intensidad de capital, tipos de negocio	Tasa de fracaso	103 dueños de franquicia	Análisis de covarianza.	La edad está relacionada positivamente con el fracaso de la franquicia; el tamaño y la intensidad de capital no tienen un impacto directo y significativo en la tasa de fracaso.
Gaskill et al. (1993)	Una lista de 35 causas de fracaso empresarial	Fracaso empresarial	130 negocios fallidos en el sector de la venta al por menor	Análisis factorial	Se descubrieron 4 factores: 1. Función de gestión y planificación; 2. gestión del capital circulante; 3. Entorno competitivo y; 4. Crecimiento/ sobreexpansión
Hall (1994)	93 causas potenciales entre las cuáles: motivación de la creación de la empresa, factores directivos, ayuda externa, características individuales	Supervivencia de la empresa: 1 para la supervivencia y 0 para el fracaso.	Encuesta de 58 pequeñas empresas de la construcción en Reino Unido (28 fracasadas)	Principales componentes y regresión Step-wise Logit	El volumen de capital humano disponible de Fuentes internas y externas se encontraba entre las variables más importantes relacionadas positivamente con la supervivencia. La edad del

Autor(es) y año	Variables independientes	Variables dependientes y mediciones	Descripción de la muestra	Método de investigación	Resultados
	Y nº de propietarios.				propietario cuando crea la empresa estaba relacionada negativamente con la supervivencia.
Mitchell (1994)	Tamaño de la empresa y edad, nuevas empresas y empresas de diversificación.	Tasa de disolución y bancarrota de nuevas empresas y empresas de diversificación	Siete productores estadounidenses del sector médico establecidos entre los años 50 y los 80.	Análisis de regression logística	La tasa de disolución disminuía con más ventas y mayor edad de las nuevas empresas. Aunque la tasa de disolución también disminuía con mayores ventas para las empresas diversificadas, la tasa no se veía afectada por la edad de la firma. Cuando se controlaban la edad, las ventas y otras características organizacionales había poca diferencia en la tasa de disolución de nuevas empresas y empresas diversificadas.
Lussier (1995)	El estudio prueba las 15 variables principales (factores de dirección cuantitativos y cualitativos) identificados en 20 artículos de revistas académicas, como contribuyentes al éxito frente al fracaso. La edad de la empresa y el tamaño son variables de control	Fracaso empresarial: 1 para el fracaso y 0 para la supervivencia	Encuesta de 216 pequeños negocios en EEUU (108 fracasados)	Análisis de regression logística	Los resultados sugerían que 4 variables eran predictores significativos del éxito o el fracaso: planificación, asesores profesionales, educación y personal
Carter et al. (1997)	Recursos iniciales (experiencia previa en creación de empresas, experiencia en el sector, equipo de puesta en marcha de la empresa, número de empleados), estrategias de fundación, género y cross products.	Discontinuidad empresarial.	203 empresas de venta al por menor	Análisis de regression logística con variables que entran como bloques	El capital humano de los equipos fundadores, la escala del nuevo negocio y las amplias estrategias disminuyen significativamente los rasgos propios de la discontinuidad empresarial; los negocios con mujeres propietarias tienen más características propias de la discontinuidad y menos probabilidades de tener experiencia instrumental del sector e inician su negocio a menor escala. Sin embargo, las deficiencias de

Autor(es) y año	Variables independientes	Variables dependientes y mediciones	Descripción de la muestra	Método de investigación	Resultados
					recursos no parecen afectar a los rasgos propios de la discontinuidad para los negocios con mujeres propietarias
Gimeno et al. (1997)	La experiencia laboral, educación formal, experiencia en un negocio similar y motivación intrínseca. Variables de control: tamaño, horas de trabajo, capital inicial de inversión, trayectoria de propiedad, sector.	Cierre emprendedor (o para continuado, 1 para salida)	1,547 emprendedores de la Federación Nacional de Negocios Independientes (936 sobrevivieron, 611 discontinuos)	Regresión censada (tobit). Datos de regresión	Los emprendedores con más capital humano general actúan mejor pero no necesariamente sobreviven con más frecuencia. Las empresas con bajos umbrales pueden elegir continuar o sobrevivir a pesar de que tengan una actuación comparativamente baja y viceversa
Pennings et al. (1998)	El capital humano (específico del sector y la empresa) y el capital social	Disolución de la empresa. El nombre de una firma desaparece de los directorios sin la incidencia de una adquisición o un cambio de nombre	1,851 firmas holandesas de contabilidad durante el periodo 1880-1990	Análisis discrecional de eventos históricos	El capital humano y social de una empresa disminuye la probabilidad de que se disuelva. La especificidad y la falta de adecuación de ese capital disminuyen las disoluciones de empresas de servicios profesionales
Zacharakis et al. (1999)	Atribución del fracaso a factores internos (mala dirección o tecnología obsoleta), factores externos (políticas económicas, condiciones de mercado competitivas, problemas de financiación) o ambas.	Fracaso empresarial	Casos seleccionados de 2 empresas de capital-riesgo y 8 emprendedores fracasados	Estudios de caso	Mientras que los socios capitalistas atribuían el fracaso a causas externas, los emprendedores reconocían el papel de los factores internos. Tanto los socios capitalistas como los emprendedores tenían más posibilidades de atribuir el fracaso de otras nuevas empresas a factores externos
Perry (Perry, 2002) (2002)	Grupo fracasado vs. grupo no fracasado	Grado de planificación del negocio	152 muestras pareadas de empresas fracasadas y no fracasadas. Las empresas fracasadas fueron seleccionadas del Boletín nacional de	T-tests.	Hay muy poca planificación formal en los pequeños negocio de EEUU; las empresas que no fracasan planean más que lo que lo hicieron las fracasadas

Autor(es) y año	Variables independientes	Variables dependientes y mediciones	Descripción de la muestra	Método de investigación	Resultados
			Bancarrota.		
Bates (2005)	Características de la empresa (compra de empresa en marcha, año de entrada, capital, operaciones del sector) y rasgos demográficos del propietario (Educación, experiencia específica, aportación de trabajo del propietario, género, minoría y edad)	Cierres exitosos (1) y no exitosos (0)	1425 empresas estadounidenses creadas entre 1989-92 y cerradas entre 1993-96 (de las cuáles 526 se consideraron cierres exitosos)	Regresión logística	Las decisiones de cierre están afectadas por los costes de oportunidad del propietario, los costes de intercambio y consideraciones no económicas. La aparente paradoja de cierres “exitosos” de negocios se explica por la existencia de oportunidades alternativas

Fuente: adaptado y actualizado de Liao (2003)

5.2. Los determinantes personales y familiares del cierre voluntario

5.2.1. Introducción

Como ya se comentó, el cierre empresarial es un fenómeno multi-facético y que opera en varios niveles puesto que concierne tanto la renuncia personal del emprendedor a su empresa (DeTienne, 2008) como el cierre de la empresas propiamente dicho (Wennberg, 2008). Si nos centramos en la perspectiva que analiza el proceso por el cual un fundador deja la empresa que ha creado, observamos que esta renuncia puede redundar en varios resultados para la empresa: en algunos casos puede acarrear la salida de la empresas del mercado; en otros la empresa sigue funcionando, siendo gestionada por un nuevo equipo directivo, o bien tras ser transferida a los familiares del fundador (sucesión familiar); finalmente, la empresa puede dejar de tener un único propietario para pasar a estar cotizada en bolsa (DeTienne y Cardon, 2008). Sea cual fuere el resultado, lo que resulta de interés de cara a esta Tesis doctoral es que se trata de un enfoque centrado en analizar cuál ha sido el resultado de esta renuncia para el emprendedor y no para la empresa.

La segunda perspectiva examina cuándo una empresa deja de funcionar. En este caso, tanto el emprendedor como la empresa son examinados de forma paralela puesto que parece lógico que si la empresa sale del mercado también lo hará el emprendedor. Tal y como se ha detallado en secciones anteriores de este capítulo, gran parte de la investigación realizada bajo este prima ha asumido que el cierre de una empresa se debía a una mala gestión o a unos rendimientos mediocres. Sin embargo, estudios recientes han empezado a sugerir que cuando los emprendedores toman decisiones respecto al cierre de sus empresas también lo hacen tomando en cuenta consideraciones personales y no-económicas como por ejemplo su situación familiar, la posibilidad de una reubicación geográfica o la existencia de otras oportunidades de empleo (Mayer y Goldstein, 1961; McGrath y Cardon, 1997; McGrath, 2006; Ronstadt, 1986). Estas afirmaciones encuentran apoyo empírico en la investigación de Mayer y Goldstein (1961) que demostró que el 20% de los cierres de empresas eran atribuidos a razones no-económicas como el haber encontrado una oportunidad de empleo más interesante, la desilusión con las ventajas del autoempleo o la inconfrmidad con un éxito “limitado”. Dos décadas más tarde, Rondstad (1986) descubrió que sólo el 31% de los

emprendedores de su muestra que habían abandonado su negocio lo habían hecho por razones financieras. Más recientemente, el estudio de McGrath (2006) sobre el cierre de empresas en el distrito de New Jersey en Nueva York halló que aproximadamente el 75% de los cierres se debían a razones distintas a los problemas financieros.

Pese a la importancia de las implicaciones derivadas de estos hallazgos, la distinción conceptual entre el cierre y el fracaso ha recibido escasa atención por parte de la literatura científica, y menos aún por aquella interesada en los aspectos de género. El objetivo de esta sección es precisamente el de contribuir a afianzar esta línea de investigación que apunta ser muy prometedora, estableciendo el concepto de cierre voluntario, que se define en oposición al cierre involuntario o forzoso, o dicho de otro modo, el fracaso.

5.2.2. Re-analizando La Teoría del Umbral bajo la Perspectiva del “Family Embeddedness”

En 1997, Gimeno, Folta, Cooper y Woo sientan las bases de la Teoría del Umbral con su estudio seminal sobre *“El capital humano del emprendedor y la persistencia de las empresas con bajo nivel de rendimiento”*. Esta teoría sostiene que aunque los factores de rentabilidad financiera condicionan la continuidad de la actividad emprendedora de los individuos, éste es sólo parte de la historia: en realidad, un emprendedor puede optar por la supervivencia de su empresa pese a no alcanzar el umbral de eficiencia económica. El estudio parte de la premisa que cuando un individuo elige la alternativa emprendedora, lo hace inicialmente con expectativas muy elevadas. Estas expectativas son formadas bajo un nivel de incertidumbre sustancial respecto de la aceptación del mercado, del tipo de respuesta por parte de la competencia o incluso de las capacidades reales que tiene el emprendedor para llevar su proyecto a cabo y el grado de satisfacción que ha de obtener a cambio de su esfuerzo. Conforme la iniciativa se va consolidando y la información comienza a estar disponible, el emprendedor examinará el grado de cumplimiento de sus expectativas y evaluará el resultado con respecto a otras opciones que tiene a su disposición. Esto es lo que los autores denominan el *Umbral de Desempeño*.

El umbral de desempeño es aquel nivel de desempeño debajo del cual los principales directivos o propietarios de una organización tomarán las acciones necesarias para disolver dicha organización. Según este enfoque, el cierre es visto como una elección voluntaria, lo cual viene a complementar los estudios que examinan el cierre como una decisión impuesta por las condiciones de competitividad de la empresa en el mercado (Williamson, 1991; Winter, 1964).

Al establecer los principios de la Teoría del Umbral, Gimeno, Folta, Cooper y Woo (1997) ponen el énfasis en las expectativas personales de los propietarios como factores explicativos que influyen en su umbral de desempeño. La experiencia en gestión y en una actividad emprendedora previa destacan por la influencia positiva que tienen sobre dicho umbral a través de su impacto sobre la existencia de oportunidades alternativas de empleo. En cambio, el retorno psicológico (como por ejemplo la satisfacción personal derivada de ser emprendedor) y los costes de cambiar a otras ocupaciones (por ejemplo la edad) tienen un impacto negativo sobre el mismo. Por tanto, el umbral de desempeño del emprendedora puede verse influenciado por objetivos distintos a la maximización de los retornos económicos de su inversión.

En este trabajo utilizamos los postulados de la Teoría del Umbral como punto de partida para diseñar nuestras hipótesis pero aportamos varias extensiones a la misma al sugerir que el umbral de desempeño no sólo depende del capital humano del emprendedor sino que también se ve influido por otras variables que no han sido examinadas hasta el momento. En concreto, proponemos que cuando un emprendedor o una emprendedora toman una decisión respecto al cierre de su empresa, lo hacen en base a las expectativas que tienen con respecto a dicha empresa y la manera en que él o ella concibe el éxito. Ahora bien, como hemos visto en el capítulo anterior, estas expectativas dependen en gran medida del rol de género con el que se identifica el emprendedor y de su situación familiar. La lógica que subyace tras esta afirmación es que ambos factores influirán en el grado de conflicto entre trabajo y familia que el emprendedor puede experimentar y que éste será a su vez determinante a la hora de evaluar los costes de oportunidad de la actividad emprendedora.

Por lo tanto, esta Tesis sostiene que la decisión del cierre ha de ser analizada en función del género, y ello, bajo el prisma de la “family embeddedness”, es decir, reconociendo la interrelación que existe entre empresa y entorno familiar.

5.2.3. La incidencia del género y de la situación familiar en los costes de oportunidad de la actividad emprendedora

Como hemos mencionado anteriormente, la investigación en *entrepreneurship* que se apoya en el feminismo social sostiene que las mujeres tienen una forma más subjetiva y menos extrínseca de medir el éxito y el fracaso empresarial que los hombres. Si bien hemos expuesto en el capítulo anterior la necesidad de matizar esta afirmación, lo cierto es que, como apunta Brush (1992), muchas emprendedoras persiguen un equilibrio entre objetivos económicos y no económicos. Así, la literatura ha demostrado reiteradamente que algunas mujeres emprendedoras eligen el autoempleo por motivos no-económicos, como puede ser el deseo de sentirse satisfecha con su trabajo o la necesidad de conciliar objetivos profesionales y familiares (Boden, 1999; Caputo y Dolinsky, 1998; Carr, 1996; DeMartino y Barbatto, 2003; Lombard, 2001; Marlow, 1997). Por ejemplo, Boden (1999) examina las razones que empujan a la población estadounidense al autoempleo y encuentra que el 58% de las mujeres cita la flexibilidad horaria, la necesidad de poder ocuparse de sus hijos, o el hecho de atender a otras responsabilidades familiares como motivos primordiales mientras que sólo el 15% de los hombres mencionan este tipo de argumentos.

Como es lógico, pasada la etapa de creación empresarial propiamente dicha, estas motivaciones iniciales para el emprendizaje influirán más adelante en la toma de decisiones con respecto a varios resultados empresariales, como puede ser el crecimiento, la rentabilidad y el cierre. Por ejemplo, investigaciones recientes indican que, en comparación con los emprendedores varones, las mujeres emprendedoras tienden a establecer umbrales de crecimiento moderados con el objetivo de mantener el control necesario sobre su empresa (Cliff, 1998; Still y Timms, 2000). Para explicar estas diferencias, Morris, Miyasaki, Watters and Coombes (2006) sostienen que las mujeres emprendedoras tienen una noción más clara de los costes y beneficios derivados de la consecución de un desempeño empresarial elevado, lo cual hace que sus decisiones se basen en una evaluación minuciosa de los “*trade-offs*”³⁶ o de los

³⁶ En economía un trade-off se refiere a una decisión entre dos opciones que conllevan costes de oportunidad, es decir, el valor sacrificado si se elige una opción en desmedro de otra. En nuestro caso

compromisos que ello conlleva. Dicho de otro modo, las mujeres emprendedoras evalúan el éxito en su conjunto, tomando en cuenta tanto los indicadores financieros como criterios más globales de calidad de vida.

De hecho, una vez creada la empresa, las emprendedoras se enfrentan a menudo con la realidad diaria de la gestión empresarial, que requiere de una importante carga de trabajo y que por ende dificulta la conciliación tan anhelada. En palabras de Fenwick y Hutton (2000): *“Las mujeres [empendedoras] se enfrentan a menudo con unos significados contradictorios del éxito empresarial puesto que su definición personal de éxito choca contra los múltiples discursos y las normas sociales que existen en torno a la maternidad, la conciliación, y el ‘buen’ negocio. Las mujeres hablan de hecho de un compromiso de aprendizaje: ‘desde lo que yo quería originalmente hasta lo que ahora defino como éxito’, ‘saber cuando ser madre y cuando centrarme en mi empresa’, y ‘hacer realmente lo que me apasiona’ pero también ‘tener presente que el dinero [el éxito financiero] es lo que realmente permite sustentar a tu familia’”* (2000:9). Así pues, si bien la actividad emprendedora se concibe para algunos como una manera de compatibilizar trabajo y familia, lo cierto es que no se trata de una panacea y que, a menudo, las responsabilidades profesionales de una emprendedora pueden ser mucho más elevadas que las de una empleada por cuenta ajena.

En este sentido, consideramos que **el género** influye en el tipo de cierre empresarial. En concreto, proponemos que cuando las expectativas que las emprendedoras tienen respecto a la posibilidad de conciliar trabajo y familia no se ven cumplidas, éstas tendrán un mayor incentivo para renunciar a su empresa que los hombres. Así como muchas emprendedoras deciden de forma deliberada frenar el ritmo de crecimiento de su empresa para que la gestión de la misma sea manejable (Mitra, 2002), consideramos más probable que el cierre empresarial sea el resultado de una decisión voluntaria en el caso de las mujeres que en el de los hombres. Un buen exponente de esta situación es el reciente estudio de Bates (2005) que compara los factores que determinan los cierres empresariales exitosos y aquellos que son considerados como un fracaso. Los resultados de esta investigación indican que un porcentaje más elevado de mujeres que de hombres declaró haber incurrido en un cierre exitoso de su empresa. Bates reconoce que el marco teórico ofrecido por la Teoría del

estaríamos hablando del coste de oportunidad de ser emprendedor con respecto al hecho de elegir otro empleo o incluso a renunciar a un empleo.

Umbral no permite aportar una explicación coherente al cierre exitoso de las empresas lideradas por mujeres. En consecuencia, el autor aboga por una mejor conceptualización de los costes de oportunidad de la actividad emprendedora, al considerar que los mismos han sido definidos de forma restrictiva por dicha teoría. Así pues, esta Tesis pretende completar el modelo de la Teoría del Umbral, aportando una extensión al concepto de coste de oportunidad, de tal forma que podamos integrar elementos relacionados con el género y la familia.

Como hemos expuesto anteriormente, Gimeno y otros (1997) introdujeron el concepto de coste de oportunidad de la actividad emprendedora para caracterizar la existencia de empleos alternativos a la misma. Para los autores, el hecho de tener otras posibilidades de sustento económico a parte del autoempleo incrementa el coste de oportunidad del emprendedor de seguir manteniendo su empresa en funcionamiento, elevando por tanto su umbral de rendimiento para la misma. Lo importante, desde el punto de vista de nuestro trabajo de investigación es que, para determinar el coste de oportunidad del autoempleo, este estudio se basa de forma exclusiva en la dotación en capital humano. El argumento propuesto es que a mayor nivel de capital humano, mayores oportunidades de empleo alternativo a la actividad emprendedora y, por ende, mayores costes de oportunidad de la misma.

Si nos basáramos exclusivamente en este razonamiento, llegaríamos pues a la conclusión de que el coste de oportunidad del autoempleo es inferior para las mujeres emprendedoras que para los hombres, al tener éstas unas alternativas laborales más reducidas debido a su menor dotación en capital humano con respecto a sus compañeros varones. Este menor coste de oportunidad llevaría a su vez a un umbral de desempeño empresarial inferior, por lo que sería de esperar que las mujeres emprendedoras fueran por lo general menos exitosas que los hombres emprendedores y menos propensas a cerrar de forma voluntaria su empresa. Dicho de otra manera, un bajo umbral de desempeño implicaría que las emprendedoras preferirán mantener sus empresas funcionando pese a unos rendimientos mediocres. Por lo tanto, parecería lógico suponer, en base a los argumentos de la Teoría del Umbral, que las mujeres emprendedoras tendrán unos cierres menos exitosos que los hombres emprendedores o, lo que es lo mismo, que éstas cerrarán sus empresas de forma más bien involuntaria.

La presente Tesis considera que éstos argumentos son incompletos, pues tal y como se ha explicado a lo largo de este capítulo, se trata de un razonamiento que choca con la evidencia empírica aportada por Bates (2005) de que la proporción de emprendedoras que cierran sus empresas de forma exitosa es superior a la de los emprendedores en esta misma situación. Este razonamiento tampoco encaja con los hallazgos del estudio de Kalleberg y Leight (1991), según el cuál no existen diferencias de género en cuanto a tasa de fracaso de las iniciativas emprendedoras.

Por esta razón, este estudio propone que, al trasladar los argumentos de la Teoría del Umbral al contexto particular de las mujeres emprendedoras es necesario ampliar el concepto de coste de oportunidad, introduciendo la perspectiva del “*family embeddedness*”. Pese a tener una alternativas laborales relativamente reducidas, sostenemos que las mujeres pueden tener unos costes de oportunidad del autoempleo mas elevados que los hombres. Dichos costes se derivan de las responsabilidades familiares que, como hemos expuesto en el Capítulo 4, recaen fundamentalmente en las mujeres y son además fuente de identidad social. Derivado de este mayor coste de oportunidad, proponemos por tanto que las emprendedoras estarán más dispuestas a abandonar una empresa exitosa si ésta limita su libertad para cumplir con sus obligaciones familiares o si no cumple con las expectativas no-monetarias que tenían al respecto. En este caso, el cierre sería voluntario y no se consideraría como un fracaso. Esto implica establecer la siguiente hipótesis:

Hipótesis 9: Controlando por el desempeño empresarial, las mujeres emprendedoras serán más propensas que los hombres emprendedores a cerrar o a renunciar a su empresa de forma voluntaria.

La literatura económica y empresarial abunda con referencias al hecho de que los factores de índole no-profesional, como son los lazos y las responsabilidades familiares, y el conflicto entre esfera familiar y laboral, tienen una influencia directa sobre las actitudes en el trabajo (Bielby y Bielby, 1989; Mitchell, Holtom, Lee, Sablynski, y Erez, 2001). En particular, la familia ha sido relacionada con la renuncia voluntaria al puesto de trabajo en las grandes organizaciones (Gronau, 1988; Koenigsberg, Garet, y Rosenbaum, 1994). Por ejemplo, el estudio de Lee y Maurer

(1999) demuestra que el hecho de tener una familia predice de manera más precisa la probabilidad de que un empleado renuncie a su empleo que otros indicadores más tradicionales de compromiso laboral, como puede ser la remuneración percibida o el cargo asumido.

Del mismo modo que la familia de un empleado por cuenta ajena afecta a su deseo de permanecer en su puesto de trabajo, siguiendo la literatura sobre *entrepreneurship* también esperamos que ésta afecte al compromiso del emprendedor con su empresa y al deseo de asegurar su supervivencia. Varios estudios demuestran que aunque cualquier tipo de profesional puede experimentar un conflicto entre la esfera personal y la profesional, esta tensión resulta mucho más intensa en el contexto de la actividad emprendedora puesto que la relación entre ambas dimensiones es paradójica. Mientras que en teoría se supone que los emprendedores gozan de mayor libertad para gestionar su vida y tienen mayor flexibilidad horaria que los empleados asalariados (Greenhaus y Callanan, 1994), existe evidencia empírica que demuestra que dicha libertad se ve en la práctica restringida por la necesidad de asegurar el éxito económico de la empresa (Parasuraman et al., 1996). Además, estudios previos han demostrado que la familia representa un freno potencial a las actividades profesionales de los emprendedores (Renzulli, Aldrich, y Moody, 2000). Por ejemplo, Shelton y Daphne (1996) hallaron que los emprendedores que están casados o que tienen hijos se encuentran más limitados en la asignación de tiempo y esfuerzo a su empresa que aquellos que son solteros o que no tienen hijos. Por otra parte, el tiempo dedicado a la empresa reduce aquel disponible para cumplir con las obligaciones familiares (Goffee y Scase, 1986; Loscocco et al., 1991).

La literatura sobre *entrepreneurship* también indica que **el hecho de estar casado** tiene una influencia positiva sobre la actividad emprendedora, puesto que los ingresos del conyugue proporcionan recursos adicionales que pueden ser utilizados para la creación empresarial (Brush, 1992; Connelly, 1992; Macpherson, 1988). Dado que, controlando por el nivel de renta, las necesidades económicas de los emprendedores que están casados serán por lo general menos apremiantes, es menos probable que éstos se vean forzados a cerrar su empresa debido a unos rendimientos moderados. El efecto combinado de unos costes de oportunidad más elevados derivados de las responsabilidades familiares y unas necesidades económicas menos acuciantes debería

por tanto aumentar la probabilidad de cierre voluntario por parte de los emprendedores casados. Por tanto,

Hipótesis 10: Controlando por el desempeño empresarial, los emprendedores casados serán más propensos que los emprendedores solteros a cerrar o a renunciar a su empresa de forma voluntaria.

De la Hipótesis 10 se deduce que, cuanto mayores sean las responsabilidades familiares, mayor será la probabilidad de que un emprendedor cierre o renuncie de forma voluntaria a su empresa. Esta relación se aplica no sólo al caso de los emprendedores casados sino también y sobre todo a aquellos que tienen hijos. Como hemos expuesto en el Capítulo 4, la paternidad o maternidad es una etapa cargada de significado para cualquier emprendedor, e influye en sus valores y expectativas empresariales. Nuestro planteamiento viene además corroborado por un estudio realizado recientemente sobre empresas familiares (Olson et al., 2003), en los que se comprueba empíricamente que si bien **el número de hijos** no tiene un impacto significativo sobre el rendimiento de la empresa, sí está relacionado negativamente con el *éxito percibido* por el emprendedor. Este resultado puede ser interpretado de dos formas: la primera explicación se basa en las motivaciones económicas del emprendedor y es defendida por los propios autores al afirmar que: *“Los niños son caros, y si una empresa ha de ser capaz de sustentar a la familia para que su fundador la considere como exitosa, entonces cada hijo adicional elevará el umbral de lo que se percibe como exitoso”* (2003:659).

Sin embargo, en esta Tesis afirmamos que se puede hacer una segunda interpretación de los hallazgos de Olson et al., puesto que, como ya hemos argumentado anteriormente, la percepción del éxito depende tanto de factores económicos como de elementos no-económicos. En concreto, estos resultados podrían estar indicando que la presencia de hijos intensifica el conflicto interno vivido por el emprendedor respecto a la consecución simultánea de objetivos familiares y económicos (Pleck, Staines, y Lang, 1980), lo cual influiría negativamente en el grado de éxito percibido. En este sentido, consideramos que al incrementar el conflicto entre trabajo y familia, el número de hijos estará elevando los costes de oportunidad del autoempleo. Así pues, tanto la explicación

económica aportada por Olson y otros (2003), como los argumentos que proponemos en relación al conflicto trabajo-familia, apuntan hacia la probabilidad de que un emprendedor con hijos renuncie más fácilmente a su empresa que un emprendedor que no tiene hijos. Manteniendo el desempeño empresarial constante, el número de hijos aumentará la probabilidad de que un emprendedor renuncie o cierre su empresa de forma voluntaria, pasando probablemente a engrosar las filas de los empleados por cuenta ajena. Formalmente,

Hipótesis 11: Controlando por el desempeño empresarial, el número de hijos influirá positivamente en la probabilidad de que el emprendedor cierre o renuncie a su empresa de forma voluntaria.

Como ya se comentó, este trabajo se apoya en una perspectiva de “family embeddedness” para predecir el tipo de cierre empresarial. Esta perspectiva, que aboga por la inclusión de consideraciones familiares en el análisis del proceso emprendedor, cobra todo su sentido cuando hablamos del caso particular de **las empresas familiares**. En este tipo de organizaciones, la integración entre el ámbito familiar y el profesional es máxima, puesto que dichas empresas se caracterizan por la presencia de lazos socio emocionales entre las distintas partes implicadas en el manejo de la empresa (empleados, directivos, propietarios), en la medida en que éstas están unidas por una relación de parentesco (Gomez-Mejia, Nunez-Nickel, y Gutierrez, 2001). De acuerdo a Harvey (1999): “*la característica del sistema familiar que mas influye sobre las operaciones de la empresa, es la existencia de lazos sociales e implícitos entre los miembros de la familia*” (p 99).

Diversos autores (File, Prince, y Rankin, 1994; Rosenblatt, deMik, Anderson, y Johnson, 1985; Taguiri y Davis, 1996) asocian el éxito de la empresa familiar a factores ajenos al desempeño, como son el mantenimiento del buen clima, el prestigio y el reconocimiento social, la seguridad económica, la vida confortable, el sentimiento de justicia, el desarrollo social y la paternidad de una obra. Este conjunto de objetivos y valores, claramente diferentes del desempeño económico, han sido agrupados por Sanding (2004) bajo la dimensión de «Satisfacción», entendida como el grado en que se cumplen las expectativas puestas por la familia en su relación con la empresa.

La presencia de la familia en la empresa implica además que esta última se conciba como algo que se quiere preservar para que sea heredado mas adelante por generaciones futuras, lo que se conoce como el “motivo dinástico” (Casson, 1999)³⁷. De hecho, el estudio de Kuratko, Hornsby y Naffziger (1997), que analiza cuales fueron las principales motivaciones de un grupo de 234 emprendedores del *Midwest* estadounidense, identifica “la seguridad familiar” como la motivación más frecuentemente esgrimida. Esta dimensión incluye objetivos como “construir un negocio que pueda transmitir a mis herederos” o “asegurar el futuro de los miembros de mi familia”. Nos encontramos pues ante un contexto en el que, más allá de la rentabilidad financiera de la empresa a corto plazo, lo que persigue el emprendedor es su supervivencia a largo plazo.

La idea de que el emprendedor está comprometido con la supervivencia de la empresa familiar independientemente de su desempeño económico es consistente con la literatura sobre las utilidades no-económicas derivadas de los contratos que implican lazos familiares. Ésta incluye por ejemplo referencias a la satisfacción de necesidades socio emocionales de pertenencia a un grupo (Kepner, 1983) o de identificación social (Westhead, Cowling, y Howorth, 2001) o el bienestar psicológico y orgullo procedente de contribuir a la conservación del negocio familiar (Handler, 1990; Meyer y Zucker, 1989). Así pues, la empresa familiar genera utilidades no-económicas para el emprendedor, utilidades que concuerdan con el concepto de *retorno psicológico* de la empresa, formulado por Gimeno y otros (1997) para indicar algunos de los factores que disuaden a un emprendedor de abandonar su empresa. Estos autores citan de hecho la preservación de este tipo de bienestar como una posible explicación de porqué algunos emprendedores familiares mantienen sus actividades pese a tener niveles de desempeño insuficientes, aunque no llegan a comprobar este hecho empíricamente.

Otro tipo de retorno psicológico de la empresa familiar es aquel expuesto por Cruz (2004) al notar que “*La presencia de estos lazos socio emocionales contribuye a crear una cultura en la empresa familiar en la que los intereses individuales son supeditados a la búsqueda del interés común (Fama y Jensen, 1983; James, 1999)*” (2004:28). En este caso, aunque el emprendedor estuviera interesado en cerrar la empresa por motivos

³⁷ En línea con lo expuesto, Cruz (2004) cita por ejemplo a Giovanni Angelli, patriarca del Grupo Fiat que afirma lo siguiente: “*La principal característica que distingue a las empresas familiares es su continuidad, basada en la creencia de que la empresa es algo que se hereda para ser protegida y transmitida a generaciones futuras*” (Financial Times 30/10/2001).

personales (por ejemplo, cuando ésta no cumple con los objetivos económicos esperados), el interés común de los familiares implicados en la empresa lo frenaría a actuar de una forma oportunista. La presencia de estas motivaciones intrínsecas en la conducta del emprendedor implica además que cumplir con las obligaciones familiares (es decir, asegurar la supervivencia de la empresa) sea una fuente de satisfacción mientras que incumplirlas genera sentimientos de culpa (Gersick, 1997; Ward, 1987). Todo esto tiene como resultado el de fortalecer el compromiso del fundador y su identificación con la empresa al tiempo que lo desincentiva a cerrarla a menos que se vea forzado a ello (por ejemplo, debido a la bancarrota de la empresa).

Además, y a diferencia del emprendedor que gestiona un negocio independiente, aquél que lidera una empresa familiar tiene todos sus activos, tanto tangibles como intangibles, invertidos en dicha empresa. Gomez-Mejia, Larraza-Kintana y Makri consideran que estas inversiones son no sólo financieras sino sobre todo socio emocionales puesto que en este tipo de organizaciones “*el nombre de la familia está en juego y son un símbolo vivo de los logros realizados a lo largo de varias generaciones*” (2003: 203). Estos argumentos implican por tanto que los costes de oportunidad de cerrar o liquidar una empresa familiar exceden los de cerrar una empresa no-familiar.

Por último señalar que los postulados de la Teoría del Umbral acerca de la existencia de una relación positiva entre el nivel de capital humano de un emprendedor y la probabilidad de cierre voluntario refuerzan nuestro argumento de que el emprendedor familiar tendrá menos incentivos para abandonar su empresa. Esto es así porque para este tipo de emprendedor las oportunidades de encontrar un empleo asalariado en caso de cierre de la empresa familiar son relativamente limitadas puesto que sus conocimientos y su experiencia están a menudo estrechamente vinculados a la empresa familiar, de tal manera que puede resultar difícil transferir dichos conocimientos a un contexto laboral diferente (Cruz, Justo, y De Castro, 2007). Este razonamiento está además en línea con los postulados de la Teoría del Capital Humano (Becker, 1975), según la cual los individuos que poseen un capital humano específico a un tipo de empresa particular tendrán menos movilidad que aquellos que gozan de unos conocimientos más generales. Por lo tanto, un emprendedor que dirige una empresa familiar tendrá un bajo umbral de rendimiento, derivado éste del menor coste de

oportunidad de seguir trabajando en dicha empresa con respecto a la posibilidad de aceptar otro empleo.

En definitiva, y en base a los argumentos aquí expuestos, sostenemos que, cuando la empresa es de carácter familiar, el emprendedor tendrá menos incentivos para cerrarla de forma voluntaria. Esto nos lleva a formular la siguiente hipótesis,

Hipótesis 12: Controlando por el desempeño empresarial, el carácter familiar de la empresa influirá negativamente en la probabilidad de que un emprendedor cierre o renuncie a su empresa de forma voluntaria.

5.2.4. El efecto moderador del género

Una contingencia importante en la relación entre entorno familiar y tipo de cierre empresarial es el género. Jennings and McDougald (2007) sostienen que el interfaz entre trabajo y familia y su impacto sobre la empresa no afectan a mujeres y hombres de la misma manera. En concreto, en opinión de estos autores, los emprendedores tienden a priorizar el trabajo y la familia de forma diferente en función de su género. Así, los emprendedores varones tienen más facilidad para cumplir con sus obligaciones profesionales y asumen un rol familiar menos intensivo que las mujeres emprendedoras. En cambio, éstas disponen de menos autonomía en la gestión del tiempo que dedican al trabajo y se enfrentan a una mayor carga familiar y doméstica. Además, éstas emprendedoras son menos propensas que los emprendedores a reducir su compromiso psicológico con su rol familiar. Por tanto, y en base a estos argumentos, sostenemos que los costes de oportunidad del autoempleo que se derivan de las responsabilidades familiares serán más elevados para las mujeres emprendedoras que para sus homólogos masculinos.

Esta afirmación es además consistente con los hallazgos de varias investigaciones que demuestran que el estatus matrimonial y los hijos tienen una influencia distinta sobre la interrupción voluntaria del trabajo según el género del empleado, aumentando la probabilidad de dejar una actividad laboral en el caso de las mujeres y disminuyéndola en el caso de los hombres (Felmlee, 1984; Joshi, 1990;

Koenigsberg et al., 1994). Siguiendo este mismo razonamiento, sostenemos que si bien las responsabilidades familiares aumentarán los costes del autoempleo tanto para los hombres como para las mujeres, el efecto será mayor para estas últimas.

Para apoyar nuestras afirmaciones, señalar que la socialización de género y las normas vigentes en relación al rol de esposa y madre (Bielby y Bielby, 1989) a menudo repercuten en que las mujeres emprendedoras experimentan un nivel más elevado de conflicto entre la esfera familiar y profesional que los hombres emprendedores (Starr y Yudkin, 1996). Por tanto, es de esperar que a nivel equivalente de responsabilidades familiares, las mujeres sean más propensas a cerrar o a renunciar a su empresa.

Esta discusión sugiere que los efectos positivos del estatus matrimonial y del número de hijos sobre el cierre voluntario propuestos en las Hipótesis 10 y 11 se verán incrementados ante la presencia del género femenino, pues el hecho de ser mujer aumentará el compromiso del emprendedor para con sus responsabilidades familiares y esto hará del autoempleo una actividad aún menos atractiva en términos de costes de oportunidad. Así pues, establecemos las dos hipótesis siguientes en relación al papel moderador del género:

Hipótesis 13a: Controlando por el desempeño empresarial, el género tendrá una influencia positiva sobre la relación que existe entre el estatus matrimonial y la probabilidad de que un emprendedor cierre o renuncie a su empresa de forma voluntaria.

Hipótesis 13b: Controlando por el desempeño empresarial, el género tendrá una influencia positiva sobre la relación que existe entre el número de hijos y la probabilidad de que un emprendedor cierre o renuncie a su empresa de forma voluntaria.

Por último, y siempre en relación al papel moderador del género, se aduce que esta variable tendrá un efecto positivo sobre la relación que existe entre empresa familiar y cierre voluntario. La literatura sobre empresa familiar hace hincapié en influencia de la personalidad del emprendedor, tanto en lo que respecta a su estilo de

dirección (Sorenson, 2000) como a su forma de determinar opciones estratégicas (Davis y Harveston, 2000). En este sentido, se ha resaltado el papel del liderazgo ejercido por la mujer en la empresa familiar (Dumas, 1989, 1992), sugiriendo que ésta tiene un rol fundamental en el mantenimiento de la cohesión entre los miembros de la familia.

Por otro lado, y como ya se comentó en el Capítulo 2, se considera que las mujeres emprendedoras no sólo están más comprometidas con sus familias sino que además son conocidas por exhibir motivaciones empresariales de índole más altruistas que las de los hombres. Dichos objetivos altruistas incluyen por ejemplo el deseo de ayudar o dar empleo a los demás (Brush, 1992). Si además, estos empleados son miembros de la familia, entonces las mujeres emprendedoras se sentirán aún más comprometidas con la continuidad de la empresa que han fundado (Danes y Olson, 2003), lo cual disminuye la probabilidad de que la cierren de forma voluntaria. Nuestros argumentos encuentran soporte adicional en el estudio de Langan-Fox y Roth (1995) que identifica las “empreendedoras pragmáticas” como la categoría predominante de una muestra de 60 emprendedoras australianas. Lo interesante de sus hallazgos radica en que para este tipo de emprendedoras, el principal objetivo del autoempleo consiste no sólo en ganar dinero sino sobre todo en tener la posibilidad de traspasar el negocio a sus familiares. En consecuencia, podemos afirmar que, aunque las mujeres tienden por lo general a renunciar de forma voluntaria a sus empresas en mayor medida que los hombres (según lo establecido por la Hipótesis 9), este efecto se verá reducido en el caso de la empresa familiar, en el que los miembros de la familia dependen psicológica y económicamente de la supervivencia de dicha empresa. Por tanto, formulamos la hipótesis siguiente,

H13c: Las mujeres emprendedoras que dirigen una empresa familiar serán menos propensas que sus homólogos masculinos a cerrar o a renunciar de forma voluntaria a su empresa.

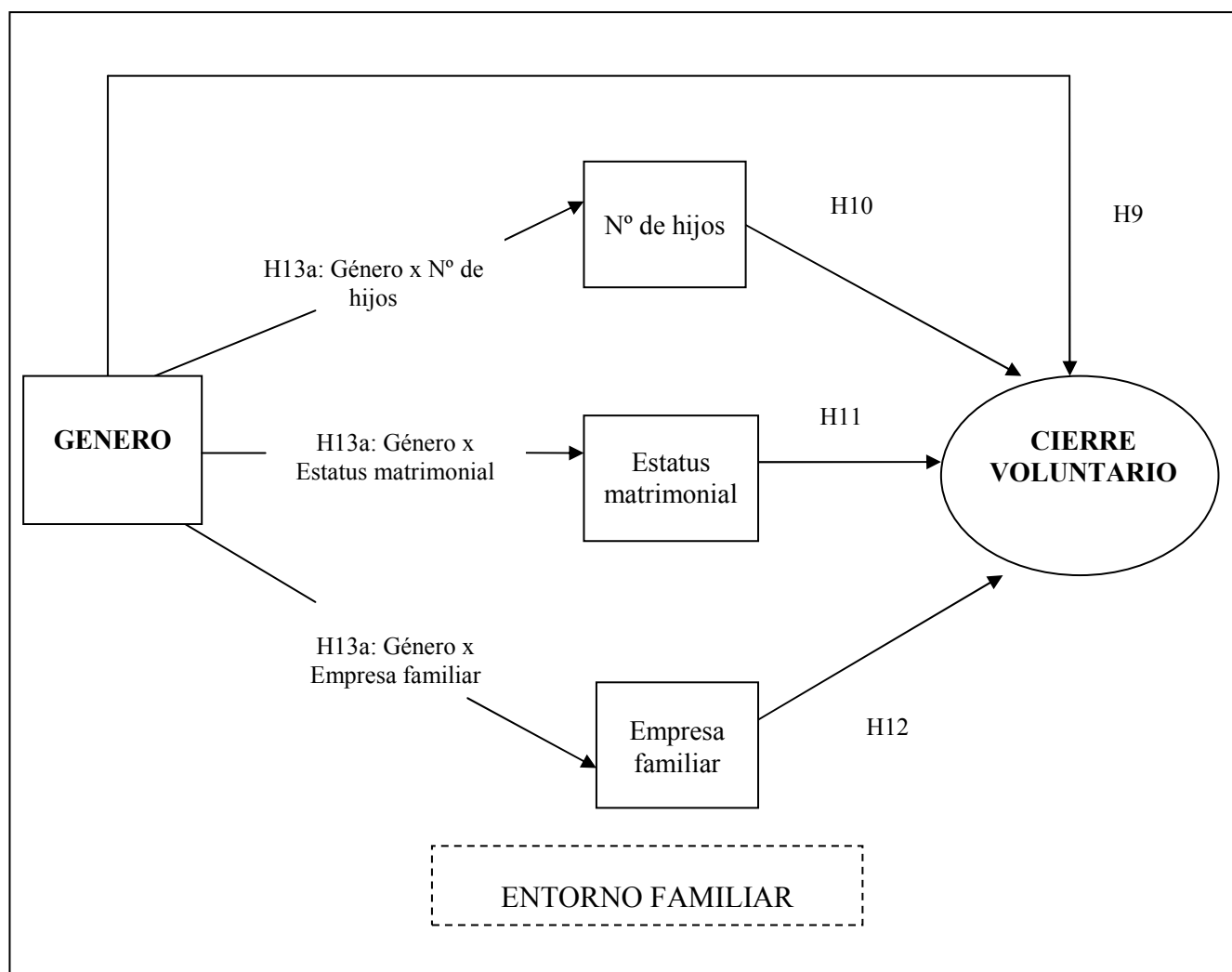
La Tabla 16 presenta una breve recapitulación de las hipótesis planteadas en este capítulo.

Tabla 16 - Resumen de las Hipótesis del modelo acerca del cierre voluntario

Variables	Hipótesis	
	Relación directa	Interacción con el género
Género	H9	--
Nº de hijos	H10	H13a
Situación Matrimonial	H11	H13b
Empresa Familiar	H12	H13c

Asimismo, las relaciones entre las distintas variables consideradas se exponen de forma gráfica en la Figura 3.

Figura 3 - Resumen de las Hipótesis: La influencia del género y entorno familiar en el cierre empresarial



PARTE III - PROPUESTA EMPIRICA

CAPITULO 6. EL PROYECTO GEM

Aunque la literatura sobre *entrepreneurship* y género está repleta de referencias a la existencia de distintas percepciones del éxito y determinantes de fracaso por parte de mujeres y hombres emprendedores, son pocos los trabajos que hayan demostrados este hecho empíricamente. Ello se debe, en primer lugar, a la ausencia de información sobre emprendedores activos que expresasen su opinión acerca de lo que significa el éxito para ellos. En segundo lugar, y en lo referente a los determinantes del cierre empresarial la escasez de datos guarda relación con las dificultades para seleccionar un marco de referencia apropiado y para localizar a los emprendedores después de que éstos hubieran cerrado su empresa.

Esta situación es además particularmente notable en España debido a la relativa novedad del interés por esta temática en el mundo académico y la inexistencia hasta hace unos años de una base de datos que recoja de manera sistemática la información necesaria acerca de los emprendedores en el país. Por lo tanto, esta Tesis Doctoral pretende contribuir a remediar a la falta de trabajos empíricos sobre actividad emprendedora, género y desempeño a nivel empírico.

6.1. Origen de la muestra: el Proyecto GEM

Para llevar a cabo los contrastes empíricos de las hipótesis planteadas en los capítulos anteriores, se utilizaron los datos obtenidos a partir del proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) en España.

El Proyecto GEM es la iniciativa investigadora más ambiciosa que existe a nivel internacional sobre el estudio del entorno de la creación de empresas o *entrepreneurship*. Iniciado en 1999 bajo la dirección y coordinación de Babson College y London Business School, con la incorporación de un conjunto de 40 países de todo el mundo, se fijó como objetivo principal el cálculo de un índice de actividad emprendedora (conocido como TEA o Total Entrepreneurial Activity), así como el

estudio de su influencia en el crecimiento de la economía de los países y el proporcionar información detallada sobre el panorama emprendedor a nivel nacional e internacional. Asimismo se buscaba obtener la información que tanto investigadores del área de creación de empresas como entidades gubernamentales estaban buscando a fin de tener un instrumento que permitiese comparar sistemáticamente las características del proceso de creación de empresas en diferentes países como para diseñar estrategias alternativas a la saturación de los mercados laborales, impulsando de paso la innovación, la productividad y la competitividad.

Desde su primera edición piloto, el Proyecto GEM no ha dejado de crecer en cuanto a participación de países y publicaciones producidas. Tras varios años de andadura, no hay duda de que las recomendaciones plasmadas en los informes publicados en el marco de este proyecto han tenido un peso específico en todos los países en que se han elaborado, de forma que, cuando menos, se ha logrado llamar ampliamente la atención sobre un sector que necesita de gran apoyo para su desarrollo. Así, de los estudios de impacto que se realizan en el seno del Proyecto, se desprende que, desde su aparición, el Informe GEM ha influido en la toma de medidas de políticas públicas en la mayoría de países implicados, dando una amplia visibilidad al fenómeno emprendedor y favoreciendo la creación de empresas en general. Asimismo, desde el punto de vista investigador, cada vez son más los artículos y trabajos presentados en foros y conferencias tanto locales como internacionales que llevan el sello GEM³⁸.

Así pues, el Proyecto GEM constituye una base fundamental para entender las características del proceso de creación de empresas de un país, lo cual es el objetivo fundamental de este estudio. La relevancia académica y el reconocimiento recibido por este proyecto avalan la utilización de sus datos como base para realizar este trabajo de Tesis. En concreto, se ha utilizado la información recogida a partir de sus encuestas dirigidas a la población adulta española (APS) y realizadas en los años 2005 y 2006.

6.2. Encuesta a la población adulta en España (APS)

El APS (*Adult Population Survey*) es una encuesta telefónica que proporciona

³⁸ Para más información acerca del proyecto y su repercusión, visitar su sitio Web: www.gemconsortium.org.

información de las personas que emprenden o son empresarias y, también opiniones y datos referidos a toda la población española. La realización de esta encuesta está a cargo de la empresa Instituto Opinómetro S.L., que concentra la realización de las entrevistas telefónicas en la franja horaria de 18 a 22h, y establece cuotas de sexo, edad, zona rural y urbana y otras, para garantizar que no haya sesgos de colectivos tales como las amas de casa, estudiantes o jubilados, aunque éstos últimos quedan prácticamente descartados por el tramo de edad requerido.

En la parte dedicada a las personas que emprenden o son empresarias, esta encuesta sirve, principalmente, para medir el porcentaje de población española que está involucrado en:

- Empresas nacientes o start ups (que llevan hasta 3 meses de actividad), ya sea como iniciativa independiente, autoempleo, o en combinación con otro trabajo.
- Empresas tipo “baby business” (que llevan entre 3 y 42 meses de actividad), ya sea como iniciativa independiente, autoempleo, o en combinación con otro trabajo.
- Empresas consolidadas, maduras o established business (que llevan más de 42 meses de actividad), ya sea como iniciativa independiente, autoempleo, o en combinación con otro trabajo.
- El cierre de una actividad empresarial o de negocio en el último año

A partir de estos porcentajes es posible estimar las cifras de empresas nacientes, nuevas, consolidadas y que han cerrado en el último año, siempre desde el punto de vista de la población adulta, no del registro oficial. Asimismo, la encuesta permite ofrecer detalles relacionados con las iniciativas actualmente en marcha: perfil de los emprendedores, actividad por oportunidad y necesidad, dimensión de las iniciativas en términos de volumen de negocio, número de propietarios y empleados, sector en que operan, financiación de las iniciativas, internacionalización, potencial de crecimiento, innovación, ubicación, asesoramiento recibido, mujer emprendedora y otros.

6.3. Preguntas adicionales incluidas en la encuesta APS

Para la realización de este trabajo de Tesis Doctoral, la encuesta a la población adulta del estudio GEM ha sido completada por varias preguntas suplementarias destinadas a testar las hipótesis planteadas. En concreto, en la encuesta APS para el año 2005, se introdujeron varias preguntas destinadas al colectivo de personas identificadas como emprendedores en activo durante ese año. Las preguntas adicionales permitían medir los criterios extrínsecos y intrínsecos de evaluación del éxito del emprendedor así como recabar información acerca de la situación familiar del mismo (nº de hijos, hijos dependientes, etc.). De las 1237 personas identificadas como emprendedores en activo, 1234 aceptaron responder a la encuesta adicional.

Asimismo, y para testar las hipótesis relacionadas con el cierre empresarial, se seleccionaron aquellas personas encuestadas en el marco de la encuesta GEM del año 2006 y que pertenecían al colectivo de emprendedores que declararon haber cerrado una empresa. Un total de 347 personas coincidieron con esta clasificación, a las cuales se distribuyó una encuesta adicional diseñada con el objetivo de testar las hipótesis planteadas en el Capítulo 5. También en este caso se recogió información acerca de la situación familiar del emprendedor en el momento de cerrar el negocio (estatus matrimonial, número de hijos, carácter familiar de la empresa), completándose esta información con datos acerca de las características de las empresas en el momento del cierre, datos que tampoco proporciona la encuesta APS. El 54% de las personas identificadas como ex emprendedoras aceptaron responder a la encuesta adicional, es decir 189 personas. Se realizaron varios tests de medias para identificar la existencia de diferencias significativas entre las características de las personas que respondieron a la encuesta adicional y aquellos que recharon hacerlo, no habiéndose identificado ninguna diferencia importante entre los mismos.

Así pues, para testar las hipótesis planteadas en esta Tesis doctoral, se han utilizado dos muestras distintas, si bien ambas están basadas en la encuesta APS realizada en el marco del proyecto GEM a la población adulta española:

- La muestra de emprendedores y emprendedoras *en activo* obtenida durante el año 2005, y que será utilizada para testar las hipótesis acerca de la

percepción del éxito (Capítulo 4). Esta muestra cuenta con 1236 personas que han sido identificadas como emprendedores en activo durante este año.

- La muestra de emprendedores y emprendedoras que han cerrado una empresa en el transcurso del año 2005, obtenida durante el año siguiente, y que servirá para testar las hipótesis acerca del cierre empresarial (Capítulo 5). La muestra obtenida en este caso es de 189 ex emprendedores/as.

Una información detallada acerca del contenido de la encuesta APS así como de las preguntas adicionales introducidas para completar a este trabajo se puede encontrar en el Anexo II.

CAPITULO 7. LA RELACIÓN ENTRE GÉNERO, ENTORNO FAMILIAR Y PERCEPCIÓN DEL ÉXITO: UN ANÁLISIS DE CONTINGENCIA

7.1. Introducción

Este capítulo tiene por objetivo testar empíricamente las hipótesis planteadas en el Capítulo 4 acerca de la percepción del éxito de los emprendedores y su relación con el género y la situación familiar de los mismos. Como ya se mencionó, los datos utilizados en este capítulo se basan en una muestra de 1234 emprendedores y emprendedoras *en activo*, muestra obtenida a partir de la encuesta APS del año 2005 y a la cual se distribuyó un cuestionario adicional a la encuesta GEM con el objetivo de identificar la percepción del éxito de las personas encuestadas y conocer su situación familiar.

7.2. Descripción de variables

7.2.1. Variables dependientes: escalas de percepción del éxito

Como se comentó en el Capítulo IV, en este trabajo asumimos que la generación de riquezas representa una meta importante para cualquier emprendedor con independencia de su sexo y de su situación personal (Holmquist y Sundin, 1988; Kolvereid, 1996). Partiendo de este supuesto, las dimensiones intrínseca y de independencia han sido operacionalizadas como dos medidas bipolares en las que la importancia de los criterios subjetivos y de índole no-monetaria es evaluada con respecto a la importancia del beneficio monetario y a las metas económicas. Ambas dimensiones han sido por tanto construidas en forma de escala que mide la percepción del éxito en base a un continuo compuesto por dos extremos: los criterios subjetivos por un lado y los monetarios o económicos por otro.

Este diseño de las variables dependientes responde a la necesidad de obtener una respuesta lo más precisa posible acerca de las expectativas reales de los emprendedores. No se trata pues de negar la importancia del lucro económico sino más bien de completar este aspecto de la actividad emprendedora con otros aspectos de índole no-económica. Esta óptica suscribe en cierta forma a la idea de Pfeffer y Salancik (1978) según los cuales la retribución representa un aspecto complejo del trabajo que sirve no sólo para justificar la actividad desempeñada por un individuo sino que además transmite un mensaje social que otorga a dicho individuo valor, estatus y capacidad. Es decir que la retribución tiene dos vertientes para un individuo: la económica y la social. Puesto que las personas se comparan de forma constante con el resto de la sociedad, empujarles a elegir entre los beneficios económicos y no-económicos del trabajo podría inducirles a dar respuestas incompletas y producir resultados difíciles de interpretar. Por esta razón, al realizar la encuesta, en vez de forzar los emprendedores a elegir entre decantarse por valores extrínsecos (esto es, económicos) o descartarlos, hemos considerado más acertado pedirles que evaluaran la importancia relativa de los unos con respecto a los otros.

Ambas escalas de percepción del éxito proceden de una versión adaptada de la medida desarrollada por Walker y Brown (2004) para su estudio sobre los factores del éxito de los propietarios de pequeños negocios. La escala original fue creada a partir de 7 puntos formulados para juzgar la importancia de medir el éxito en términos de medidas financieras tradicionales (hacer dinero) frente a otras medidas alternativas y de índole subjetiva. En nuestro caso se pidió a los entrevistados que indicaran el grado de acuerdo con ciertas afirmaciones (ver Anexo 2) utilizando una escala Likert de 5 puntos y que varía desde (1) muy en desacuerdo hasta (5) muy de acuerdo.

Como se esperaba, el análisis factorial llevado a cabo utilizando el método de componentes principales y la rotación varimax indicaron la existencia de dos factores. El primer factor, que llamamos la **dimensión intrínseca del éxito**, incorpora items que captan el deseo de lograr metas sociales en contraposición al lucro económico. Estas metas incluyen la satisfacción personal, el enorgullecimiento del trabajo, la posibilidad de dar trabajo a otros y el poder pasar tiempo con la familia. Interpretamos esta dicotomía como la diferencia entre valores “intrínsecos” y “extrínsecos” cuando medimos el éxito empresarial. El resultado, una escala compuesta, alcanza un nivel aceptable de consistencia interna ($\alpha = .70$).

De manera similar, el segundo factor, la medida **del éxito como “independencia”**, incorpora un único elemento de respuesta. En concreto, se pidió a los emprendedores que evaluaran la importancia de ser su propio jefe como forma de éxito profesional con respecto al único hecho de ganar dinero. Si bien el uso de un solo ítem para construir factores puede resultar cuestionable desde el punto de vista metodológico hay que resaltar que las medidas basadas en una sola pregunta han sido usadas de forma muy frecuente en la literatura empírica sobre actitudes en el trabajo (Ganzach, 1998).

7.2.2. Variables independientes

Género: El género de los encuestados ha sido medido como una variable dicotómica que toma el valor “1” si el emprendedor es mujer y “0” si es hombre.

Hijos dependientes: Se trata de una variable dicotómica que toma el valor “1” si el emprendedor tiene al menos un hijo dependiente y “0” en caso contrario. En línea con las normas legales españolas se consideró que un hijo era dependiente si era menor de 18 años.

Etapas emprendedoras (o Etapas de desarrollo empresarial): Siguiendo la metodología del GEM hemos construido una variable dummy que toma los valores de “1” si la empresa ha sido creada por el emprendedor hace menos de 42 meses (es decir que la empresa no alcanza la edad de 3 años) y “0” en caso contrario. En la terminología del GEM, estas categorías permiten distinguir entre, por un lado, las que tienen el valor “1” y que consisten en empresas nacientes (máximo 3 meses) y “baby businesses” (entre 3 meses y 3 años), y por otro lado aquellas que tienen el valor “0”, las empresas establecidas (3 años o más). Para simplificar el análisis hemos reagrupado bajo una misma categoría la de “empresas nuevas” a todas las empresas de menos de tres años, es decir a las empresas nacientes y las “baby businesses”.

7.2.3. Variables de control

Con el objetivo de aislar de manera eficiente el efecto del género y del *parenthood* sobre la percepción del éxito, hemos controlado por una serie de variables que se describen a continuación. Se trata, en primer lugar, de las características

personales del emprendedor que incluyen su edad (variable continua), su nivel de educación (medido como una variable de tres categorías con 0= ninguna educación, 1=estudios obligatorios y medios, 2=estudios superiores) y su nivel de renta (1=bajo, 2=medio, 3=alto). Por otra parte, el nivel de dedicación del emprendedor a su empresa ha sido captado mediante una variable dicotómica indicando una dedicación completa si toma el valor “1”, y una dedicación a tiempo parcial si toma el valor “0”.

En tercer lugar, se analizan las características de la empresa que incluyen el tamaño (en términos de número de empleados en el momento de la encuesta) y el sector de actividad. La relevancia del sector de cara al tema de nuestro estudio se justifica por el hecho de que la literatura previa ha demostrado que las características propias de cada sector pueden facilitar o frenar a los emprendedores en el desarrollo de estrategias y estilos de gestión que sean consistentes con sus valores personales (Bird y Brush, 2002; Cliff et al., 2005; Olson y Currie, 1992). Las distintas categorías sectoriales han sido creadas siguiendo el estudio de Bates (2002), que las reagrupa en cinco grupos: construcción, bienes de consumo (manufactura y venta al por mayor), comercio, servicios personales (como por ejemplo la salud y la educación) y servicios cualificados (incluyendo los servicios profesionales y a empresas, los servicios financieras, los seguros y los inmobiliarios).

Además, dado que la investigación previa ha mostrado la existencia de una relación entre la motivación del emprendedor para iniciar un negocio y la percepción de éxito (Buttner y Moore, 1997; Carter, Gartner et al., 2003), hemos incluido la motivación inicial para poner en marcha la empresa como variable de control en el análisis. Siguiendo la clasificación del GEM, distinguimos entre las motivaciones por necesidad y las motivaciones por oportunidad. La motivación por necesidad (conocida en inglés como *push factors*) hace referencia a situaciones en las que una persona elige el autoempleo debido a su descontento con su situación laboral actual y la falta de otras alternativas adecuadas para ganar dinero. En cambio emprender por oportunidad (*pull factors* en inglés) indica el aprovechamiento del “tirón de la oportunidad” debido al valor que se espera sacar del negocio en un futuro (Orhan, 2005). No obstante, puesto que la actividad emprendedora es a menudo el efecto combinado de una necesidad y del reconocimiento de oportunidades, hemos creado una variable dicotómica con dos categorías: 1=pura oportunidad y 0= pura necesidad o combinación de ambas.

Finalmente, la satisfacción global en el trabajo ha sido también tomada en cuenta como variable de control puesto que investigaciones previas hallaron que las diferencias entre actitudes en el trabajo podían verse afectadas por los niveles de satisfacción del individuo y que las mujeres emprendedoras manifiestan por lo general un grado de satisfacción más elevado que sus homólogos varones (Cooper y Artz, 1995).

7.3. Análisis y resultados

7.3.1. Análisis descriptivo

La Tabla 17 muestra que de las 1236 personas clasificadas como emprendedores en el 2005, el 57.8% (714) eran hombres y el 42.2% (521) mujeres. De la distribución de las características personales de los emprendedores en función del género, cabe resaltar dos diferencias interesantes. La primera se refiere a la edad media, más elevada en el caso de las mujeres que en la de los hombres (44 años versus 42 años), siendo estas diferencias estadísticamente significativas (test de Chi-cuadrado). Este resultado parece estar apuntando, en línea con algunos estudios previos comentados anteriormente, a un posible efecto de maternidad como obstáculo a la incorporación de las mujeres a una edad más temprana.

Los emprendedores tienen no obstante un perfil similar en cuanto a la posibilidad de tener hijos: un 92,5% de las mujeres tienen al menos un hijo contra casi un 91% de los hombres. Asimismo, no se aprecian diferencias significativas respecto al número de hijos entre los dos grupos, puesto que esta cifra se sitúa alrededor de 1,6 para hombres y mujeres y que el máximo número de hijos en nuestra muestra es de 4 hijos, caso válido para solo un 0,8% de nuestra muestra. De acuerdo a los datos del INE para el año 2005, la tasa de natalidad de los españoles se situaba en torno al 1,4 y menos del 7% de las familias tenían 3 hijos o más.

Tabla 17 - Características personales de los emprendedores en función del género

Variables	Mujer		Hombre		Total
	Frec.	%	Frec.	%	%
Educación					
• Sin estudios	10	1,9	18	2,5	2,3
• Estudios oblig. y medios	344	65,9	444	62,2	63,7
• Estudios superiores	168	32,2	252	35,3	34
Número de hijos (media)	1,65		1,58		1,60
Hijos (categoría)					
• Ninguno hijo	39	7,5	65	9,1	8,4
• Hijos dependientes	280	53,8	408	57,1	56,7
• Ningún hijo dependiente	203	38,7	241	33,8	35,9
Motivación					
• Oportunidad	307	58,8	402	56,2	57,36
• Necesidad	73	14	100	14	14,00
• Combinación de ambos	142	27,2	212	29,8	28,64
Edad (media)	44		42,4		
N	522	100	714	100	1236

La Tabla 18 recoge las estadísticas descriptivas y las correlaciones bilaterales entre las variables utilizadas en este trabajo. Como se puede observar, la dimensión intrínseca del éxito está correlacionada de forma positiva con la actividad emprendedora por oportunidad y con la satisfacción global en el trabajo. Por su parte, la dimensión de independencia no parece estar relacionada con ninguna de las variables relativas a las características del emprendedor o de su empresa. Sin embargo, sí está claramente correlacionada con el género del emprendedor. El signo positivo indica que las mujeres emprendedoras valoran la independencia en mayor medida que los emprendedores varones, lo cual tiende a confirmar los supuestos de la Hipótesis 2 que testaremos más adelante.

Por el contrario, la variable Etapa emprendedora se correlaciona de forma significativa con numerosas variables incluidas en el estudio, lo cual nos aporta una indicación acerca de la importancia de distinguir entre distintas categorías de emprendedores en función de la etapa de desarrollo de su empresa. Tal y como se puede

ver a partir de la tabla, los emprendedores involucrados en empresas nuevas pertenecen más a menudo al sector de los servicios y menos a sectores industriales que los emprendedores que poseen una empresa establecida. Además, el nivel de renta de los primeros es más bajo y su nivel de educación más elevado que los segundos.

En general, el resto de las correlaciones bivariadas parecen ser consistentes con lo esperado. Así, un nivel de renta elevado está asociado con una empresa de mayor tamaño. Del mismo modo, un emprendedor con un nivel de educación elevado suele ser más joven y pertenecer a una categoría de renta alta. Otra correlación significativa que resulta de interés mencionar es la que establece una relación positiva entre el género y la edad. Estos resultados tienden a confirmar los estudios previos sobre mujer emprendedora y que indican que las mujeres tienden a engrosar las filas de la actividad emprendedora a una edad mayor que los hombres, indicando el probable efecto del embarazo y una maternidad temprana como una barrera a la creación de empresas a una edad temprana³⁹. Finalmente, tanto la educación como la renta están correlacionadas positivamente con el emprendizaje en el sector de los servicios cualificados.

Es preciso mencionar que a este nivel de análisis no se ha detectado ningún problema de multicolinealidad entre variables de este estudio.

³⁹ En el capítulo II, los resultados descriptivos para el total de la muestra GEM-España 2005 también tienden a confirmar esta tendencia, si bien las diferencias de género parecen algo reducidas.

Tabla 18 - Descriptivos y Correlaciones

	VARIABLES	Media	Dev. St.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Tamaño	3,24	4,72																
2	Sector_ construcción	0,11	0,31	0,00															
3	Sector_ bienes	0,12	0,32	-0,02	-0,13***														
4	Sector_ servicios personales	0,08	0,26	0,00	-0,10***	-0,10***													
5	Sector_ comercio	0,44	0,49	-0,01	-0,31***	-0,32***	-0,25***												
6	Sector_ servicios cualificados	0,26	0,47	0,03	-0,21***	-0,22***	-0,17***	-0,52***											
7	Nivel de renta	2,13	0,81	0,10**	0,00	-0,07*	0,02	-0,07*	0,12***										
8	Educación	3,54	1,25	0,03	-0,06*	-0,07*	0,16***	-0,23***	0,26***	0,26***									
9	Edad	43,12	11,97	0,04	0,00	0,05	-0,03	0,00	-0,02	0,03	-0,12***								
10	Dedicación	0,95	0,25	0,03	-0,02	0,03	-0,05	0,03	-0,01	-0,06+	-0,10***	0,00							
11	Oportunidad	0,63	0,48	0,00	0,01	-0,01	0,01	-0,02	0,02	0,02	0,04	-0,06*	-0,01						
12	Satisfacción global	3,75	1,02	0,01	0,00	-0,01	0,00	-0,02	0,03	-0,03	-0,02	0,05+	0,01	0,04					
13	Etapa emprendedora	0,32	0,46	0,02	-0,06*	-0,03	0,08**	-0,04	0,05+	-0,12***	0,07**	-0,09***	-0,05+	0,17***	0,01				
14	Género	0,42	0,49	-0,01	-0,03	0,04	0,04	0,00	-0,04	-0,04	-0,01	0,07*	-0,03	0,01	0,06	-0,04			
15	Hijos dependientes	0,59	0,04	0,00	0,01	0,00	0,02	-0,01	-0,01	0,00	0,11***	-0,86***	-0,02	0,05	-0,03	0,08	-0,10***		
16	Dimensión intrínseca	2,84	0,52	0,02	0,00	-0,03	-0,01	-0,03	0,06+	0,05	0,02	0,00	-0,05*	0,09***	0,36***	0,02	0,04	0,05	
17	Dim. Independencia	3,28	0,99	-0,05	0,00	-0,01	-0,01	0,00	0,02	0,00	0,03	-0,02	-0,04	0,02	0,01	-0,06+	0,07*	0,04	0,15***

N = 1234
+ p ≤ .10; * p ≤ .05; ** p ≤ .01

7.3.2. Metodología

Todas las hipótesis fueron testadas utilizando el análisis de regresión jerárquica por bloques (Cohen, Cohen, West, y Aiken, 2003), que consiste en introducir primero las variables de control seguidas de las variables independientes para testar sus efectos principales y finalmente las interacciones entre dichas variables. Este procedimiento es adecuado en este caso, pues controla la posible existencia de correlaciones entre las variables independientes al aislar el efecto que la introducción de un grupo de variables ejerce sobre la variable dependiente, una vez considerado el efecto de los otros bloques. Si la inclusión de algunos de los bloques incrementa de forma significativa la capacidad explicativa, ese bloque de variables ejercerá un efecto sobre la variable dependiente, que irá más allá del producido por los bloques anteriores. El paquete estadístico utilizado para el cálculo de las regresiones ha sido el SPSS versión 15.0 para Windows.

Al contrastar las Hipótesis 1, 3, 5, y 7, que tratan de establecer los determinantes de la percepción intrínseca del éxito, esta variable fue utilizada como variable dependiente (Tablas 18 y 19). Por el contrario, en el caso de los contrastes de las Hipótesis 2, 4, 6 y 8, la variable relativa a la percepción del éxito como independencia fue utilizada como variable independiente (Tablas 20 y 21).

Hemos calculado el factor de inflación de la varianza (VIF o variante inflation factor en inglés) después de realizar cada una de las regresiones para eliminar el posible riesgo de multicolinealidad. Los valores obtenidos se situaron en un límite aceptable para las hipótesis 1, 2, 3 y 4. Sin embargo, las regresiones destinadas a captar el efecto interactivo entre género e hijos dependientes en función de la Etapa emprendedora (es decir el test de las hipótesis 5, 6, 7 y 8) indicaron la existencia de multicolinealidad en los términos de interacción, con unos niveles de tolerancia inferiores al mínimo aceptable de 0.10 (Hair y otros, 1998). Esta multicolinealidad es común en los modelos con interacciones, especialmente aquellos que incluyen variables dicotómicas. Además, hay que señalar que el test de la hipótesis 7 y 8 para toda la muestra implicaría la realización de una interacción triple, lo cual constituye una metodología poco recomendable debido a lo difícil que resulta interpretarlos de forma correcta (ver Cohen et al., 2003). En consecuencia, el test de las hipótesis 5, 6, 7 y 8 ha sido realizado de

forma separada sobre las sub-muestras de emprendedores de empresas nuevas y aquellos que dirigen negocios ya establecidos.

7.3.4. Resultados de las regresiones y contrastes empíricos de las hipótesis

A. Percepción intrínseca del éxito: análisis global

La Tabla 19 muestra los resultados de la regresión para los determinantes de la dimensión intrínseca del éxito utilizando toda la muestra, es decir, los 1234 emprendedores encuestados. Como ya hemos mencionado, las variables se agruparon en bloques que fueron introducidos en el análisis de forma secuencial. En los primeros dos bloques, se introdujeron las variables de control que de algún modo podrían afectar los resultados. En concreto, en el primer bloque se introdujeron las características de la empresa, en particular el tamaño y el sector de actividad (utilizando el comercio como sector de referencia) así como las características individuales del emprendedor en cuanto a su edad, nivel de renta (nivel bajo como referencia), nivel educativo (sin estudios como referencia) así como su grado de satisfacción con el trabajo, el nivel de dedicación al negocio y la motivación inicial que lo empujó a lanzarlo.

Los resultados de esta primera regresión que aparecen en el Modelo 1 indican que los emprendedores que trabajan a tiempo parcial tienden a asignar mayor importancia a los aspectos intrínsecos del éxito empresarial comparados con sus compañeros que están comprometidos a tiempo completo con la empresa. Este resultado está en consonancia con nuestros argumentos teóricos puesto que un emprendedor a tiempo parcial tiene previsiblemente sus necesidades financieras cubiertas por lo que parece lógico que busque a través de la actividad emprendedora satisfacer otras metas que las de simplemente ganar dinero.

Asimismo, aquellos emprendedores que deciden crear una empresa para aprovechar una oportunidad de mercado atractiva y no simplemente para cubrir una necesidad económica asignarán presumiblemente un valor elevado a la dimensión intrínseca del éxito. También resulta interesante observar que la variable “satisfacción global” es de signo positivo y altamente significativa, lo cual concuerda con la literatura

sobre comportamiento organizacional que indica que los trabajadores motivados por razones intrínsecas tienden a arrojar niveles más elevados de satisfacción profesional, desempeño heurístico, confianza y bienestar (Gagné y Deci, 2005). Finalmente notar que la no significatividad de las variables de control relativas al sector de actividad confirma que, en línea con el modelo teórico propuesto, es la situación personal y social del emprendedor la que ejerce un efecto psicológico sobre su percepción del éxito y no el contexto sectorial en el que se desempeña su empresa.

Tabla 19 - Los determinantes de la percepción intrínseca del éxito: análisis del efecto del género y de los hijos dependientes

Variables explicativas	Variable Dependiente: Dimensión intrínseca			
	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4
Tamaño	,010	,011	,009	,007
Sector construcción	,002	,003	,003	,002
Sector bienes	-,008	-,008	-,011	-,010
Sector servicios personales	,038	,038	,040	,041
Sector servicios cualificados	-,006	-,007	-,007	-,009
Renta elevada	,051	,051	,050	,053
Renta media	,060+	,060+	,057+	,058+
Estudios superiores	,009	,007	,005	,008
Estudios obligatorios o medios	,004	,003	,003	,007
Edad	-,015	-,016	,030	,018
Dedicación completa	-,052*	-,052*	-,051*	-,053*
Motivación: oportunidad	,068**	,068**	,068**	,069**
Satisfacción global	,334***	,333***	,332***	,332***
Género		,019	,023	-,036
Hijos dependientes			,070*	,017
Género x Hijos dependientes				,090*
R cuadrada	,126	,127	,129	,132
Cambio en R cuadrada	---	,001	,003*	,003*
F	13,586***	12,647***	12,079***	11,610***

N = 1234. La tabla muestra coeficientes de regresión estandarizados

+ $p \leq ,10$; * $p \leq ,05$; ** $p \leq ,01$; *** $p \leq ,001$.

En el siguiente bloque se introdujeron las variables **género** e **hijos independientes**, para captar el efecto directo que estas variables ejercen sobre la percepción intrínseca del éxito. El objetivo ha sido medir la contribución de estas variables independientes sobre la variable dependiente una vez que se han tenido en cuenta las características de la empresa y las características individuales del emprendedor.

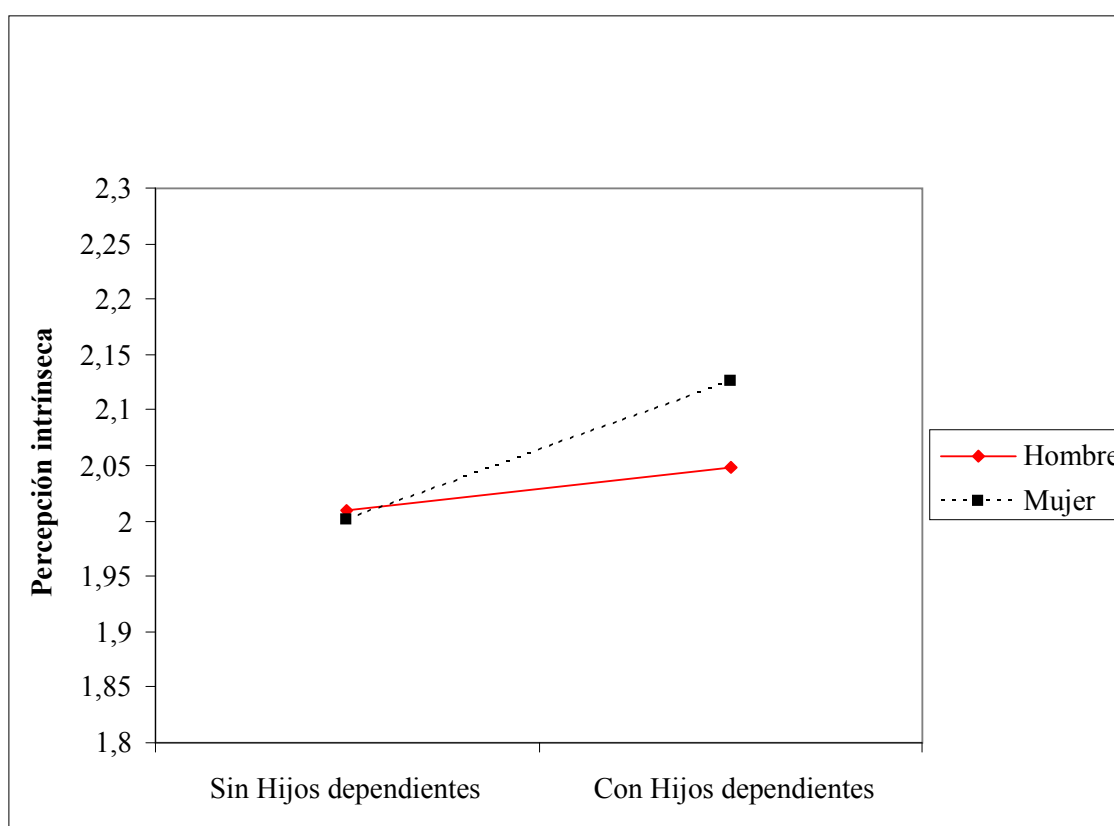
En relación a la variable género, el Modelo 2 muestra que este factor no ejerce un efecto significativo sobre la percepción intrínseca del éxito, lo que refuerza la tesis planteada en este estudio en relación a lo erróneo de inferir una relación sistemática entre el género del emprendedor y la importancia que éste otorga a criterios femeninos en la gestión o valoración de su empresa. En cambio, la inclusión de la variable relativa a los hijos dependientes (Modelo 3) supone un incremento significativo en la capacidad explicativa del modelo cercano al 3%. El coeficiente de la variable resulta significativo ($p \leq 0.05$) y el signo es el esperado. Así, en línea con el argumento establecido en la Hipótesis 1, la presencia de hijos dependientes está asociada con una tendencia del emprendedor a valorar los aspectos intrínsecos del éxito por encima de los económicos.

Finalmente, para testar la Hipótesis 3, se introdujo en un último bloque el efecto **moderador del género** sobre los hijos dependientes. El resultado de esta interacción, que aparece en el Modelo 4 supone un incremento significativo en la capacidad explicativa del 3% ($p \leq 0.05$). Además, la interacción entre las dos variables es significativa ($p < 0.05$) y el signo del coeficiente muestra que el efecto ocurre en la dirección propuesta. Así, tal y como predice la Hipótesis 3, el efecto positivo que los hijos dependientes ejercen sobre la percepción intrínseca del éxito de los emprendedores es tanto más importante en cuanto que el emprendedor en cuestión es de sexo femenino. Existe pues un efecto “maternidad” sobre la percepción intrínseca del éxito que es más importante que el de paternidad.

Con el objetivo de confirmar los resultados obtenidos en relación a los factores familiares y el género, se realizaron análisis adicionales sobre los mismos. En primer lugar, se llevaron a cabo análisis gráficos sobre las interacciones significativas obtenidas en la Hipótesis 3, siguiendo el procedimiento descrito por Cohen y Cohen (1984). El gráfico de la Figura 3, muestra las rectas de regresión obtenidas tomando como variable dependiente la dimensión intrínseca del éxito y como variables independientes una

constante y los coeficientes de regresión no estandarizados para los hijos dependientes, así como para la variable género. Las dos rectas representadas en la Figura 3 corresponden a las regresiones realizadas tomando el caso de un emprendedor varón y el de una emprendedora mujer. El gráfico ofrece confirmación adicional a la Hipótesis 3 ya que, tal y como muestran las pendientes, la evaluación del emprendedor con hijos dependientes de la importancia de los criterios intrínsecos sobre los económicos es mayor cuando este emprendedor de sexo femenino que cuando es de sexo masculino.

Figura 4 - Interacción entre el género y los hijos dependientes



B. Percepción intrínseca del éxito: análisis de submuestras

Como ya hemos mencionado, se llevó a cabo un análisis de regresión por submuestras (Tabla 20) que replica las regresiones observadas en el modelo 3 y 4 pero diferenciando esta vez los emprendedores en función del nivel de desarrollo de su iniciativa emprendedora. La existencia de diferencias significativas en los coeficientes

de las variables se llevó a cabo utilizando un contraste de igualdad de coeficientes de Chow (1960).

Tabla 20 - Análisis de sub-muestras. Efecto del género y de los hijos dependientes en la percepción intrínseca del éxito

Variables explicativas	Variable dependiente: Dimensión intrínseca					
	Modelo 1			Modelo 2		
	Nuevas	Establec.	Chow Test	Nuevas	Establec.	Chow Test
Tamaño	,038	-,009		,032	-,009	
Sector_construcción	-,047	,021		-,051	,020	
Sector_bienes	-,008	-,009		-,008	-,008	
Sector_servicios personales	,013	,053		,012	,054	
Sector_servicios cualificados	-,028	,007		-,038	,007	
Renta elevada	-,019	,090*		-,011	,092*	
Renta media	,071	,061		,079	,060	
Estudios superiores	,083	-,037		,102	-,037	
Estudios obliga medios	,076	-,041		,096	-,039	
Edad	,055	,014		,029	,006	
Dedicación	-,008	-,073*		-,018	-,073*	
Motivación	,052	,072*		,057	,073*	
Satisfacción global	,319***	,341***		,324***	,340***	
Género	,018	,023		-,072	-,026	
Hijos dependientes	,140*	,032	1,15*	,069	-,012	
Género x Hijos dependientes				,129	,075	1,84
R cuadrada	,128	,141		,134	,144	
Cambio en R ²				,006	,003	
F	3,829***	8,926***		3,756***	8,503***	

N = 404 para la sub-muestra de emprendedores en empresas nuevas; N= 830 for para la sub-muestra de emprendedores en empresas establecidas. La tabla muestra coeficientes de regresión estandarizados.

+ p ≤ .10; * p ≤ .05; ** p ≤ .01; *** p ≤ .001

El Modelo 1 arroja el resultado de los tests de la Hipótesis 5, que establece el efecto moderador de la variable *Etapa emprendedora* sobre la relación entre hijos dependientes y percepción intrínseca del éxito. El análisis muestra que, efectivamente existe un efecto positivo y significativo de la variable que mide la influencia de la

presencia de hijos dependientes sobre la percepción intrínseca del éxito para aquellos emprendedores en etapas iniciales de su negocio ($\beta=0,14$; $p\leq 0,05$). Sin embargo, este efecto no es significativo en el caso de los emprendedores con empresas establecidas ($\beta=0,32$; n.s). Los resultados del contraste muestran evidencia a favor de esta distinción por submuestras (Chow test =1.15; $p<0,05$).

En el Modelo 2 se comprueban los resultados del test de la Hipótesis 7 que establece un efecto moderador de la variable *Etapa emprendedora* sobre la relación entre hijos dependientes y género por un lado y la percepción intrínseca del éxito por otro. En este caso no se halló un efecto significativo para el término de interacción entre hijos dependientes y género, y tampoco para el test de Chow por lo que se rechaza la Hipótesis número 7.

C. Percepción del éxito como independencia: análisis global

La Tabla 21 ofrece los resultados para el contraste empírico de las Hipótesis 2 y 4, que analizan los determinantes de la percepción del éxito como independencia. Como se adelantó, esta variable es introducida como variable explicada. En el primer bloque se introdujeron las mismas variables de control que se utilizaron para analizar la percepción intrínseca del éxito, a saber, las características de la empresa y las características individuales del emprendedor. Resulta sorprendente notar que, de las variables de control introducidas, sólo el tamaño de la empresa ejerce un efecto significativo. En concreto, los resultados de esta primera regresión que aparecen en el Modelo 1 indican que los emprendedores que gestionan un negocio de tamaño pequeño (variable de signo negativo y significativa al nivel $p<0,05$) son los que más probabilidades tienen de valorar la independencia como criterio fundamental de éxito frente al hecho de ganar dinero. Este resultado tiende a confirmar estudios recientes como el de Cliff (1998) que afirma que el crecimiento no siempre constituye una meta fundamental del emprendedor. Según la autora, muchos empresarios, y sobre todos aquellos de sexo femenino, eligen de forma deliberada mantener su empresa a unos niveles de crecimiento moderados puesto que persiguen ante todo la independencia y el control sobre su carrera profesional, no estando dispuestos a sacrificarlo por alcanzar metas económicas más ambiciosas. En cuanto a las variables de educación (estudios

obligatorios y medios por un lado y superiores por otro, frente al hecho de no tener estudios como variable de referencia), éstas apuntan hacia una relación positiva con la dimensión de independencia, aunque hay que reconocer que lo hacen a un nivel de significatividad más bien bajo ($p < 0,1$).

Tabla 21 - Efecto del género y de los hijos dependientes sobre la percepción del éxito como independencia

Variables explicativas	Variable Dependiente: Dimensión de independencia			
	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4
Tamaño	-,054*	-,054*	-,055*	-,055*
Sector construcción	-,002	,000	,000	-,001
Sector bienes	-,012	-,014	-,016	-,016
Sector servicios personales	,006	,008	,009	,010
Sector servicios cualificados	-,010	-,012	-,012	-,013
Renta elevada	-,010	-,010	-,011	-,010
Renta media	-,039	-,040	-,042	-,042
Estudios superiores	,176+	,171+	,169+	,169+
Estudios obligatorios o medios	,170+	,165+	,165+	,166+
Edad	-,010	-,015	,025	,021
Dedicación	-,031	-,029	-,028	-,029
Motivación	,021	,020	,020	,020
Satisfacción global	,014	,010	,009	,010
Género		,069*	,072*	,054
Hijos dependientes			,059	,043
Género x Hijos dependientes				,027
R cuadrada	,009	,014	,016	,016
Cambio en R cuadrada	---	,005*	,002	,000
F	,862*	1,219*	1,294*	1,234*

N = 1234. La tabla muestra coeficientes de regresión estandarizados
 + $p \leq .10$; * $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$

Tal y como muestra el Modelo 2 de la Tabla 20, la introducción de la variable explicativa *género* tras controlar por las variables que en principio podrían ejercer algún efecto sobre la dimensión de independencia supone un incremento significativo del 5% en la varianza explicada de la variable dependiente ($p < 0,05$). El signo positivo del coeficiente confirma además la dirección del efecto propuesto: el deseo de “ser su

propio jefe” en oposición al lucro económico será más elevado para las mujeres emprendedoras que para los hombres emprendedores, confirmando de esta forma la Hipótesis 2 de nuestro estudio e indicando la presencia de un efecto del tipo “*Techo de cristal*” para las primeras. No obstante, la Hipótesis 4 que predice el mayor deseo de independencia para estas mujeres cuando tienen hijos dependientes es rechazada por el Modelo 4, puesto que el efecto de interacción entre las dos variables aparece como no significativo.

D. Percepción del éxito como independencia: análisis de submuestras

Los resultados para las Hipótesis 6 y 8 relativos al efecto moderador de la variable *Etapa emprendedora* pueden consultarse en los Modelo 1 y 2 de la Tabla 22. Replicando las regresiones realizadas en los modelos 3 y 4 de la Tabla 20, se llevó a cabo un análisis de regresión pos sub-muestras en función de si el emprendedor estaba en una etapa inicial en el desarrollo de su empresa o si ésta ya estaba consolidada.

Para testar la Hipótesis 6 se introdujo el efecto del género para cada una de las sub-muestras; por su parte el test de la Hipótesis 8 se realizó mediante la doble interacción entre la variable sexo del emprendedor y su situación familiar (*Género x Hijos dependientes*).

Los resultados en relación a la Hipótesis 6 se muestran en el Modelo 1. Podemos observar que no es sólo que la relación entre el género y la importancia otorgada a la independencia en la valoración del éxito sea superior en el caso de que el emprendedor esté involucrado en una empresa nueva, sino que además cuando la empresa en cuestión ya está consolidada esta relación no es significativa. Por lo tanto, los resultados apoyan el argumento expuesto en la Hipótesis 6. Además, el coeficiente para el test de Chow resulta significativo (Chow test =5.84; $p < 0.01$).

Finalmente, los resultados relativos a la Hipótesis 8, reflejados en el Modelo 2 también prestan apoyo a dicha hipótesis, indicando que la interacción entre género e hijos dependientes es de signo positivo y estadísticamente significativo en la sub-muestra de las empresas nuevas y en cambio no significativa para la sub-muestra de empresas establecidas.

Tabla 22 - Análisis de sub-muestras. Efecto del género y de los hijos dependientes en la percepción del éxito como independencia

Variables explicativas	Variable Dependiente: Dimensión de independencia					
	Modelo 1			Modelo 2		
	Nuevas	Establec.	Chow Test	Nuevas	Establec.	Chow Test
Tamaño	-,020	-,061		-,028	-,060	
Sector_ construcción	,016	-,010		,011	-,010	
Sector_ bienes	-,021	-,012		-,021	-,012	
Sector_ servicios personales	,047	-,005		,045	-,006	
Sector_ servicios cualificados	-,008	-,001		-,022	-,001	
Renta elevada	-,004	-,032		,007	-,033	
Renta media	-,022	-,056		-,012	-,055	
Estudios_ superiores	-,017	,227*		,008	,227*	
Estudios_ obligatorios_ medios	-,062	,244*		-,036	,243*	
Edad	,014	,024		-,021	,028	
Dedicación	-,037	-,030		-,050	-,030	
Motivación	,021	,024		,027	,023	
Satisfacción global	-,044	,035		-,036	,036	
Género	,139***	,035	5.84**	,020**	,061	
Hijos dependientes	,080	,049		-,014	,072	
Género x Hijos dependientes				,171*	-,040	3,72*
R cuadrada	,036	,017		,046	,018	
Cambio en R cuadrada				,010*	,001	
F	1,034*	,487		1,169*	,532	

N = 404 para la sub-muestra de emprendedores en empresas nuevas;

N= 830 for para la sub-muestra de emprendedores en empresas establecidas. La tabla muestra coeficientes de regresión estandarizados

+ $p \leq .10$; * $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$

A modo de resumen, podemos decir que los resultados obtenidos ofrecen evidencia a favor del efecto de los hijos dependientes sobre la percepción intrínseca del éxito (H1) así como del efecto directo del género sobre la percepción del éxito como independencia (H2). En relación al efecto moderador del género sobre la relación entre

los hijos dependientes y las dos dimensiones del éxito, los análisis empíricos ofrecen evidencia favor de la Hipótesis 3 pero no a favor de la Hipótesis 4. Asimismo, se confirma el efecto moderador de la Etapa de desarrollo empresarial sobre la relación entre hijos dependientes y la dimensión intrínseca del éxito (H5) y sobre aquella entre género y la dimensión de independencia (H6). Finalmente, los resultados prestan un apoyo parcial a la interacción triple entre la Etapa de desarrollo empresarial y el efecto moderador del género sobre la relación entre hijos dependientes y percepción del éxito puesto que se confirma la Hipótesis 8 pero no así la Hipótesis 7.

7.4. Discusión de resultados

Nuestros resultados ofrecen evidencia empírica sobre los factores que determinan la percepción del éxito por parte de hombres y mujeres involucrados en una actividad emprendedora y, en particular, sobre el papel que juegan los factores de contingencia en esta percepción, como es el caso de la situación familiar y de la etapa de desarrollo de la empresa creada.

En primer lugar se ha demostrado que la percepción subjetiva del éxito es una noción compleja que engloba a dos dimensiones distintas: la dimensión intrínseca del éxito, que está relacionada con valores femeninos, y la dimensión de independencia, que es de tipo masculino. Cada una de estas dimensiones responde a una lógica diferente y está vinculada de un modo particular a la Teoría de la Identidad Social.

Al establecer esta distinción entre criterios masculinos y criterios femeninos también proporcionamos un análisis teórico y empírico del proceso psicológico y social que subyace tras la percepción no-monetaria del éxito en el contexto de la actividad emprendedora y cómo ésta se relaciona con el género. En este sentido, nuestro trabajo se posiciona en contracorriente con respecto a lo comúnmente aceptado por la literatura sobre mujer emprendedora que la asocia de forma sistemática con los valores femeninos. En cambio, en esta Tesis argumentamos y demostramos que los criterios femeninos, encarnados en la dimensión intrínseca del éxito, no están directamente relacionados con el género y que la tendencia de un emprendedor a valorar dichos criterios depende más bien de varios factores de contingencia.

En particular, se ha descrito cómo la situación familiar del emprendedor es una variable clave a la hora de determinar la percepción intrínseca del éxito. En ausencia de hijos dependientes, hombres y mujeres emprendedoras tienden a actuar de acuerdo con el “prototipo” del emprendedor ambicioso, valorando el éxito en base a criterios extrínsecos o financieros. Sin embargo, y en línea con los supuestos de la Hipótesis 1, resulta que este comportamiento cambia en cuanto los emprendedores se convierten en padres o madres de hijos dependientes. En este tipo de circunstancia ambos manifiestan valores altruistas en la gestión de su empresa, enfocando los resultados de la misma hacia la ayuda a los otros miembros del grupo y hacia la consecución de un equilibrio entre trabajo y familia. Este hallazgo indica por lo tanto que los hombres emprendedores no están inevitablemente mentalizados en contra de la idea de dar y ayudar a los demás como parece sugerir la literatura en psicología (Adler y Powell, 1999; Miller, 1976), y que sus criterios como emprendedores son similares a los de sus compañeras emprendedoras.

Sin embargo, tal y como establece la Hipótesis 5, se ha mostrado que dicha situación familiar no sólo actúa de forma aislada, sino que la interacción entre los hijos dependientes y la etapa de desarrollo de la empresa es lo que realmente ejerce un efecto sobre la percepción intrínseca del éxito, demostrándose que el efecto es destacado durante las fases iniciales del proceso emprendedor y que tiende a desaparecer en etapas posteriores. Esto confirma los supuestos de la TIS acerca la presión ejercida por el entorno organizacional sobre el líder para que éste adopte un comportamiento prototípico. Pese a su inclinación por preocuparse por asuntos familiares y por favorecer las relaciones sociales dentro de su empresa, los emprendedores con hijos dependientes que dirigen una empresa establecida tenderán a adherir a las normas organizacionales de éxito financiero y de valoración de lo económico.

Por otra parte, la Hipótesis 3 ha demostrado que el efecto de los hijos dependientes interactúa con el género del emprendedor, indicando un efecto mayor en el caso de las madres que en el de los padres. Parece de hecho bastante lógico que la presencia de hijos dependientes afecte en mayor medida la percepción de las mujeres que la de los hombres. En base a la TIS demostramos que estas diferencias se deben a los estereotipos de género y a las diferentes expectativas que nuestra sociedad tiene con respecto a un emprendedor cuando su rol familiar se convierte en un elemento saliente: en el caso de las mujeres, se refuerza el autoconcepto relacionado con el cuidado

familiar mientras que para los hombres, esta tendencia se ve limitada por la relevancia social de su rol como proveedor de sustento económico para la familia.

Pese a que esta situación resulta obvia, es sin embargo la primera vez que se ofrece evidencia empírica en base a la que apoyar este argumento. Además, lo novedoso del argumento y por tanto, la contribución de esta Tesis en este punto mas allá de la evidencia empírica aportada, radica en considerar el cambio en los valores como producto de una comparación social. Es decir, que no se trata tanto de predisposición psicológica que viene definida por el sexo del emprendedor sino más bien del efecto de una categorización social en base a estereotipos de género.

Nuestros resultados permiten además reconciliar dos visiones hasta ahora contrapuestas en las que se defendía, por un lado, la existencia de diferentes percepciones en función del género y se argüía, por otro, que dichas diferencias no existían. Hasta ahora, el único intento de reconciliar estas posiciones se debía al estudio realizado por Cliff et al. (2005) que analizan los estilos de gestión de 229 hombres y mujeres jefes de pequeñas y medianas empresas en Canadá. En este trabajo, los autores afirman que en la práctica, hombres y mujeres implementan estilos de gestión similares y que las diferencias de género esgrimidas por otros investigadores se deben en realidad a la adopción de una retórica distinta por parte de los líderes empresariales de cada sexo, en un intento de los mismos de adaptar su discurso a lo que se espera socialmente de ellos. Es decir que, aunque las emprendedoras y los emprendedores actúan de forma similar, las primeras tienden a adoptar un discurso femenino y los segundos un discurso masculino, y ellos con el objetivo de “encajar” con los estereotipos de género.

Si bien suscribimos a este razonamiento, en esta Tesis añadimos una explicación complementaria y demostramos que esta necesidad de conformarse con las expectativas sociales y culturales, bien sea simplemente a través del discurso o en la práctica diaria de la gestión, sólo aparece cuando el género se convierte en un factor saliente en el ámbito laboral. Como hemos visto, esta saliencia se puede ver activada por la presencia de hijos dependientes. Es decir que será sólo en presencia de contingencias como la maternidad cuando las emprendedoras se verán inducidas a actuar de forma distinta a los emprendedores. Así pues, los resultados muestran que, si bien la presencia de hijos dependientes es una variable clave a la hora de explicar la percepción intrínseca del éxito, el efecto de esta relación familiar es más complejo del que tradicionalmente se ha asumido.

Finalmente añadir que, en contra de lo planteado en la Hipótesis 7, la relación entre hijos dependientes y género no se ha visto moderada por el nivel de desarrollo de la empresa. Una posible explicación a esta falta de significatividad la encontramos en la falta de poder estadístico al dividir la muestra en dos conjuntos, el de empresas nuevas y empresas establecidas, y trabajar por tanto con un número inferior de observaciones. Es además conocida la dificultad de detectar la existencia de efectos significativos para las interacciones triples, sobre todo si se trabaja con variables categóricas (Aguinis, 2004). Será necesario en todo caso replicar este análisis con estudios posteriores para poder aportar una explicación definitiva a este resultado.

El segundo conjunto de resultados de este trabajo guarda relación con la percepción del éxito como independencia. Uno de los hallazgos más interesantes al respecto radica en demostrar que la diferencia de la percepción intrínseca del éxito, esta segunda dimensión, que engloba valores de carácter masculino, está directamente relacionada con el género. De acuerdo con lo supuesto de la Hipótesis 2, esta relación se fundamenta en el efecto *techo de cristal* y en la discriminación experimentada en el mercado de trabajo, que induce a las mujeres emprendedoras a valorar la libertad y el autocontrol por encima de los beneficios económicos y en mayor medida que sus homólogos varones.

Estos resultados aportan una clarificación importante con respecto a los estudios previos que han analizado las expectativas de las mujeres emprendedoras acerca de sus empresas y que hasta la fecha habían producido conclusiones contradictorias. Como hemos explicado detalladamente en la segunda parte de esta Tesis, la mayoría de estos estudios han asumido que el autoempleo representaba una solución idónea para las mujeres trabajadoras que estaban confrontadas a la difícil tarea de conciliar vida laboral y vida profesional. Sin embargo, la actividad emprendedora no siempre ofrece una panacea a este dilema: varias investigaciones han demostrado que si bien las emprendedoras experimentan una sensación de libertad y mayores niveles de satisfacción laboral que las ejecutivas que trabajan como empleadas, no es menos cierto que el esfuerzo requerido para garantizar un umbral mínimo de solvencia económica en la empresa provoca a menudo en dichas mujeres elevados niveles de conflicto entre las esferas del trabajo y de la familia e induce una reducción de la satisfacción familiar (Moore, 2005; Parasuraman y Simmers, 2001).

¿Cómo explicar entonces que las mujeres sean cada vez más numerosas en adentrarse en el arriesgado mundo del emprendizaje? La hipótesis que se mantiene a lo largo de este estudio es que el deseo de conciliar vida familiar y vida profesional no representa el principal objetivo perseguido por la mayoría de las mujeres emprendedoras. Este argumento, si bien puede resultar cierto en algunos casos, es sólo una parte de la historia, pues considera únicamente la perspectiva de una categoría específica de emprendedoras, es decir aquellas que no derivan su autoconcepto de su labor profesional sino que se identifican principalmente como madres y esposas. En cambio, al considerar también las percepciones de una categoría de emprendedoras cada vez más importante, aquellas que inician una actividad emprendedora para dar un empuje a su carrera profesional y tener control sobre la misma, el presente estudio ofrece una visión completa sobre la relación entre percepción subjetiva del éxito y género.

Los resultados confirman que, efectivamente, las emprendedoras de hoy en día parecen valorar sobre todo la autonomía en el manejo de su carrera profesional y el autocontrol. En este sentido, estas emprendedoras estarían de algún modo renunciando tanto al plan de carrera típicamente masculino como al estatus de madre tradicional, construyendo en cambio nuevas pautas, en las que gracias a la actividad emprendedora pueden desarrollar tanto su carrera como sus relaciones personales (Mainiero y Sullivan, 2005).

Asimismo nuestros datos confirman que, de acuerdo con la Hipótesis 6, a medida que la empresa crece y se consolida, el efecto positivo del género sobre la importancia otorgada a la independencia disminuye. La explicación a este fenómeno la encontramos en la progresiva dilución del impacto del techo de cristal, cuyas consecuencias sobre el autoconcepto de las mujeres se perciben de forma más intensa al inicio de la aventura empresarial y en menor medida conforme estas mujeres adquieren credibilidad como emprendedoras. Es ahí cuando dichas mujeres tenderían más bien a adherir a los intereses tradicionales de solvencia económica y consecución de lucro.

Una segunda explicación podría venir dada por el hecho de que los motivos para crear y gestionar una empresa cambian con el tiempo (Baines, Wheelock, y Abrams, 1997; Still y Timms, 2000). Gracie (1998) demuestra por ejemplo que al cabo de unos pocos años del inicio de un negocio, el 45% de las mujeres emprendedoras consideran el crecimiento financiero como su principal objetivo. Es decir que aunque una

empresaria inicie un negocio empujada por motivaciones intrínsecas, cabe la posibilidad de que su objetivo tome tras varios años un cariz marcadamente económico. Este podría de hecho ser el resultado del aprendizaje gradual de los trade-offs o compromisos que conlleva el emprendizaje y de la necesidad de velar por la rentabilidad de un negocio independientemente de la importancia que pueda tener otros criterios intrínsecos. Fenwick y Hutton (2000) sugieren de hecho que las mujeres experimentan una tensión entre su propia definición del éxito y los diversos discursos y expectativas sociales relacionados con la maternidad, la conciliación y lo que constituye un negocio rentable. Aunque los autores utilizan este razonamiento sólo para analizar la percepción de las mujeres emprendedoras, consideramos que es también aplicable a los emprendedores varones, puesto que éstos experimentan varias preocupaciones y prioridades distintas durante las diferentes etapas de su desarrollo personal y empresarial.

Fuera del campo de la Teoría de la Identidad Social, este argumento encuentra de hecho soporte en la conocida teoría del ciclo vital (Evans y Bartolome, 1984; Levinson, 1986) que analiza entre otros el desarrollo profesional de los individuos a lo largo de su ciclo vital. Esta teoría sostiene por ejemplo que si bien el hombre joven tiende por lo general a anteponer su carrera a su familia, sus valores tienden a dar un giro sustancial durante la transición a la etapa madura que se opera a partir de los 40 años, es decir, cuando la saliencia de su rol familiar vuelve a cobrar protagonismo (Chi-Ching, 1995).

Habiendo identificado las diferencias de género generales en las percepciones del éxito, nuestro estudio va más allá e analiza las variaciones que pueden existir entre diversas categorías de mujeres y hombres emprendedores, y ello en base a la situación familiar. Nuestros resultados concuerdan con los postulados de los trabajos conceptuales de Goffee y Scarse (1983) y Cromie y Hayes (1988) que clasifican a las mujeres emprendedoras según sus expectativas con respecto al desempeño empresarial y su familia. Cromie y Hayes distinguen por ejemplo entre 3 categorías de emprendedoras que se corresponden en un sentido amplio con nuestra clasificación: las Innovadoras, representadas por mujeres jóvenes sin hijos; las Dualistas, que caracterizan a las mujeres de mediana edad con hijos dependientes y; las Retornadas, que son más maduras y tienen hijos mayores. Es decir que estos estudios plantean la existencia de una “vía maternal” (conocido como Mommy track en inglés) que influye en gran

medida en el desarrollo profesional de las mujeres emprendedoras. Pese a su relevancia, estos interesantes descubrimientos no habían sido validados hasta ahora por investigaciones posteriores y muy pocos trabajos se han basado en ellos para comprender mejor cómo la situación familiar afectaba las percepciones del éxito de un emprendedor.

Por último, la no significatividad de los resultados para la Hipótesis 4 sugiere que el efecto positivo que el género ejerce sobre la percepción del éxito como independencia no parece reforzarse con la presencia de hijos dependientes. La ausencia de un efecto significativo podría deberse en este caso a la actuación de dos efectos de signo contrario cuyo resultado final sobre las percepciones de la dimensión de independencia se compensa. De hecho, los resultados la Hipótesis 8 apuntan en esta dirección puesto que los datos indican que esta relación sí es significativa y positiva para la submuestra de las empresas nuevas, y negativa aunque no significativa para la submuestra de las empresas establecidas. Cabe por tanto la posibilidad de que la unión de ambas submuestras en una muestra global resulte en la compensación entre dos efectos de signo contrario.

En cualquier caso, esto requiere ampliar la investigación en esta dirección, ya que existe un gran desconocimiento sobre cómo afecta la situación familiar a las prioridades de los emprendedores y a su estilo de gestión, pues salvo recientes excepciones (Aldrich y Cliff, 2003; DeMartino et al., 2006), la influencia del entorno personal ha sido tradicionalmente ignorada en los estudios sobre *entrepreneurship* (Orhan, 2005).

En este sentido, los resultados de este trabajo representan un primer paso hacia una mayor profundización teórica acerca de los criterios y estilos de gestión utilizados por los propietarios de pequeñas y medianas empresas. Nuestro trabajo sugiere en efecto que los emprendedores tienden a crear situaciones y ambientes laborales que están en congruencia con sus valores, si bien este fenómeno es más común durante las fases iniciales de constitución de la empresa que en etapas posteriores. Así, la maternidad y su influencia en la mayor importancia otorgada a la dimensión intrínseca del éxito podría explicar porqué las emprendedoras establecen algunas prácticas de gestión con más frecuencia que sus compañeros varones. Este es por ejemplo el caso de entornos laborales que favorecen la conciliación familiar para sus empleados o de organizaciones que minimizan los conflictos en el ámbito del trabajo (Robinson, 2001).

Asimismo, Rogers (2005) afirma que el grado de compromiso que un emprendedor adquiere con respecto a su rol familiar tendrá un impacto en el desarrollo de su empresa. Huelga destacar sin embargo que se trata de una afirmación que nunca ha sido testada empíricamente puesto que no se tiene constancia de estudios que demuestren una relación directa entre necesidad de conciliación, aplicación de estilos de gestión específicos y desempeño empresarial.

En el siguiente capítulo, intentaremos despejar parte de las nuevas preguntas planteadas en este apartado, a través el análisis de la relación que existe entre el género y la situación familiar por un lado, y las expectativas de los emprendedores y su decisión de cerrar su empresa, por otro lado.

CAPITULO 8. LA INFLUENCIA DEL GÉNERO Y EL ENTORNO FAMILIAR EN EL CIERRE EMPRESARIAL

8.1. Introducción

A continuación, se presentan los principales resultados del análisis empírico realizado con el objetivo de testar las relaciones teóricas descritas en el Capítulo 5. Los resultados analizados en este Capítulo se basan en una muestra de 189 emprendedores y emprendedoras que declararon haber cerrado o renunciado a una empresa en el transcurso del año 2005, y que aceptaron responder a la encuesta adicional.

8.2. Descripción de variables

8.2.1. Variable dependiente

Motivo del cierre empresarial: La encuesta GEM analiza el cierre mediante la siguiente pregunta: ¿Ha cerrado un negocio en los últimos 12 meses (suyo, dirigido por usted o autoempleo aunque sea combinado con otro trabajo)? A las personas que responden positivamente a esta pregunta se les pide que expliquen el motivo por el que han cerrado la empresa en cuestión. Pudiendo elegir entre las respuestas siguientes: Una oportunidad de vender el negocio; El negocio no era rentable económicamente; Problemas financieros; Encontró otro trabajo u oportunidad de negocio; Jubilación; Motivos personales y ;Otras (explicar).

A partir de esta variable, y en base a la revisión de la literatura expuesta en el Capítulo 5 se derivaron nuevas categorías que permitirán diferenciar entre cierre y fracaso. Por un lado se clasificó el cierre como “involuntario” aquel cierre que es debido a un desempeño económico insuficiente, y que incluye los dos motivos siguientes: El negocio no era rentable económicamente y Problemas financieros. Esta categoría toma

el valor de 0. Por otro lado, se clasifica como “vountario”, tomando el valor 1, aquel cierre que es debido a que los costes de oportunidad de la actividad emprendedora son demasiado elevados e incluye los motivos siguientes: Una oportunidad de vender el negocio; Encontró otro trabajo u oportunidad de negocio; Jubilación; Motivos personales. La respuesta “Otros” ha sido clasificada en una u otra categoría según la explicación detallada aportada por el encuestado (por ejemplo: falta de tiempo =1; falta de clientes=0).

8.2.2. Variables independientes

Las preguntas adicionales incluidas en el APS con el propósito de desarrollar esta tesis doctoral incluyen una serie de indicadores personales de los emprendedores en cuestión, que constituyen las variables explicativas de nuestro modelo y que se describen a continuación.

Género: el género de los encuestados ha sido medido como una variable dicotómica que toma el valor “1” si el emprendedor es mujer y “0” si es hombre.

Estatus matrimonial: se trata de una variable binaria que indica si el propietario está casado (1) o unido a una persona o si vive solo es decir que es soltero, divorciado o viudo (0).

Número de hijos: Esta variable continua mide el número de hijos del propietario.

Empresa familiar: En línea con la literatura sobre empresa familiar (Galve-Górriz y Salas-Fumás, 2003; Gomez-Mejia et al., 2003; Litz, 1995), el carácter familiar de la empresa estudiado fue determinado a partir de tres indicadores complementarios. El primero, representa la respuesta del encuestado acerca de si considera que la empresa que ha cerrado como una empresa familiar. Esta información ha sido a continuación contrastada con indicaciones del emprendedor acerca del porcentaje del capital empresarial que estaba en manos de la familia en el momento del cierre y de la proporción de familiares involucrados en la toma de decisiones. El resultado es una variable dicotómica que toma el valor 1 si la empresa es familiar y 0 en el caso contrario.

8.2.3. Variables de control

Con el objetivo de aislar de manera eficiente el efecto del género y de la estructura familiar sobre la decisión de cerrar un negocio, hemos controlado por una serie de variables que se describen a continuación.

Edad: variable continua que mide la edad del emprendedor en el momento de la entrevista (en número de años). En línea con la literatura previa sobre cierre empresarial (Bates, 1990, 2005), también se introdujo el componente cuadrático de esta variable ($Edad^2$).

Estudios universitarios: nivel de educación (medido como una variable de dos categorías con 0= estudios no universitarios, 1= estudios universitarios). Si bien se dispone de información más detallada acerca de niveles de estudio inferiores al universitario, dicha información ha sido excluida del análisis al comprobarse que no añadía capacidad explicativa al modelo y que sin embargo cada variable suplementaria restaba grados de libertad al mismo. Desde el punto de vista teórico parece razonable suponer que es la educación superior la que realmente afectará el coste de oportunidad del emprendedor y su umbral de desempeño (ver apartado 5.1.4.).

Experiencia previa en el sector: Otra manera de medir el capital humano del propietario es a través del número de años de experiencia profesional adquirida en el sector previamente a la creación de su empresa. Esta variable ha sido expresada en logaritmos.

Antigüedad de la empresa: La edad de la empresa, medida en meses, se calculó como la diferencia entre la fecha de recogida de los datos y el año de constitución de la empresa. Debido a la elevada tasa de mortandad de las empresas en una edad temprana, esta variable se aleja de la normalidad (distribución positivamente simétrica), por lo que ha sido expresada en logaritmos.

Sector de actividad: El sector al que pertenece la empresa, utilizado como variable de control, se midió por su código International Standard Industry Codes o ISIC⁴⁰. A continuación se estableció, en línea con la metodología GEM (Reynolds et al.,

⁴⁰ Los Códigos ISIC, establecidos por las Naciones Unidas, son la clasificación internacional de referencia para las actividades económicas (equivalentes al código CNAE en España).

2005) una consolidación de estas categorías sectoriales en cuatro subgrupos: el Sector Extractivo (agricultura, caza, pesca y silvicultura); el Sector Transformador (construcción, manufactura, transporte y venta al por mayor); el de Servicios a Empresas (donde el principal cliente es otra empresa) y el Orientado al Consumo (donde el principal cliente es otra persona física como la venta al detalle, la hostelería, la restauración, los servicios sociales, la educación la salud y otros servicios personales).

Desempeño de la empresa: para evitar el sesgo de deseabilidad social⁴¹, se ha introducido como variable de control una segunda pregunta relativa al nivel de desempeño de la empresa. Dado que estamos hablando de iniciativas emprendedoras cuya información financiera no están siempre a disposición del público, hemos preguntado al emprendedor que situara el nivel de desempeño de su empresa con respecto al resto de las empresas que operan en el mismo sector (inferior/similar/superior).

Capital inicial invertido: La relevancia de introducir una variable de control acerca del importe de capital inicial invertido por el emprendedor guarda relación con las expectativas que éste tiene con respecto al desempeño de su empresa en el momento de su creación. Desde la Teoría del Aprendizaje Activo sobre creación empresarial (Jovanovic, 1982), se aduce que una capitalización inicial elevada indica unas expectativas optimistas del emprendedor con respecto a su negocio; En cambio, una capitalización baja, refleja pocas expectativas de éxito y una percepción de riesgo relativamente elevada. Caves (1998) explica por ejemplo que un emprendedor que inicia una empresa con un capital reducido tiene pocas esperanzas respecto de su viabilidad económica y por tanto tiene más presente la probable necesidad de cerrar el negocio poco después de su creación. El objetivo detrás del lanzamiento de la empresa sería pues fundamentalmente el de aprender de la experiencia vivida. Si el valor del aprendizaje sacado de la empresa es mayor que el coste de inversión inicial, el cierre de la empresa será considerado como voluntario. Si en cambio, el importe invertido excede los beneficios conseguidos en términos de conocimientos, el cierre puede ser considerado como un fracaso o algo involuntario.

⁴¹ La predisposición a la deseabilidad social, o “*social desirability bias*”, es el nombre dado en psicología social a nuestra predisposición a actuar de forma socialmente aceptable o deseable cuando sabemos que estamos siendo observados.

El estudio de Bates (2005) sobre PYMEs estadounidenses tiende a confirmar este planteamiento, al demostrar que existe una relación negativa entre el importe inicial invertido y el cierre exitoso de una empresa. Dicho de otra manera, el cierre de una empresa con una capitalización inicial elevada implica para el emprendedor unos “costes hundidos” importantes, lo cual le llevan a considerar dicho cierre como un fracaso. Si aplicamos este planteamiento a nuestro tema de estudio, se deduce que la capitalización inicial de la empresa estará negativamente relacionada con la probabilidad de cierre voluntario. En efecto, el coste de oportunidad de deshacerse de una empresa resultará cuanto más elevado en cuanto que el importe de capital invertido sea importante.

Por último, la introducción de esta variable se justifica por la necesidad de controlar por variables estructurales que, como hemos explicado en el capítulo 2, podrían incidir en las diferencias de género.

Para los fines de esta investigación el importe de capitalización inicial de la empresa ha sido medido en relación a los ingresos anuales medios del emprendedor, reflejando así la importancia relativa que dicho importe representa para el mismo.

Otras variables: Cabe mencionar que se han utilizado inicialmente otras variables de control además de las expuestas en este trabajo, como el tamaño de la empresa medida, el número total de empleados, el número de propietarios, y el porcentaje de capital en manos del emprendedor. No obstante, al comprobarse que los resultados no se veían afectados por su introducción, estas variables fueron excluidas del análisis para incrementar grados de libertad y así la precisión de la estimación.

8.3. Análisis y resultados

8.3.1. Análisis descriptivo

En las dos tablas siguientes presentamos un resumen la distribución de las variables utilizadas en este capítulo. La primera tabla presenta unos descriptivos de los rasgos de los emprendedores que vienen desglosados en función del tipo de cierre

(voluntario vs. involuntario) y del género (mujer vs. hombre). En la segunda tabla, se establece este mismo desglose para mostrar los descriptivos relacionados con las características de las empresas cerradas o abandonadas.

A. Características personales de los emprendedores en función del tipo de cierre y el género

Como se puede apreciar de la Tabla n°23, el perfil del empresario que ha cerrado una empresa en nuestra muestra es de una persona de 42 años, casada, con más de un hijo, con un promedio de 13 años de experiencia en el sector y que, en el más del tercio de los casos, posee estudios secundarios o medios siendo más común el caso de empresarios con apenas estudios primarios (41,8%).

Este perfil esconde sin embargo diferencias significativas en función del motivo del cierre: por ejemplo, mientras que el tercio de los emprendedores que cerraron por razones voluntarias poseen un título de educación superior, esta proporción se reduce al 15% para los emprendedores que cerraron por motivos involuntarios. Además, si el capital humano general, reflejado en el nivel de educación, favorece el cierre voluntario, no sucede lo mismo con el capital humano específico, que se expresa en términos de años de experiencia adquiridos en el sector de funcionamiento de la empresa. Así, son aquellos emprendedores con mayor nivel promedio de experiencia (15 años) los que parecen más reacios a cerrar la empresa que dirigen, puesto que las alternativas de empleo que tienen se ven algo limitadas por la especificidad de sus conocimientos. Además, este resultado se puede interpretar en base al estudio de Brüdrel y otros (1992) que, como comentamos en el apartado 5.1.4., indica que en la experiencia profesional tiene en realidad un impacto contradictorio en la supervivencia de un negocio.

En cuanto a la situación matrimonial del emprendedor, se observa que el porcentaje de casados asciende al 86% para los cierres voluntarios y al 74% para los cierres involuntarios. No hay diferencia sin embargo en cuanto al número promedio de hijos, pues ambos tipos de emprendedor (aquellos que cierran de forma voluntaria y aquellos que no) tienen alrededor de 2 hijos.

Respecto a la variación de las características empresariales en función del género, la Tabla 23 muestra claramente que las mujeres cierran de forma voluntaria su negocio en mayor proporción que los hombres (el 61% de las mujeres contra el 45% de los hombres). Estos datos ponen de manifiesto la importancia del género del emprendedor a la hora de evaluar la decisión de cerrar o mantener su empresa.

En términos comparativos, y tal como habíamos adelantado en el Capítulo 2, nuestros datos son consistentes con la literatura sobre mujer emprendedora al indicar que hombres y mujeres responden a un perfil demográfico similar. Merece la pena subrayar no obstante que nuestra muestra arroja una representación más homogénea de las mujeres en los distintos tramos educativos inferiores. Otro dato interesante es que una menor proporción de las mismas declara tener más de un hijo, siendo esta diferencia estadísticamente significativa.

Asimismo, resulta a primera vista sorprendente que las mujeres emprendedoras que han cerrado una empresa tengan en promedio más años de experiencia que los hombres que se hallan en esta misma situación. Si bien se trata de una pequeña diferencia (13,46 años para la mujeres y 12,47 años para los hombres), ésta es estadísticamente significativa, y entra en contradicción con la literatura sobre *entrepreneurship* que atribuye a las mujeres unos niveles de experiencia sistemáticamente inferiores a la de los hombres (Boden y Nucci, 2000; Brüderl et al., 1992). Dicho de otro modo, nuestra muestra parece indicar que, si bien las emprendedoras tienen en promedio menos experiencia que sus homólogos masculinos, aquellas que cierran un negocio pertenecen en mayor medida a una “élite”, con una experiencia en el sector relativamente consolidada. Esto confirma la inadecuación de la Teoría del Umbral, fundamentada en diferencias en el nivel de capital humano, para explicar las pautas de comportamiento de las mujeres emprendedoras con respecto al cierre empresarial. Además, estos datos vienen a reforzar el hallazgo de que las emprendedoras cierran de forma más voluntaria, es decir, por razones distintas a la falta de capacidad o formación para llevar el negocio adelante. Queda por aclarar no obstante cuáles son las razones que, más allá de los indicadores de desempeño, empujan a las mujeres a decidir el cierre de sus empresas.

Tabla 23 - Características personales de los emprendedores que han cerrado su empresa entre el año 2005 y el año 2006

Variables independientes	Distribución según tipo de cierre (%)				Distribución por género				Total	
	Voluntario		Involuntario		Mujeres		Hombres			
	Frecuencia	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Cierre										
• Voluntario	--	--	--	--	50	61,0	49	45,8	99	52,4
• Involuntario	--	--	--	--	32	39,0	58	54,2	90	47,6
Total					82	100,0	107	100,0	189	100,0
Educación										
• Educación primaria o menos	30	30,0	32	35,5	24	35,5	38	29,3	62	32,8
• Estudios secundarios y medios	35	35,6	44	49,0	38	38,3	41	46,3	79	41,8
• Educación superior	34	34,4	14	15,5	20	26,2	28	24,4	48	25,4
• Total	99	100,0	90	100,0	82	100,0	107	100,0	189	100,0
Situación matrimonial										
• Casado	86	86,8	67	74,4	65	79,3	88	82,2	153	81,0
• Soltero/divorciado/viudo	13	12,2	23	25,6	17	20,7	19	17,8	36	19,0
Total	99	100,0	90	100,0	82	100,0	107	100,0	189	100,0
	Media	Desv.	Media	Desv.	Media	Desv.	Media	Desv.	Media	Desv.
Edad media	44,16	13,52	40,54	11,21	42,12	12,39	42,68	12,50	42,44	12,43
N° de hijos	1,66	1,00	1,68	1,11	1,49	1,09	1,80	1,01	1,67	1,06
Experiencia en el sector (en años)	10,61	11,96	15,42	18,32	13,46	13,75	12,47	16,74	12,90	15,47
Total	99	52,4	90	47,6	82	43,3	107	56,6	189	100,0

Por último, en relación a la situación matrimonial, de la Tabla 23 se desprende que si bien la mayoría de la muestra está formada por propietarios casados o que viven en pareja, existen diferencias de género respecto a esta variable, diferencias que además arrojan una significación estadística aceptable (p-valor inferior al 0,05). Así las mujeres propietarias son solteras en el 20,7% de los casos contra sólo un 17,9% para los hombres propietarios. Esto apunta hacia la existencia de una interrelación entre estatus matrimonial y propiedad empresarial que varía en función del género, una relación que estudiaremos en las siguientes secciones mediante técnicas econométricas adecuadas.

B. Características de las empresas en función del tipo de cierre y el género

Una vez considerado el perfil de los emprendedores, pasamos a analizar las características de las empresas cerradas, que se hallan reflejadas en la Tabla 24. A primera vista se puede decir que se trata de una muestra bastante heterogénea tal y como muestran las altas desviaciones tanto para la variable que mide el capital inicial invertido como para aquella que indica la antigüedad de la empresa. Respecto al importe de capitalización, podemos observar cómo, en línea con los estudios de Caves (1998) y Bates (2005), las empresas que cierran de forma involuntaria tienden a contar con una capitalización inicial más elevada que aquellas que han cerrado de forma voluntaria, apoyando de este modo la idea de que dicha inversión implica unos costes hundidos que influyen en la decisión de cierre.

La antigüedad media en el momento del cierre está en torno a los 118 meses, o lo que es lo mismo, unos 9 años, lo cual indica que una parte importante de la muestra ha superado la etapa denominada como el liability of newness. Esto indica, en línea con los estudios de ecología organizacional (Nelson y Winter, 1982; Stinchcombe, 1965), que se ha evitado que nuestra muestra esté sesgada por empresas que han cerrado por la falta de rutinas y estructuras de gestión adecuadas debido a su juventud. Otro dato interesante al respecto, es que las empresas que han cerrado de forma voluntaria superan en 5 años aquellas que han sido cerradas de forma involuntaria.

En cuanto a la distribución sectorial, el 60,3% de las empresas pertenece al sector orientado al consumo mientras que el 23,3% al sector transformador. Estas características sectoriales son consistentes con las de otros estudios sobre pequeñas y

medianas empresas realizadas en Europa y Estados Unidos que muestran que dichas empresas tienen una mayor presencia en sectores manufactureros más tradicionales y aquellos relacionados con el comercio (Harding y Bosma, 2006). Una situación que, por otra parte se halla reforzada en el caso de las mujeres emprendedoras, para las cuales ambos sectores tienen un peso más elevado (64,6% y 24,4% respectivamente) (Anna et al., 2000; Hundley, 2001). Esta circunstancia, como hemos comentado en el Capítulo 3 está estrechamente ligada a las dificultades para permanecer competitivo en sectores de mayor valor añadido, contenido tecnológico y coste de inversión.

El análisis descriptivo muestra que casi la mitad de las empresas que han cerrado (concretamente, el 46,6%) estaban en manos familiares. Esta proporción es más elevada en el caso de las empresas lideradas por mujeres (el 52%) que en el de las empresas lideradas por hombres (el 42%). En cuanto a la relación entre carácter familiar de la empresa y tipo de cierre, los resultados descriptivos no parecen indicar, a primera vista, la existencia de una relación significativa. La Tabla 24 también muestra que las empresas se encuentran repartidas de forma bastante homogénea en cuanto a su nivel de rendimiento. Así, alrededor del 40% de la muestra se concentra en el tramo de desempeño medio, y ello independientemente del tipo de motivo por el que ha cerrado o del género del emprendedor.

C. Análisis de correlaciones

La Tabla 25 muestra las correlaciones entre las variables que se van a utilizar para testar las hipótesis propuestas a lo largo del quinto capítulo.

El análisis de las correlaciones entre las principales variables del estudio corrobora afirmaciones realizadas tradicionalmente sobre la relación entre las características personales del emprendedor y el tipo de empresa que éste dirige. Así, tal y como muestra la tabla, existe una relación significativa de signo positivo entre la experiencia profesional y: 1) la antigüedad de la empresa en el momento del cierre; 2) la presencia en un sector con alto valor añadido como es el de servicios a empresas. En este sector tienen menor representación los emprendedores que dirigen una empresa familiar, y aquellos de edad avanzada. Por otra parte, los datos indican que los emprendedores más experimentados tienden a invertir en menor medida en el sector

orientado al consumo. Como era de esperar, el número de hijos está positivamente correlacionado con la situación matrimonial y con la pertenencia de la empresa a la familia.

Adicionalmente, la tabla de correlaciones confirma que el tipo de cierre se correlaciona con varios indicadores personales y familiares del emprendedor. Esto refuerza la importancia de analizar qué subyace detrás de esta relación y si existe algún tipo de causalidad entre la situación familiar del emprendedor y la decisión de cierre.

Tabla 24 - Características de las empresas que han cerrado entre el año 2005 y el año 2006

Variables independientes	Distribución según tipo de cierre (%)				Distribución por género				Total	
	Voluntario		Involuntario		Mujeres		Hombres			
	Frecuencia	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Sector										
• Extractivo	5	5,1	4	4,4	3	3,7	6	5,6	9	4,8
• Transformador	23	23,2	21	23,3	20	24,4	24	22,4	44	23,3
• Servicio a empresas	11	11,1	11	12,2	6	7,3	16	15,0	22	11,6
• Orientado al consumo	60	60,6	54	60,0	53	64,6	61	57,0	114	60,3
Total	99	100,0	90	100,0	82	100,0	107	100	189	100
Empresa familiar										
• Si	54	54,5	47	52,2	43	52,4	45	42,1	88	46,6
• No	45	45,5	43	47,8	39	47,6	62	57,9	101	53,4
Total	99	100,0	90	100,0	82	100,0	107	100,0	189	100,0
Nivel de desempeño										
• Superior	30	30,3	22	24,4	22	26,8	30	28,0	52	27,5
• Similar	39	39,4	41	46,5	36	43,9	44	41,1	80	42,3
• Inferior	30	30,3	27	30,0	24	29,3	33	30,8	57	30,2
Total	99	100,0	90	100,0	82	100,0	107	100,0	189	100,0
	Media	Desv.	Media	Desv.	Media	Desv.	Media	Desv.	Media	Desv.
Antigüedad de la empresa (meses)	135,57	197,45	102,52	135,08	116,54	158,79	119,54	175,55	118,25	168,25
Capital inicial (Euros)	43.834	64.738	48.114	60.413	42.845	60.735	48.153	64.129	45.875	62.567
Ratio de capital inicial/promedio de ingresos anuales	39,50	72,35	48,14	80,93	43,34	69,04	48,40	44,59	43,61	76,47
Total	99	52,4	90	47,6	82	43,3	107	56,6	189	100,0

Tabla 25 - Descriptivos y Correlaciones

	VARIABLES	Media	Dev.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	Edad	42,44	12,43	1												
2	Género	,43	,497	-.02	1											
3	N° de Hijos	1,67	1,06	,02	-.15*	1										
4	Casado	,81	,39	-.01	-.04	,22**	1									
5	Experiencia en el sector	12,90	15,47	-.04	,12	,07	,10	1								
6	Educación superior	,25	,44	-.07	-.02	,07	,07	-.00	1							
7	Empresa familiar	,47	,500	-.11	,10	,20**	,02	,06	-.06	1						
8	Antigüedad	118,25	168,06	,07	-.03	,16*	,13	,20**	-.10	,22**	1					
9	Capital/Ingresos	43,62	76,47	-.02	-.00	-.16*	-.00	-.10	-.14	-.15*	-.13	1				
10	Desempeño inferior	,30	,46	-.05	-.02	,03	-.00	,01	-.04	-.01	-.02	,03	1			
11	Desempeño superior	,28	,45	,13	-.01	-.04	,09	,00	,02	,07	,02	,02	-.41**	1		
12	Sector servicio a empresas	,12	,322	-.17*	-.12	-.07	,13	,15*	-.10	-.17*	-.06	,09	,09	-.08	1	
13	Sector orientado al consumo	,60	,491	,07	,08	-.01	-.12	-.20**	,03	,04	,01	,02	,09	-.08	-.45**	1
14	Sector transformador	,05	,214	,05	,02	,03	,01	,03	,02	,01	,01	-.04	-.14*	,22**	-.20**	-.68**
15	Cierre voluntario	,52	,50	,15*	,15*	-.01	,16*	-.11	,22**	-.02	-.09	,00	,07	-.02	,01	-.00

N=189;
Estadísticamente significativo al *p ≤ .05 y ** p ≤ .01

Por tanto, el análisis descriptivo de las empresas de la muestra así como los resultados de los test univariantes realizados, apoyan gran parte de los argumentos teóricos presentados a lo largo de esta Tesis y apuntan en la dirección propuesta por algunas de las hipótesis expuestas. En particular:

- 1) Los descriptivos de la muestra ponen de manifiesto la necesidad de distinguir entre los dos tipos de cierre: el cierre voluntario y el involuntario. Frente a la visión tradicional de que todo cierre es un fracaso, los datos evidencian la existencia de un coste de oportunidad de mantener la empresa funcionando, que depende, entre otros factores, de los rasgos personales del emprendedor.
- 2) Los descriptivos sobre las características de las empresas que han cerrado y su distribución en función del tipo de cierre parecen señalar que, más allá del nivel de rendimiento de la empresa, la decisión de cerrarla está condicionada por criterios como el capital invertido o su carácter familiar.
- 3) Las diferencias significativas en relación a variables relacionadas con el género y a la estructura familiar del emprendedor parecen subrayar la influencia de la situación personal del mismo en las decisiones de índole empresarial.

En cualquier caso, los resultados del análisis univariante tienen un carácter meramente exploratorio, ya que la contrastación empírica de las hipótesis propuestas se llevará a cabo en la siguiente sección, a través de la aplicación de técnicas de análisis multivariante.

8.3.2. Metodología

Dado que nuestro objetivo consiste en predecir la probabilidad de cierre voluntario de una nueva o pequeña empresa, fenómeno que hemos medido mediante una variable dependiente dicotómica, la regresión logística constituye la metodología de análisis más adecuada para testar las hipótesis planteadas en esta investigación. En efecto, los modelos de regresión logística parten de una función que posee una variable dependiente dicotómica y un conjunto de una o más variables independientes, las cuales pueden ser cuantitativas o cualitativas, o una mezcla de ambas. El modelo de regresión

logística está basado en el cociente de posibilidades que representa la probabilidad de que un evento suceda en comparación con la probabilidad de que no suceda. El cociente de posibilidades se expresa como:

$$\text{Cociente de posibilidades} = \frac{\text{probabilidad de que el evento suceda}}{(1 - \text{probabilidad de que el evento suceda})}$$

La regresión logística en nuestro caso consiste en obtener una función lineal de las variables independientes, de modo que permita clasificar a los individuos de nuestra muestra en dos subpoblaciones o grupos posibles. No hay más alternativa de respuesta que lo establecido por los dos valores que puede asumir la variable dependiente: han cerrado de forma voluntaria o han cerrado de forma involuntaria.

El primer modelo analiza el efecto de las variables de control como determinantes del cierre voluntario. En el segundo modelo el género y las variables del entorno familiar son introducidos como variables independientes. El tercer modelo pretende investigar la posible existencia de un efecto moderador del género, o lo que es lo mismo, si la causalidad entre factores familiares y cierre voluntario difiere en función del género.

Con los valores obtenidos con la regresión logística es posible conocer; por un lado, la probabilidad promedio de cerrar el negocio de forma voluntaria por parte del emprendedor o de la emprendedora que posea ciertas características personales, y que provenga de un entorno familiar específico. Además, los cálculos logísticos nos permitirán ver el grupo de variables (personales o familiares) que actúan con mayor intensidad.

En la primera columna de cada modelo se presentarán los estimadores de los parámetros o coeficientes B. Los coeficientes B en un modelo de regresión logística son las medidas de los cambios en la razón de probabilidad de que el evento estudiado suceda. También denominados “odds ratio”, estos coeficientes están expresados en logaritmos por lo que deben ser transformados para ser interpretados, utilizando el $\text{Exp}(B)$. Esta medida indica el cambio proporcional que se produce en la ventaja del cierre voluntario por cada unidad de cambio de la variable independiente.

El paquete estadístico utilizado para el cálculo de las regresiones Logit ha sido el SPSS, versión 15.0 para Windows. Para analizar los resultados de las regresiones logit

realizadas, procederemos según lo recomendado por Peng, Lee y Ingersoll (2002) en tres fases: a) Estimación de la bondad del ajuste del modelo global; b) evaluación de los tests estadísticos de cada variables independientes e interpretación de su valor teórico y; c) análisis de la tabla de clasificación.

8.3.3. Resultados de las regresiones y contrastes empíricos de las hipótesis

A. Análisis de la influencia del género y el entorno familiar en el cierre voluntario

Estimación de la bondad de ajuste del modelo: la Tabla 26 ofrece los resultados obtenidos para la regresión logística efectuada introduciendo las variables de control en un primer paso (Modelo 1) y las variables independientes en un segundo paso (Modelo 2). Los resultados demuestran que ambos modelos son significativos. En el modelo 1, el coeficiente de Nagelkerke⁴², también denominado R^2_L , es de 0,161 y aumenta en el segundo modelo hasta 0,234. Teniendo en cuenta que los coeficientes en la regresión logística tienden a subestimar la proporción de varianza explicada por el modelo, podemos decir que un porcentaje adecuado de la varianza es explicado por las variables predictoras incluidas en el modelo.

También podemos observar que hay una disminución del -2Log de verosimilitud (cuando menor es el -2Log⁴³, mayor es la verosimilitud y mejor el ajuste del modelo) en el modelo 2 en relación al modelo 1 puestos que los valores para este indicador pasan de hecho de 237,336 a 225,060. Esto indica que la introducción de las variables independientes mejora el ajuste del modelo.

Para asegurarnos de que la introducción de las variables independientes en el modelo 2 contribuye de forma significativa a la capacidad explicativa del mismo, también procedemos a un test de diferencias entre las chi-cuadrado. En el caso de las variables independientes, la diferencia entre el modelo2 y 1 (44,443 - 24,245) arroja un resultado de 12,276. Con 4 grados de libertad, se trata de un resultado significativo al

⁴² Al igual que un coeficiente de determinación en una regresión OLS, el R^2_L es una medida de la eficacia predictiva del modelo.

⁴³ -2Log del modelo es 2 veces el logaritmos de la verosimilitud del modelo a evaluar.

95% ($p \leq 0.05$) lo cual sugiere que por lo menos uno de los términos introducidos en el segundo modelo es significativo.

En línea con lo establecido por la Teoría del Umbral, un mayor nivel de formación incide en un aumento del coste de oportunidad del autoempleo. La Tabla 26 indica de hecho que la posesión de un nivel de educación superior es el indicador que mayor incidencia tiene en la probabilidad de cierre voluntario.

La edad aparece como el segundo indicador de capital humano que tiene un impacto significativo sobre la probabilidad de cierre voluntario, aunque en sentido contrario al del nivel educativo. En concreto, el signo negativo del coeficiente B para esta variable señala que, conforme aumente la edad del emprendedor, la probabilidad de que éste decida cerrar su empresa de forma voluntaria irá disminuyendo. Este resultado, parece indicar que los emprendedores de mayor edad se ven más a menudo forzados a abandonar su negocio por falta de competitividad. Parece por tanto que existe una descompensación entre los beneficios que conlleva la edad respecto a la acumulación de conocimientos y las desventajas que implica en términos de pérdida de energía y de capacidad de innovación, aspectos típicamente asociados a emprendedores jóvenes. Además, la significatividad del componente cuadrático de la variable edad apunta a que ésta relación no es lineal. Dicho de otra manera, la reticencia a cerrar se incrementa a partir del umbral de los 41 años (media de la variable edad), lo cual indica probablemente que a partir de esta edad se reducen las opciones laborales fuera del autoempleo.

Tabla 26 - Regresión logística: el efecto del género y entorno familiar sobre el cierre voluntario

Variables		Modelo 1				Modelo 2			
		Coefficiente B	Wald	Sig.	Exp (B)	Coefficiente B	Wald	Sig.	Exp (B)
Constante		1,627	,832		,196	-2,736	1,911		,065
Edad (estandarizada)		-,339	4,068	*	,712	-,371	4,475	*	,690
Edad (estandarizada) ²		-,369	4,948	*	,691	-,358	4,398	*	,699
Experiencia previa en el sector		,142	1,204		1,152	,237	2,912	t	1,267
Educación Superior		1,207	9,828	**	3,344	1,257	9,568	**	3,514
Capital/ingresos		,113	,927		1,119	,143	1,363		1,154
Antigüedad de la empresa		,099	,690		1,104	,112	,785		1,119
Sector	• Transformador	-,397	,221		,673	-,543	,375		,581
	• Servicios a empresas	,098	,012		1,102	,077	,007		1,080
	• Orientado al consumo	-,310	,149		,734	-,421	,251		,656
Desempeño Inferior		,184	,246		1,202	,230	,355		1,259
Desempeño Superior		,277	,486		1,319	,260	,387		1,296
Género						,893	6,464	**	2,442
Situación matrimonial						,981	4,981	*	2,666
Numero de hijos						,104	,390		1,110
Empresa familiar						,040	,013		1,041
Género X Situación matrimonial									
Género X N° de hijos									
Género X Empresa familiar									
-2 Log de verosimilitud		237,336				225,060			
Chi-cuadrado		24,245				36,521			
Nagelkerke R ²		,161**				,234**			

Variable dependiente: cierre voluntario 1 = Si ; 0 = No (valor de referencia 0)

Estadísticamente significativo al nivel: t = .10; * = .05; ** = .01.; ***=.001

En relación al resto de las variables de control, resulta sorprendente notar que ningún otro indicador ejerce un efecto significativo sobre la variable dependiente. La experiencia previa en el sector, un factor que la literatura ha relacionado claramente con una menor tasa de cierre de empresas (Klepper, 2002; Phillips, 2002), no parece afectar sin embargo *el tipo de cierre*. Es posible que estemos en este caso frente a dos efectos opuestos que se anulan mutuamente: por un lado, un mayor nivel de experiencia aumenta el umbral de desempeño del emprendedor y sus oportunidades de empleo fuera de la empresa, incrementando la posibilidad de que la cierre de forma voluntaria si ésta no satisface sus expectativas. Por otro, sin embargo, las “ataduras” del emprendedor con respecto a su empresa tienden a aumentar con cada año adicional de experiencia específica que éste adquiera en el ámbito sectorial en el que funciona dicha empresa.

La no significatividad de las variables de control relativas al nivel de desempeño económico de la empresa confirma que, en línea con el modelo teórico propuesto, son las percepciones subjetivas del emprendedor y no sólo los resultados objetivos, los que realmente inciden en la decisión de cerrar una empresa. La literatura sobre las carreras en el mundo empresarial sugiere de hecho que el éxito subjetivo y el éxito objetivo son dos medidas que guardan poca relación empírica (Hall, 1976).

Análisis de los efectos directos: La relación entre la estructura familiar y el género del emprendedor por un lado, y el tipo de cierre por otro lado, se muestran en el modelo 2 de la Tabla 26. Tras controlar por las características de la empresa y el capital humano del emprendedor, la inclusión de las cuatro variables independientes suponen un incremento significativo en la capacidad explicativa del 45% ($p \leq 0.05$). Dos de las variables introducidas son significativas por lo que el análisis de los resultados para este modelo da soporte a dos de las cuatro hipótesis principales planteadas.

Así, se confirma la Hipótesis 9 acerca de la mayor propensión de las mujeres a cerrar un negocio de forma voluntaria puesto que esta variable es significativa al 99% ($p < 0.01$) y su coeficiente es de signo positivo. Además, el estadístico de Wald indica que, tras la inclusión de los controles y de todas las variables independientes, el género constituye el elemento con mayor peso explicativo en el modelo. En cuanto a la medición exacta de cómo influye el género en el tipo de cierre señalar que, como hemos comentado anteriormente, los coeficientes B no tienen una interpretación directa en

términos de Probabilidad, por lo que utilizaremos el $\text{Exp}(B)$. Así, la última columna del modelo 2 indica que el “*Odds Ratio*” de cerrar de forma voluntaria para una mujer emprendedora es ($\text{Exp}(0,893)=2,442$) dos veces mayor que para un hombre emprendedor. Dicho de otra manera, el ser mujer incrementa la razón de probabilidad del cierre voluntario del 144%.

Por otra parte, nuestros resultados indican que, de acuerdo con la Hipótesis 10, la situación matrimonial condiciona en gran parte la probabilidad de cierre voluntario. En concreto, es $\text{Exp}(0,981)=2,66$ veces más probable que este tipo de cierre ocurra en el caso de los emprendedores casados que en el de los emprendedores solteros, divorciados o viudos.

Sin embargo, dos de las variables independientes introducidas en el Modelo 2 resultaron no significativas. En concreto, el número de hijos no parece guardar relación, a primera vista, con el carácter voluntario o involuntario del cierre empresarial, por lo que se rechaza la Hipótesis 11. Asimismo, una vez controladas por el resto de las variables independientes, el carácter familiar de la empresa no parece incidir en el tipo de cierre. Además, el signo del coeficiente de esta variable muestra que el efecto ocurre en la dirección opuesta a lo propuesto por nuestro modelo teórico. Por lo tanto, rechazamos la Hipótesis 12. Sin embargo, tal y como veremos en el próximo apartado, la interacción de esta variable con el género sí parece provocar una reducción en la probabilidad de cierre voluntario.

B. Análisis del efecto moderador del género

La Tabla 27 ofrece los resultados para el contraste de las Hipótesis 13a, 13b y 13c, que analizan el efecto moderador del género, es decir, cómo este influye sobre la importancia del entorno familiar en la decisión voluntaria de cierre de un negocio.

Estimación de la bondad del ajuste: Tal y como muestra el Modelo 3, la introducción de los términos de interacción, tras controlar por las variables de control y por los efectos directos de las variables independientes, supone un incremento significativo de casi el 20% en la varianza explicada de la variable dependiente, puesto

que el coeficiente de Nagelkerke aumenta con respecto al segundo modelo hasta alcanzar 0,280.

Tabla 27 - Regresión logística: análisis del efecto moderador del género

Variables	Modelo 3			
	Coefficiente B	Estadístico Wald	Sig.	Exp (B)
Constante	-2,681	10,329		,068
Edad (estandarizada)	-,420	5,240	*	,657
Edad (estandarizada) ²	-,308	3,003	t	,735
Experiencia previa en el sector	,299	4,122	*	1,349
Educación Superior	1,348	1,561	**	3,848
Capital/ingresos	,097	,583		1,101
Antigüedad de la empresa	,104	,622		1,109
Sector				
• Transformador	-,413	,198		,661
• Servicios a empresas	-,216	,048		,806
• Orientado al consumo	-,464	,276		,628
Desempeño Inferior	,318	,615		1,374
Desempeño Superior	,324	,568		1,383
Género	,761	,733	***	2,140
Situación matrimonial	,234	,135	*	1,264
Numero de hijos	-,070	,065	*	,933
Empresa familiar	,802	2,017		2,229
Género X Situación matrimonial	1,517	2,528	t	4,559
Género X N° de hijos	,370	1,026		1,448
Género X Empresa familiar	-1,410	3,777	*	,244
-2 Log de verosimilitud			217,137	
Chi-cuadrado			44,443	
Nagelkerke R ²			,280***	

Variable dependiente: cierre voluntario 1 = Si ; 0 = No (valor de referencia 0)

Estadísticamente significativo al nivel: t = .10; * = .05; ** = .01.; ***=.001

Además se confirma que la introducción de los términos de interacción en el modelo 3 contribuye de forma significativa a la capacidad explicativa del mismo puesto

que la diferencia entre las chi-cuadrados de los modelos 2 y 3 arrojan un resultado $44,443 - 36,521 = 7,923$ estadísticamente significativo al 95% ($p \leq 0.05$).

También podemos observar que hay una reducción del -2Log de verosimilitud en el modelo 3 en relación al modelo 2 que alcanza en este caso 217,137, por lo que se obtiene un mejor ajuste del modelo final.

Interpretación de los coeficientes: Tal y como predice la Hipótesis 13a, el estatus matrimonial ejerce un efecto positivo sobre la relación entre género y cierre voluntario, de modo que, las probabilidades de que una mujer emprendedora que está casada cierre voluntariamente su negocio son 4,5 veces mayores que aquellas que son solteras, viudas o divorciadas. El bajo nivel de significatividad estadística ($p < 0.10$), nos invita no obstante a aceptar la hipótesis H13a con cautela.

Asimismo, el efecto significativo que supone la introducción de la interacción entre la variable que mide el género del emprendedor y el estatus familiar de la empresa, así como el signo negativo del coeficiente ($B = -1,410$, $p < 0.05$), confirman la Hipótesis 13c. De este modo, se confirma que las probabilidades de cerrar de forma voluntaria serán un $\text{Exp}(-1,410) = 0,244$ menores en una empresa familiar liderada por una mujer que en una empresa familiar dirigida por un hombre. Dicho de otra manera, la probabilidad de que un emprendedor familiar cierre su negocio por razones distintas al performance de la misma, serán un $(1 - 0.244) = 75\%$ menores si éste emprendedor es mujer.

En cambio, no podemos decir que el género influye significativamente en la relación que existe entre el número de hijos y el tipo de cierre, dado que, pese a tener un coeficiente cuyo signo va en la dirección propuesta por la Hipótesis 13b, éste no es significativo, por lo que rechazamos dicha Hipótesis.

Estimación de las probabilidades pronosticadas: En línea con las recomendaciones de Peng y otros (2002), y como paso previo a la discusión de los resultados, procedemos a una última validación de los mismos, mediante la comprobación de la bondad del ajuste en la clasificación en cada uno de los tres modelos. Para ello analizamos la Tabla 28 que representa la tabla de clasificación donde se consignan las frecuencias en las categorías de la variable dependiente según lo observado y lo pronosticado en cada modelo.

En primer lugar es de destacar que aumenta significativamente el porcentaje global de clasificación correcta en los tres modelos evaluados en comparación con el modelo nulo que era del 52%, y que asigna todas las observaciones a la categoría más numerosa. En el modelo con las variables independientes, ésta clasificación se eleva al 64% en el modelo 1 y al 66% en el modelo final con los términos de interacción. Además, en los modelos 1 y 2 se observa un mejora gradual del porcentaje de clasificación correcta del cierre voluntario.

En el caso del modelo 3, si bien el porcentaje de clasificación global es el mismo que el del modelo anterior (66,1%), en el modelo 3 aumenta el porcentaje predicción correcta del cierre voluntario. Además, los falsos positivos y los falsos negativos son menores que en el modelo 2 (66,9% y 34,8% contra 67,6% y 35,5% respectivamente).

Tabla 28 - Tabla de clasificación

Casos Observados		Casos pronosticados		
		Tipo de cierre		Porcentaje correcto
		Voluntario	Involuntario	
Modelo nulo	Voluntario	99	0	100
	Involuntario	90	0	0
	Porcentaje global			52,4
Modelo 1	Voluntario	62	37	62,6
	Involuntario	34	59	65,6
	Porcentaje global			64,0
Modelo 2	Voluntario	67	32	67,7
	Involuntario	32	58	64,4
	Porcentaje global			66,1
Modelo 3	Voluntario	69	30	69,7
	Involuntario	34	56	62,2
	Porcentaje global			66,1

El porcentaje de predicciones correctas junto con el logaritmo de la función de verosimilitud nos permiten concluir que el modelo es estadísticamente significativo y que posee una bondad del ajuste adecuada.

A modo de resumen, podemos decir que los resultados obtenidos ofrecen evidencia a favor del efecto directo del género y de la situación matrimonial del emprendedor (H9 y H10) así como del efecto moderador del primero sobre el segundo (H13a). En relación al efecto del número de hijos sobre el tipo de cierre, los análisis

empíricos no ofrecen evidencia alguna a favor de las Hipótesis propuestas, tanto respecto de su efecto directo (H11) como en relación al posible efecto combinado con el género (H13b). Finalmente, no se confirma el efecto del estatus familiar de la empresa sobre el tipo de cierre, si bien éste efecto sí se confirma en el caso de las empresas lideradas por mujeres (H13c).

8.4. Discusión de los resultados

En primer lugar, nuestros resultados ofrecen evidencia empírica acerca de los factores personales y familiares que determinan la decisión de cierre voluntario de una empresa. En particular, se ha descrito cómo el género es una variable clave a la hora de determinar si el emprendedor puede regirse por criterios distintos a los de desempeño económico para decidir el cierre de su negocio. En este sentido, los resultados de este Capítulo se inscriben en la continuidad de lo demostrado en el Capítulo 7, al demostrarse que la percepción del éxito y la utilización de criterios subjetivos tendrán un impacto en el proceso de toma de decisiones en la empresa.

La relación entre cierre empresarial y género se revela como mucho más compleja de lo que tradicionalmente se había asumido. Hasta ahora, y en base a los estudios que alegan que las empresas lideradas por mujeres son por lo general más pequeñas, menos rentables y más lentas en crecer (Greene et al., 2003), los investigadores en el área de *entrepreneurship* habían dado por hecho que las mujeres emprendedoras tenían una tasa de fracaso empresarial más elevada que la de los hombres. Nuestro estudio demuestra que esta afirmación no es del todo cierta. Suponiendo que la tasa de cierre de las empresas lideradas por mujeres fuera superior a las que están lideradas por hombres, lo que nuestros resultados demuestran de forma inequívoca es que este cierre se debe a menudo a una ***decisión voluntaria*** que no viene impuesta por la falta de rentabilidad económica de la empresa. Esta afirmación viene desmotrada por la verificación de la Hipótesis 9, que establece que, para un mismo nivel de desempeño económico, las mujeres emprendedoras serán más propensas que los hombres emprendedores a cerrar o a renunciar de forma voluntaria a su empresa.

Una reflexión adicional se deriva de este hallazgo: tal y como hemos podido comprobar a partir de los resultados del Capítulo 7, el efecto del género en la percepción subjetiva del éxito actúa en empresas nacientes y desaparece para la etapa ulterior en la que la empresa está consolidada. Sin embargo sí vemos claramente un efecto de género en el cierre empresarial voluntario. La co-existencia de estos resultados podría estar indicando la existencia de un efecto de selección natural en el que, para perdurar en el mercado, resulta necesario acabar dando prioridad, tarde o temprano, a los criterios financieros del éxito. En el caso de las mujeres emprendedoras podríamos estar ante el hecho de que aquellas mujeres que continúan a valorar los criterios intrínsecos por encima de los financieros decidan no continuar con la empresa y abandonarla o cerrarla⁴⁴.

Por otra parte, los resultados demuestran que conocer la situación familiar del emprendedor aporta información adicional sobre las expectativas que éste tiene en relación a su empresa, información que no se obtiene de considerar exclusivamente su sexo. Que para el caso el emprendedor estas expectativas tengan un componente no-económico que aumenta a medida que aumentan las responsabilidades familiares parece un resultado lógico. Sin embargo, es la primera vez que se ofrece evidencia empírica en base a la que apoyar este razonamiento. Así, la Hipótesis 10 demuestra que los emprendedores que están casados son más propensos a cerrar o a renunciar de forma voluntaria a un negocio que tenga niveles de rentabilidad aceptables.

No obstante, nuestros resultados no nos han permitido confirmar la influencia negativa del carácter familiar de la empresa en la probabilidad de cierre voluntario por parte de su fundador. Una posible explicación a este resultado la podemos encontrar en las relaciones entre los familiares que componen la empresa, y que pueden tener resultados contradictorios sobre la supervivencia de la misma. Como ya se comentó, y a diferencia de la empresa tradicional, donde las personas ejercen un papel de medio para conseguir los fines (Chandler, 1990), en la empresa familiar, las personas, con sus emociones y sus relaciones, son la razón de ser del sistema (Kepner, 1983). Derivado de ello, un objetivo importante en las empresas familiares es el mantenimiento del buen clima y la ausencia de conflicto entre sus miembros (Sandig, 2004; Taguiri y Davis,

⁴⁴ Es importante precisar no obstante que no estamos sugiriendo la existencia de una selección por parte del mercado, que elimina a aquellas emprendedoras que dan prioridad a valores subjetivos, sino más bien de una auto-selección, es decir, una retirada voluntaria del mercado ante la desilusión respecto a los retornos no-económicos que aporta la actividad emprendedora.

1996). Este objetivo implica que unas relaciones conflictivas entre los socios familiares pueden provocar la disolución de la empresa pese a ser ésta rentable económicamente (Amat, 2000). En este caso, estaríamos frente a una situación en la que el emprendedor cierra de forma voluntaria la empresa debido precisamente al deterioro de los lazos emocionales en los que ésta se sustenta. Este efecto positivo sobre el cierre voluntario compensaría el efecto negativo planteado en la Hipótesis 12, resultando en un efecto global nulo.

Por otro lado, tal y como establecen las hipótesis H13a y H13c, se ha mostrado que el estatus matrimonial del emprendedor no actúa de forma aislada, sino que es su interacción con el género lo que realmente ejerce un efecto sobre el tipo de cierre. Esto refuerza el argumento de que en las mujeres integran en su vida profesional consideraciones de índole familiares en mayor medida que los hombres. Asimismo, la menor probabilidad de que una empresa familiar dirigida por una mujer cierre por razones distintas a la rentabilidad económica, se podría explicar por la mayor capacidad de las mujeres para mantener y reforzar los lazos socioemocionales y minimizar los conflictos entre los miembros de una familia. Dicho de otra manera, el riesgo de disolución de la empresa a raíz de desacuerdos familiares disminuiría en presencia de un liderazgo femenino.

Una segunda explicación a los hallazgos relacionados con el efecto directo e indirecto del género se puede encontrar en la literatura incipiente acerca del concepto de la *propiedad psicológica* que los fundadores sienten respecto con a su empresa (Pierce, 2003), y que sugiere que la propiedad juega un papel fundamental en la identidad de las personas (Dittmar, 1992). Algunos estudios se basan en efecto en esta perspectiva para afirmar que los hombres se identifican de forma mucho más intensa con sus empresas que las mujeres (ver por ejemplo Johnson, Morgeson, Ilgen, Meyer, y Lloyd, 2006). En consecuencia, se podría considerar que debido a su menor vinculación psicológica con respecto a sus empresas, las mujeres emprendedoras son más propensas a renunciar a las mismas de forma voluntaria.

Ahora bien, queda por profundizar en la explicación de porqué no se ha podido aceptar las Hipótesis 11 y 13b, que establecían un efecto directo y moderado del número de hijos en la decisión voluntaria del cierre empresarial. Es posible, en línea con lo demostrado en el Capítulo 7, que sea necesario separar el efecto de hijos dependientes

por un lado y el de los independientes por otro, cuyos efectos se estén probablemente anulando mutuamente.

Más allá de las implicaciones que este resultado tiene para el estudio del cierre empresarial, la confirmación del efecto significativo de las variables acerca de la situación familiar del emprendedor una vez controlado el efecto de otras variables individuales y empresariales contribuye a ampliar la base teórica de la Teoría del Umbral, al incorporar la situación matrimonial y el carácter familiar de la empresa al conjunto de variables que determinan la probabilidad de cierre voluntario frente al fracaso. Por último, este resultado refuerza con evidencia empírica la propuesta conceptual aportada por otros estudios realizados recientemente en relación a la importancia de integrar de “family embeddedness” en el análisis del proceso emprendedor (Cliff et al., 2005).

CAPITULO 9. CONCLUSION GENERAL

9.1. Conclusiones y contribuciones del estudio

9.1.1. Conclusiones generales

La presente Tesis ha analizado, en el contexto particular de la actividad emprendedora, **cómo influye el género y el entorno familiar** del emprendedor en su manera de percibir el éxito, así como **qué consecuencias** tienen estas características personales sobre la decisión de éste de abandonar o renunciar de forma voluntaria a su empresa. Al tratar de acometer estos objetivos este trabajo ha producido varios resultados interesantes a partir de los cuales planteamos una serie de conclusiones generales:

- *El carácter multidimensional del éxito y la diferencia entre lo subjetivo y lo femenino:* En primer lugar se ha demostrado que la percepción subjetiva del éxito es una noción compleja que engloba dos dimensiones distintas: la dimensión intrínseca del éxito, que está relacionada con valores femeninos (flexibilidad laboral, dar trabajo a otros, satisfacción personal en el trabajo, etc.), y la dimensión de independencia, que es de tipo masculino (ser su propio jefe). Cada una de estas dimensiones responde a una lógica diferente e interactúa de forma distinta con el género del emprendedor.
- *El efecto directo del género en la percepción del éxito:*
 - ✓ El género no influye *per se* en los criterios femeninos de valoración del éxito. En contra de lo asumido por la literatura previa, en esta Tesis argumentamos y demostramos que los criterios femeninos, encarnados en la dimensión intrínseca del éxito, no están directamente relacionados

con el género y que la tendencia de un emprendedor a valorar dichos criterios depende más bien de varios factores de contingencia.

- ✓ En cambio, el género sí influye en algunos criterios masculinos: existe un efecto directo del género en la percepción del éxito como independencia. Nuestra Tesis doctoral permite establecer una distinción entre los valores de independencia y los de flexibilidad laboral, cuando la literatura previa los había tratado como una única dimensión. Esta distinción es importante pues, en contra de lo tradicionalmente asumido, las metas no-económicas perseguidas por las mujeres emprendedoras no guardan relación únicamente con su deseo de conciliar trabajo y familia. Este trabajo sugiere que la actividad emprendedora constituye sobre todo una forma de superar el techo de cristal contra el cual éstas se topan en el mundo corporativo.
 - ✓ Existe un efecto directo del género en la decisión voluntaria del cierre empresarial. Estos resultados concuerdan con el estudio exploratorio de Bates (2005) y sugieren que a diferencia de lo asumido por gran parte de los expertos en el tema, las empresas dirigidas por mujeres no están más abocadas al fracaso que aquellas que son lideradas por hombres.
- *El efecto moderador del género:* Más allá del efecto directo, los resultados hallados en esta Tesis permiten destacar el efecto moderador o indirecto del género, a través de su distinta influencia en el impacto de la situación familiar en la percepción del éxito.
 - ✓ Si bien las mujeres emprendedoras no valoran las metas intrínsecas en mayor medida que los emprendedores, el efecto de género sí se activa con la presencia de hijos dependientes.
 - ✓ Asimismo, el género del emprendedor interactúa con su situación familiar modificando la influencia de la misma sobre la probabilidad de cierre voluntario. Esto refuerza el argumento de que las mujeres integran en su vida profesional consideraciones de índole familiar en mayor medida que los hombres.

- *Importancia de los factores de contingencia en la percepción del éxito:* Por otra parte, esta investigación demuestra cómo cambian los valores y las metas profesionales de los emprendedores entre el momento en el que dirigen una iniciativa nueva o naciente y aquel en el que gestionan una empresa consolidada. En este sentido, la fase de desarrollo en la que se encuentra la iniciativa emprendedora representa un importante factor de contingencia que influye en la prioridad asignada por el emprendedor respecto de sus metas profesionales y personales.
 - ✓ Pese a su inclinación por preocuparse por asuntos familiares y por favorecer las relaciones sociales dentro de su empresa, los emprendedores y las emprendedoras con hijos dependientes que dirigen una empresa establecida tenderán a adherirse a los estándares de éxito financiero y de valoración de lo económico.
 - ✓ Lo mismo sucede respecto a la importancia dada por las mujeres emprendedoras a la independencia como meta no-económica. Este efecto del género actúa en el caso de las empresas nacientes pero desaparece pasada la fase inicial de consolidación de las mismas.

- *Las mujeres emprendedoras como un grupo heterogéneo y diverso:* de lo expuesto anteriormente se deriva que los resultados proporcionados en esta Tesis dan soporte a la sugerencia hecha por varios estudios de que resulta extremadamente provechoso investigar los diferentes tipos de emprendedores debido a la enorme diversidad de perfiles existentes hoy en día (Amit y Muller, 1994; Moore, 1999). De manera similar, un número creciente de investigadores empiezan a sugerir que el argumento de las diferencias de género sistemáticas puede no ser válido para todas las categorías de mujeres emprendedoras (Starr y Yudkin, 1996). En línea con estas manifestaciones, nuestro estudio permite establecer la siguiente lista ampliada – aunque no exhaustiva- de categorías de mujer emprendedora:
 - ✓ Mujer que se encuentra en una etapa incipiente de la actividad emprendedora y que busca alcanzar la independencia profesional y superar el techo de cristal encontrado en el mundo corporativo.

- ✓ Mujer que también se encuentra en una etapa incipiente de la actividad emprendedora pero que tiene hijos dependientes, y que valora los retornos intrínsecos de su trabajo.
- ✓ Mujer que se encuentra en una etapa más avanzada de la actividad emprendedora y que valora la consecución de beneficios y el lucro económico.
- ✓ Mujer que abandona de forma voluntaria una empresa porque considera demasiado elevado el coste de oportunidad de la actividad emprendedora, sobre todo si está casada.
- ✓ Mujer que dirige una empresa familiar y que lucha por su supervivencia con el objetivo de asegurar los retornos psicológicos y socioemocionales que ésta le aporta.

En lo que se refiere a los hombres, las siguientes categorías emergen de nuestro estudio:

- ✓ Hombre sin hijos dependientes que se encuentra en una etapa incipiente de la actividad emprendedora y que valora el retorno económico de la actividad emprendedora.
- ✓ Hombre que se encuentra en una etapa incipiente de la actividad emprendedora pero que tiene hijos dependientes, y que valora los retornos intrínsecos de su trabajo.
- ✓ Hombre que se encuentra en una etapa más avanzada de la actividad emprendedora, que tiene hijos dependientes y que valora la consecución de beneficios y el lucro económico.
- ✓ Hombre casado que abandona de forma voluntaria una empresa porque considera demasiado elevado el coste de oportunidad de la actividad emprendedora con respecto a la posibilidad de aceptar un empleo alternativo.

Creemos por tanto que la presente Tesis aporta una interesante contribución al confirmar clasificaciones previas (Cromie y Hayes, 1988; Goffee y Scase, 1983) de las mujeres emprendedoras y al apoyarlas empíricamente, permitiendo además ampliar el marco de análisis a los emprendedores de ambos sexos así como analizar su percepción del éxito en función de su situación familiar y del grado de consolidación de su empresa. Para ampliar estas categorías, será necesario incluir en estudios futuros otros elementos de suma importancia en la formación de las expectativas de desempeño, como es el sector de actividad, distinguiendo entre los sectores tradicionalmente femeninos y aquellos en los que la participación de la mujer es más reciente (Du Rietz y Henrekson, 2000; Rosa et al., 1996).

Llegados a este punto cabe hacer una reflexión: tanto los resultados de este trabajo de investigación como nuestra revisión de la literatura científica indican que las mujeres emprendedoras, en parte por su orientación psicológica y en parte por sus responsabilidades familiares, pueden tener una menor orientación hacia el éxito financiero que los hombres emprendedores. Esta actitud ha sido percibida hasta la fecha como algo negativo que debe de ser combatido mediante acciones de motivación y formación de las emprendedoras con el objetivo de despertar el lado ambicioso que hay en ellas.

Lo que esta visión ignora es que esta actitud cautelosa de las mujeres puede ser positiva: algunos investigadores empiezan a sugerir por ejemplo que el deseo de las mujeres de mantener el control y su mayor aversión al riesgo pueden generar menores tasas de fracaso. De hecho, esto es lo que se demuestra del estudio de Bloom (2003) al notar que, en comparación con sus homólogos masculinos, las emprendedoras holandesas exhiben cifras de bancarrota sustancialmente más bajas. Del mismo modo, se podría decir que las motivaciones no-económicas de las emprendedoras les induce a enfatizar la calidad de las iniciativas empresariales en vez de los resultados cuantitativos (Verheul, 2005), lo cual desde el punto de vista del impacto macroeconómico de la actividad emprendedora constituye un objetivo importante a perseguir. Si bien es importante reconocer que la percepción negativa que ciertas emprendedoras tienen de sí mismas puede frenar innecesariamente sus anhelos de éxito, es necesario evitar

estigmatizar a aquellos emprendedores cuyos objetivos consisten simplemente en alcanzar un equilibrio entre las distintas facetas de su vida.

9.1.2. Contribuciones a la investigación

Este trabajo realiza varias aportaciones al conocimiento científico, contribuyendo no sólo a la literatura existente sobre actividad emprendedora, sino también a aquella sobre género. En primer lugar, nuestro estudio confirma los estudios previos que señalan la importancia de las metas no-económicas derivadas de la actividad emprendedora, aportando una extensión a los mismos al separar este tipo de metas en dos categorías distintas: las metas intrínsecas y las metas relacionadas con la consecución de mayor independencia. Nuestra aproximación a la percepción del éxito se basa en unas medidas más precisas de la orientación psicológica de los propietarios de pequeñas y medianas empresas, puesto que no sólo ofrece una separación analítica en dos dimensiones subjetivas distintas, sino que además evalúa la importancia de las mismas con respecto a la remuneración económica. El resultado es la existencia de dos medidas bipolares en las que lo subjetivo y lo objetivo no son mutuamente excluyentes sino que coexisten con distintos niveles de intensidad.

Otra contribución importante de esta Tesis en este campo consiste en haber hecho uso de las evaluaciones de los propios emprendedores mientras pasaban por distintas fases de desarrollo personal y profesional (empresa incipiente o en vías de consolidación). En este sentido, nuestro trabajo se diferencia de los estudios anteriores que se basaban en información prospectiva – por ejemplo, opiniones de estudiantes de másters en administración de empresas (MBA), considerados como posibles emprendedores en el futuro- o bien en datos retrospectivos, es decir, en preguntas hechas a los emprendedores sobre sus motivaciones iniciales para crear una empresa.

Al señalar las limitaciones de las Teorías Feministas y de los estudios previos que analizan la relación entre género y desempeño empresarial, la presente Tesis contribuye a la creación de un marco teórico más completo sobre el tema: se trata de un marco que no se centra en identificar la existencia o ausencia de diferencias de género

en la rentabilidad empresarial sino que reconoce que los resultados empresariales dependen en gran medida del tipo de expectativas que tienen los emprendedores al respecto, y que el género incide en parte en la formación de dichas expectativas.

Así, esta Tesis se apoya en los postulados de la Teoría de la Identidad Social, para poner de relieve el papel desempeñado por la familia, y en particular los hijos dependientes, en la manera en la que un emprendedor percibe el éxito. Concretamente, demostramos, en base a los argumentos sobre la categorización social, que la presencia de hijos dependientes provoca un cambio en el grupo de referencia del emprendedor, lo cual incide a su vez en la conformación de sus motivaciones profesionales y en los criterios que utiliza para definir el éxito.

En este sentido, mientras que la literatura previa ha hecho hincapié en la influencia de la identidad y la socialización de género en el proceso emprendedor (Eagly, 1995; Eddleston y Powell, 2008; Fagenson, 1993; Fletcher, 1994; Fondas, 1997; Grant, 1988; Martin, 1993; Shane et al., 1991; Shepard, Mills, y Tancred, 1992), esta Tesis representa el primer estudio en haber examinado cómo la familia influye en la construcción de dicha identidad. El uso de la Teoría de la Identidad Social también resulta de utilidad para determinar si esta situación familiar tiene una influencia simétrica sobre emprendedoras y emprendedores, de tal manera que no se impone a nuestro objeto de estudio ningún arquetipo de género preestablecido.

Asimismo, y en relación a las consecuencias de esta percepción subjetiva del éxito, nuestro trabajo retoma los argumentos de la Teoría del Umbral para demostrar que, en contra de lo asumido hasta la fecha, las mujeres emprendedoras no fracasan más que los hombres, sino que renuncian de forma voluntaria a sus empresas en mayor medida que estos últimos. De este modo, contribuimos por un lado a eliminar un sesgo que existe en la literatura empresarial y económica y que consiste en equiparar cierre y fracaso, cuando la evidencia empírica demuestra que un emprendedor puede abandonar un negocio por razones estrictamente personales. Por otro lado, contribuimos a esclarecer la confusión en torno a la relación entre género y fracaso empresarial, demostrando que la familia puede provocar que las mujeres emprendedoras tengan un umbral de desempeño distinto al de sus homólogos masculinos.

Por otra parte, esta Tesis Doctoral no sólo utiliza los argumentos procedentes de otros marcos teóricos distintos a las teorías feministas para consolidar el estudio de la

mujer emprendedora, sino que además contribuye a su enriquecimiento. Nuestro estudio permite por ejemplo desarrollar la investigación sobre carreras aportando una definición del éxito más amplia de la utilizada hasta ahora, a través de la inclusión de criterios personales e internos. Asimismo, contribuye a asentar la perspectiva “family embeddedness” en el área de creación de empresas, pues no se limita a estudiar la influencia de un aspecto específico de la situación familiar del emprendedor como ha sido el caso de la mayoría de los estudios previos (DeMartino and Barbato, 2003; Huang, Hammer, Neal and Perrin, 2004; Parasuramana et al., 1996). Nuestro estudio analiza en cambio varios elementos de la situación familiar, como son el número de hijos, su edad, el estatus matrimonial del emprendedor o la implicación de los miembros de la familia en la empresa. De este modo esperamos haber ofrecido una visión mucho más completa de la influencia de la familia en el proceso emprendedor. Finalmente, esta tesis contribuye a la Teoría del Umbral, al sugerir extensiones y adaptarla a las particularidades de las mujeres emprendedoras y de los emprendedores con responsabilidades familiares, demostrando que, más allá del capital humano, existen otros factores de índole personal que pueden afectar el umbral de desempeño de un emprendedor.

9.1.3. Contribuciones a la práctica

Desde el punto de vista de la práctica empresarial, nuestros resultados contribuyen con varias aportaciones interesantes. En primer lugar, indican que las expectativas profesionales y los valores de los futuros emprendedores deberían de ser analizadas a la luz de un prisma más amplio del utilizado tradicionalmente, es decir, teniendo en cuenta sus situaciones familiares presentes y futuras. Este cambio de enfoque pasa por reconocer que la identificación de un individuo con un rol específico - sea profesional o personal- sólo refleja un conjunto de prioridades transitorias. Resulta fundamental comprender cuál de estos múltiples roles prevalece en cada etapa del desarrollo profesional de los empresarios porque este distinto nivel de compromiso hacia las esferas laboral y personal afectará la posibilidad de experimentar un conflicto entre ambos roles. Además, la relevancia de tener en cuenta la existencia de un conflicto inter-rol de cara al estudio de la actividad emprendedora radica entre otros, en que éste

ha sido relacionado positivamente con el estrés y negativamente con el éxito financiero y la satisfacción personal (Rogers, 2005).

En segundo lugar, el hecho de que el género en sí mismo no siempre distrae a los emprendedores de los objetivos financieros, como se ha podido comprobar en el Capítulo 7, tiene implicaciones importantes de cara a las instituciones financieras como pueden ser los bancos, empresas de capital riesgo o inversores informales. Hasta la fecha, la visión que ha sido sustentada por la literatura tradicional era que, invariablemente, las mujeres emprendedoras perseguían ventajas no-económicas en sus negocios, lo cual presumiblemente puede haberlas puesto en desventaja con respecto a sus homólogos masculinos a la hora de recibir apoyo financiero. Con este trabajo demostramos que este no es necesariamente el caso y que manteniendo el resto de los factores constantes, hombres y mujeres emprendedoras “están hechos de la misma madera”.

Ahora bien, es necesario precisar que, frente a ciertas contingencias familiares, algunas mujeres pueden decidir renunciar a su empresa de forma voluntaria. No obstante, esto no debería plantear un problema de cara a las instituciones financieras puesto que en ningún caso está indicando un efecto negativo de la familia sobre la rentabilidad económica de la empresa. De hecho, el abandono de la empresa puede resultar, como ya hemos explicado a lo largo de esta Tesis, en un traspaso o venta del negocio, por lo que el cierre de la empresa podría considerarse como exitoso (Bates, 2005).

Por otra parte, los resultados presentados en esta Tesis subrayan la importancia de que las instituciones de apoyo a la creación de empresas –tanto privadas como gubernamentales- reconozcan que las necesidades de los emprendedores son cambiantes en el transcurso de sus vidas y que, con frecuencia, éstos se enfrentan a retos particularmente importantes en el momento de constituir una familia (matrimonio, paternidad o maternidad, etc.). En este sentido, se podrían diseñar medidas de apoyo destinadas a hacer frente a esta realidad y a manejar de forma más eficiente la conciliación entre familia y trabajo.

Consideramos no obstante que los agentes privados y públicos deberían evitar aquellas acciones de conciliación dirigidas de forma exclusiva hacia las mujeres y tratar de involucrar también a los hombres puesto que nuestros resultados indican que la

presencia de hijos dependientes induce un cambio de percepción en emprendedores de ambos sexos. Al focalizarse únicamente en las mujeres emprendedores, estas medidas bien podrían estar perpetuando los estereotipos actuales que las encasillan como las únicas responsables del cuidado de los hijos (Ahl, 2002).

Las políticas encaminadas a mejorar la calidad de vida de los emprendedores y a desempeñar su labor de forma satisfactoria sin renunciar a su vida personal resultan de vital importancia para los emprendedores actuales sino que también tienen implicaciones para las futuras generaciones. Numerosos estudios señalan que desenvolverse en un entorno relacionado con la actividad emprendedora puede inspirar a las personas a convertirse en emprendedoras. Por ejemplo, si el padre o la madre proporcionan un modelo que estimula la conducta emprendedora del hijo, éste optará con mayor probabilidad por esta opción profesional (Kets de Vries, 1996; Scherer, Adams, y Wiebe, 1989) al encontrar más atractiva una ocupación con un grado elevado de independencia y flexibilidad. No obstante, para servir de ejemplo, la experiencia emprendedora familiar tiene que haber sido positiva. Un estudio realizado por Shindehutte, Morris y Brennan (2003) demuestra por ejemplo que la satisfacción o el descontento de un emprendedor con su carrera tendrá influencia sobre la medida en que sus hijos consideren el modelo profesional paterno o materno como un ejemplo positivo a seguir. Se trata pues de un tema relevante a tener en cuenta por parte de las instituciones interesadas en fomentar la cultura emprendedora en España.

9.2. Limitaciones del estudio

Algunas limitaciones que podrían afectar a la generalización de los resultados de esta Tesis son los siguientes:

En primer lugar, el tamaño muestral utilizado en el Capítulo 8 para analizar el cierre empresarial (189 ex emprendedores) puede considerarse pequeño, y por tanto la generalización de los resultados podría llegar a cuestionarse. Sin embargo, como se mencionó anteriormente la tasa de respuesta, superior al 54%, resulta relativamente elevada dadas las dificultades relacionadas con el hecho de recabar información sobre el cierre de una empresa por lo que se puede considerar aceptable el realizar inferencias a partir de los resultados obtenidos.

Otra de las limitaciones del estudio se deriva del hecho de que las variables dependientes e independientes utilizadas provienen de los datos aportados por un mismo sujeto, es decir el emprendedor. Esto podría implicar que los resultados estén afectados por la varianza común en el método (Podsakoff y Organ, 1986). A pesar de esto, existen suficientes razones para pensar que estos resultados no van a estar substancialmente afectados por este problema. En primer lugar, muchas de las variables sobre las que el emprendedor proporcionó información son variables objetivas y atributos observables tales como el estatus familiar, la antigüedad en la empresa o el sector de actividad lo que reduce la posibilidad de que exista un problema de varianza común (Doty y Glick, 1998). Además, se demostró la existencia de una cierta concordancia entre los resultados de las encuestas GEM en España y las obtenidas por diversas instituciones gubernamentales tanto españolas como europeas (De La Vega et al., 2007), lo cual refuerza la fiabilidad de la información recogida.

Como viene siendo el caso en este tipo de estudios, también existe la posibilidad de que las respuestas de los emprendedores encuestados, y por ende nuestros resultados, hayan sido afectadas por la predisposición a la deseabilidad social. No obstante, podemos afirmar que el riesgo de que esto afecte la fiabilidad de nuestros resultados es mínimo puesto que se ha demostrado que éste tipo de sesgo es poco común en los estudios que se basan en datos que contiene información individual⁴⁵ (Crampton y Wagner, 1994). Asimismo cabe recordar que varias de las predicciones se basan en interacciones, lo que disminuye el efecto que podría tener el hecho de que el emprendedor haya manipulado intencionadamente las respuestas (Brockner, Siegel, Daly, Tyler, y Martin, 1997).

En este trabajo, y siguiendo el camino trazado por la mayor parte de los estudios sobre nueva y pequeñas empresas, hemos procedido a asignar al propietario el género del que es considerado como el primer responsable de la toma de decisiones. Como observan Chell y Baines (1998), si bien es cierto que la exclusión de los casos de copropiedad mixta o su reasignación forzada a una categoría de sexo facilita la comparación directa entre la experiencia empresarial de una mujer y la de un hombre, también lo es que ésta simplificación podría ocultar la complejidad que existe en realidad en cuanto a género y gestión emprendedora se refiere, ignorando en particular la participación de las mujeres en los negocios que co-dirigen con sus esposos. No

⁴⁵ Este tipo de datos es conocido en inglés "*individual-level data*".

obstante, es preciso señalar que en caso de toma de decisión conjunta, las relaciones de género pueden ser extremadamente complicadas de interpretar (Rosa and Hamilton, 1994). De haber sido tomados en cuenta, los casos de co-propiedad mixta podrían pues haber ocultado parte de los interesantes resultados hallados en este estudio.

La generalización de los resultados a otros ámbitos geográficos podría cuestionarse pues España, como muchos otros países latinos, es considerada como un país caracterizado por una cultura más relacional en oposición a la cultura más transaccional propia de los países anglosajones⁴⁶. Las relaciones familiares basadas en la socialización de género pueden jugar un papel menos importante en las empresas de estos países occidentales, pero también pueden tener más peso en algunos países en vías de desarrollo. Además, los condicionantes específicos de los países en desarrollo hacen que debamos examinar las teorías y los estudios realizados en éstos contextos antes de aplicarlos a realidades tan distintas (Singh et al., 2001).

El hecho de que los datos sean de sección cruzada es otra de las limitaciones del estudio ya que implica que los datos relativos a los antecedentes de la percepción del éxito o al cierre empresarial y sus consecuencias fueron medidos en un instante del tiempo. Aunque las hipótesis establecen relaciones causales entre variables, esta naturaleza de la muestra implica que esta causalidad pueda ser cuestionada. A pesar de ello, parte de los inconvenientes del enfoque estático del estudio han podido ser eliminados: esto ha sido posible por ejemplo mediante la comparación de la percepción de los emprendedores durante distintas fases de su desarrollo personal (solteros, casados, sin hijos, con hijos dependientes) o del de su empresa (empresas nuevas versus empresas establecidas). De este modo, consideramos que la profundidad y cantidad de información utilizada en este estudio nos ha permitido responder de forma adecuada a los objetivos planteados.

9.3. Sugerencias de investigación para el futuro

En realidad, las conclusiones de este trabajo así como muchas de las limitaciones

⁴⁶ Por ejemplo, el estudio seminal de Hofstede (1980) clasifica a España en la categoría de países con una cultura “altamente masculina”.

citadas anteriormente plantean nuevas líneas de investigación que proponemos a continuación:

En el Capítulo 8 hemos podido comprobar cómo el estatus matrimonial aumenta las probabilidades de que un emprendedor cierre su empresa de forma voluntaria. Sin embargo esta información no ha podido ser incluida en la primera parte de nuestra encuesta, por lo que no ha sido posible comprobar cómo afecta el matrimonio las distintas percepciones del éxito de un emprendedor. Kim y Ling (2001) sugieren que el grado en el que el cónyuge del emprendedor o de la emprendedora presta apoyo moral a este último influye positivamente en su nivel de desempeño profesional y su bienestar. Asimismo, Dyer (1993) señala que si un emprendedor no recibe apoyo del cónyuge para resolver el dilema de las demandas del trabajo y de la familia, pondrá en duda la continuidad de la empresa. Esto nos lleva a suponer que el estatus matrimonial y el grado de apoyo psicológico recibido por el cónyuge podrían tener una influencia positiva sobre la valoración intrínseca del éxito, algo que será no obstante necesario comprobar en el futuro mediante un estudio empírico.

Por otra parte, el impacto del estatus matrimonial debería de ser analizado bajo el prisma de la orientación psicológica de los emprendedores con respecto a los roles de género, y la medida en que éstos adoptan una visión tradicional o moderna de los mismos. La creciente participación de la mujer en el ámbito laboral y su contribución al sustento familiar está provocando un cambio de mentalidades de las personas jóvenes con respecto a las responsabilidades familiares de ambos sexos (Schneer y Reitman, 1993; Wilkie, 1993), lo cual está generando que existan diferentes percepciones en la población en cuanto a los roles de género. Esto a su vez podría tener una influencia sobre la relación entre la situación personal del emprendedor y sus expectativas empresariales. Johnson (2005) sugiere por ejemplo que en la medida en que una mujer considera el hecho de ganar dinero como parte de su rol como madre, sus valores profesionales podrían verse afectados de la misma manera que los hombres por la llegada de un hijo. Este mismo razonamiento parece derivarse de los resultados del estudio de Kaufman and Uhlenberg (2000) sobre la relación entre paternidad y el tiempo dedicado al trabajo: los autores indican en efecto que los hombres que tenían una visión moderna de los roles de género disminuían de forma significativa el número de horas que pasaban en el trabajo en cuanto se convertían en padres. En cambio, para aquellos con

una visión más tradicional, la paternidad incurría en un aumento de la presencia en el lugar del trabajo.

Respecto a las diferencias de género halladas en este estudio, hemos podido comprobar cómo el interfaz entre rol familiar y rol profesional influye en la manera en la que hombres y mujeres definen el éxito empresarial. Según Rogers (2005), ésta forma distinta de percibir el éxito tendrá consecuencias sobre el tipo de estrategia empresarial implementada por el emprendedor. Por ejemplo, se aduce que *“las responsabilidades familiares de las mujeres les conllevarán a ajustar su política comercial a las necesidades de la familia. Así, la cantidad de viajes podrá ser reducida, la localización de la empresa modificada, las nuevas oportunidades rechazadas, un mayor número de empleados será contratado, todo ello con el objetivo de conciliar trabajo y familia”* (2005: 96). Si bien esta afirmación suena bastante lógica, lo cierto es que será necesario comprobarla empíricamente para poder considerarla como válida. Al indagar al respecto, sería además interesante averiguar si esta situación prevalece también en el caso de los hombres y si sólo son las mujeres las que pasan del dicho al hecho, y aplican estilos de gestión que son acordes con su percepción del éxito.

Además, como ya se comentó, la exploración de las diferencias de género en la percepción del éxito podría enriquecerse con un análisis comparativo entre países destacándose el efecto de los factores sociales e institucionales relacionados con la cultura, la religión, la legislación, las estructuras educativas y las políticas familiares. Al ser el género el resultado de la educación y de la interacción social, se trata de un concepto que varía con el tiempo y según el lugar analizado (Ahl, 2006), por lo que una replicación de nuestro estudio en un contexto distinto sería de sumo interés para confirmar la generalizabilidad de los resultados a marcos sociales diferentes.

Por otra parte, cabe señalar el interés de estudiar el impacto del tipo de cierre empresarial en la actitud posterior hacia el re-emprendimiento. Si existen distintas causas que conducen al cierre de una empresa, es de esperar que las motivaciones y las actitudes de los emprendedores en relación a las actividades relacionadas con la creación de empresas sean diferentes en función de cual haya sido la causa que les ha llevado a terminar su proyecto empresarial. ¿Están aquellos emprendedores que han cerrado una empresa por razones involuntarias menos dispuestos a re-emprender que aquellos que no han tenido la misma experiencia? Aunque intuitivamente resulte lógico

suponer que el empresario tendrá menos probabilidades de re-emprender después de haber experimentado una quiebra, existen estudios (Stam, Audrtesh, y Meijaard, 2006) que apoyan la hipótesis opuesta: son los empresarios que han cerrado por razones personales aquellos que menos interés demuestran por renovar la experiencia emprendedora mientras que aquellos que han cerrado por causas económicas son más proclives a emprender de nuevo.

Pero más importante aún, parece lógico asumir que el nivel de éxito de la experiencia emprendedora pasada va a ser un factor determinante no sólo de la probabilidad de reemprender sino del rendimiento de las actividades empresariales futuras. ¿Serán los emprendedores que han cerrado de forma voluntaria más exitosos en sus nuevas iniciativas que aquellos que habían cerrado debido al fracaso de su empresa? Además, ¿Cómo varía esta relación en función del género? Estas son preguntas importantes desde el punto de vista de la investigación en el área de *entrepreneurship*, lo cual que nos invita a ahondar en el tema contribuyendo así a aumentar nuestro conocimiento de un aspecto clave del proceso emprendedor.

En cuanto a la metodología, sería recomendable de cara al futuro replicar nuestro estudio utilizando técnicas alternativas de colección de datos, como pueden ser las técnicas de observación (Helgesen, 1995), el seguimiento y análisis longitudinal de los emprendedores para evaluar la evolución de sus percepciones a través del tiempo, la recopilación de información a partir de otros individuos involucrados en la empresa (Cliff et al., 2005), o cualquier otra técnica que permita analizar las percepciones y los valores en distintos períodos y bajo distintas contingencias.

La recopilación de datos longitudinales para analizar la evolución de la percepción de éxito de los emprendedores a lo largo del tiempo permitiría además aislar el efecto de la situación familiar del resto de factores que también podrían influir en un cambio de percepción de los emprendedores, como por ejemplo la experiencia. De hecho algunas investigaciones apuntan hacia el hecho de que las expectativas y los valores en el trabajo se modifican con el tiempo y se vuelven más realistas (Johnson, 2002; Shu y Marini, 1998).

Finalmente, y en cuanto al objeto de nuestro estudio, proponemos la conveniencia de introducir en el análisis las empresas de género mixto, es decir aquellas cuya propiedad y gestión está compartida por emprendedores de ambos sexos. Sin

embargo, y dada la ya mencionada complejidad que podría resultar de la interpretación del proceso de toma de decisiones en las empresas compuestas por “partenariados”, será necesario establecer una desagregación pormenorizada de las muestras estudiadas en función del tipo de propiedad o co-propiedad en cuestión.

Como se ha mencionado en varias ocasiones, la presente Tesis Doctoral pretende ser un primer paso en la comprensión de la relación entre género, familia y éxito empresarial con la esperanza de que, con el tiempo, la realización de nuevas investigaciones en otros contextos, en otros momentos del tiempo, utilizando distintos instrumentos u otras unidades de análisis, arrojen nueva evidencia sobre este tema, cuya trascendencia para la economía española es, a la vista de todo lo expuesto a lo largo de esta Tesis Doctoral, innegable.

BIBLIOGRAFÍA

Acs, Z. J., Arenuis, P., Hay, M., y Minniti, M. (2004). *Global Entrepreneurship Monitor. Executive Report 2004*. Boston, USA: Babson College y London Business School.

Acs, Z. J., y Audretsch, D. B. (1987). Innovation, market structure, and firm size. *Review of Economics and Statistics*, 69(4), 567-574.

Adler, N., y Powell, G. N. (1999). Global leaders: Women of Influence. In *Handbook of gender & work* (pp. 239–262). Thousand Oaks, CA: Sage.

Aguinis, H. (2004). *Regression analysis for categorical moderators*. New York: The Guilford Press.

Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595-621.

Ahl, H. J. (2002). *The making of the female entrepreneur. A discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship*. Tesis Doctoral, Jönköping University, Jönköping.

Aldrich, H. (2000). *Organizations Evolving*. New York: Sage Publications.

Aldrich, H., Hagan, O., Rivchun, C., y Sexton, D. (1989). Networking among women entrepreneurs. In O. Hagan y D. Sexton (Eds.), *Women Owned Businesses* (pp. 103-132). New York: Praeger.

Aldrich, H., y Waldinger, R. (1990). Ethnicity and entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 16, 111-135.

Aldrich, H. E., y Auster, E. (1986). Even Dwarfs Started Small: Liabilities of Age and Size and Their Strategic Implications. In B. Staw y L. L. Cummings (Eds.), *Research in Organizational Behavior* (Vol. VIII, pp. 165-198). Greenwich, CT: JAI Press.

Aldrich, H. E., y Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573-596.

Aldrich, H. E., y Langton, N. (1998). *Human resource management and organizational life cycles*. Paper presentado en el Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC) Babson Park, MA.

Aldrich, H. E., y Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. In D. Sexton y R. Smilor (Eds.), *The Art and Science of Entrepreneurship* (pp. 3-23). New York: Ballinger.

Álvarez, S. A., y Meyer, G. D. (1998). *Why do women become entrepreneurs?* Paper presentado en el Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC), New Venture Development Faculty of Management, Canada.

Amat, J. (2000). *La continuidad de la empresa familiar*. Barcelona: Editorial Gestión.

Amburgey, T. L., y Rao, H. (1996). Organizational ecology: Past, present and future directions. *Academy of Management Journal*, 39, 1265-1286.

Amit, R., y Muller, E. (1994). *"Push" and "Pull" entrepreneurship*. Paper presentado en el Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC), Wellseley, MA.

Anker, R. (1997). La Segregación Profesional entre Hombres y Mujeres. Repaso de las Teorías. *Revista Internacional del Trabajo*, 116(3), 343-370.

Anna, A. L., Chandler, G. N., Jansen, E., y Mero, N. P. (2000). Women business owners in traditional and non-traditional industries. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 279-303.

Arenius, P., y Minniti, M. (2005). *Perceptual variables and Nascent entrepreneurship*. Paper presentado en el GEM 2005 Conference, Budapest.

Ashforth, B., y Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14, 20-39.

Audretsch, D. B. (1995). *Innovation and Industry Evolution*. Cambridge, MA: MIT Press.

Audretsch, D. B., Carree, M. A., y Thurik, A. R. (2001). Does entrepreneurship reduces unemployment?, *Discussion paper* (Vol. TI01-074/3): Erasmus University Róterdam.

Audretsch, D. B., Carree, M. A., van Stel, A. J., y Thurik, A. R. (2002). Impeded industrial restructuring: the growth penalty. *Kyklos*, 55(1), 81-97.

Audretsch, D. B., y Fritsch, M. (2002). Growth regimes over time and space. *Regional Studies*, 36, 113-124.

Audretsch, D. B., y Thurik, A. R. (2000). Capitalism and democracy in the 21st Century: from the managed to the entrepreneurial economy. *Journal of Evolutionary Economics*, 10(1), 17-34.

Audretsch, D. B., y Thurik, A. R. (2001). What is new about the new economy: sources of growth in the managed and entrepreneurial economies. *Industrial and Corporate Change*, 10(1), 267-315.

Baines, S., Wheelock, J., y Abrams, A. (1997). *Microbusinesses owner-managers in social context: household, family and growth or non-growth*. Paper presentado en el National Small Firm's Policy and Research Conference, London.

Baker, T., Aldrich, H. E., y Liou, N. (1997). Invisible entrepreneurs: the neglect of women business owners by mass media and scholarly journals in the USA. *Entrepreneurship and Regional Development*, 9, 221-238.

- Baron, R. A. (2000). Counterfactual Thinking and Venture Formation: The Potential Effects of Thinking About "What Might Have Been". *Journal of Business Venturing*, 15(1), 79–92.
- Bates, T. (1990). Entrepreneur Human Capital Inputs and Small Business Longevity. *The Review of Economics and Statistics*, 72(4), 551-560.
- Bates, T. (2002). Restricted Access to Markets Characterizes Women-Owned Businesses. *Journal of Business Venturing*, 17(4), 313-324.
- Bates, T. (2005). Analysis of young, small firms that have closed: delineating successful from unsuccessful closures. *Journal of Business Venturing*, 20(3), 343–358.
- Baum, J. A. C. (1996). Organizational ecology. In S. Clegg, C. Hardy y W. Nord (Eds.), *Handbook in Organization Studies* (pp. 77-114). Thousand Oaks, CA.: Sage.
- Baumol, W. J. (1968). Entrepreneurship in Economic Theory. *The American Economic Review*, 58(2), 64-71.
- Baumol, W. J. (1993). Formal entrepreneurship theory in economics: existence and bounds. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 197-210
- Becker, G. (1975). *El Capital Humano*. Madrid: Alianza Universidad.
- Becker, G. S. (1983). *El Capital Humano: un Análisis Teórico y Empírico Referido Fundamentalmente a la Educación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Beggs, G., Doolittle, D., y Garsombke, D. (1994). Entrepreneurship interface: linkages to race, sex and class. *Race, Class and Gender*, 1(2), 35-51.
- Belso, J. A. (2003). Discriminación de género y fomento de nuevas empresas. Conclusiones a partir de un análisis multivariante sobre las pymes valencianas de reciente creación. *Revista del Ministerio De Trabajo y Asuntos Sociales*, 41, 15-38.
- Bem, S. (1981). *Bem sex-role inventory*. Palo Alto, CA: Mind Garden.
- Berg, N. G. (1997). Gender, Place and Entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 9, 259-268.
- Bernhardt, I. (1994). Comparative advantage in self-employment and paid work. *Canadian Journal of Economics*, 27(2), 273-289.
- Berryman, J. (1981). Small Business failure and bankruptcy: a survey of the literature. *European small business journal*, 1, 47-59.
- Bielby, W. T., y Bielby, D. D. (1989). Family Ties: Balancing Commitments to Work and Family in Dual Earner Households. *American Sociological Review*, 54(5), 776-790.
- Bird, B., y Brush, C. (2002). A Gendered Perspective on Organizational Creation. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 26(3), 41-66.

- Birley, S. (1986). The Role Of New Firms, Births, Deaths And Job Generation. *Strategic Management Journal*, 7, 361–376.
- Birley, S. (1989). Female Entrepreneurs: Are They Really Any Different? *Journal of Small Business Management*, 27(1), 32-37.
- Birley, S., Moss, C., y Sanders, P. (1987). Do women entrepreneurs require differentiating? *American Journal of Small Business*, 27-35.
- Birley, S., y Westhead, P. (1994). A taxonomy of business start-up reasons and their impact on firm growth and size. *Journal of Business Venturing*, 9, 7-31.
- Blaise, R., Toulouse, J., y Clement, B. (1990). *International Comparisons of Entrepreneurial Motivation Based on Personal Equation, Hierarchical Analysis, and Other Statistical Methods*. Paper presentado en el 39th World Conference of Small Business, Washington, D.C.
- Bloom, R. J. (2003). *Vrouw in Zaken [Woman in Business]*. Amsterdam: Uitgeverij Bert Bakker.
- Boden, R. J., Jr. (1999). Flexible working hours, family responsibilities, and female self-employment: Gender differences in self-employment selection. *The American Journal of Economics and Sociology*, 58(1), 71-83.
- Boden, R. J., y Nucci, A. R. (2000). On the survival prospects of men's and women's new business ventures. *Journal of Business Venturing*, 15(4), 347-362.
- Bowen, D. D., y Hisrich, R. D. (1986). The Female Entrepreneurs: A Career Development Perspective. *Academy of Management Review*, 11(2), 14.
- Boyle, R. D., y Desai, H. B. (1991). Turnaround Strategies for Small Firms. *Journal of Small Business Management*, 29(3), 33-42.
- Bregger, J. E. (1996). Measuring self-employment in the United States. *Monthly Labour Review*, January/February, 3-9.
- Brigham, K. H., de Castro, J. O., y Shepherd, D. A. (2007). A Person-Organization Fit Model of Owner-Managers' Cognitive Style and Organizational Demands. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 29-51.
- Brockner, J., Siegel, P. A., Daly, J., Tyler, T., y Martin, C. (1997). When trust matters: The moderating effect of outcome favorability. *Administrative Science Quarterly*, 42(3), 558-583.
- Brüderl, J., Preisendorfer, P., y Ziegler, R. (1992). Survival Chances of Newly Founded Business Organizations. *American Sociological Review*, 57(2), 227-242.
- Brüderl, J., y Schüssler, R. (1990). Organizational mortality: the liability of newness and adolescence. *Administrative Science Quarterly*, 35, 530-547.
- Bruno, A., Leidecker, J., y Harder, J. (1987). Why firms fail? *Business Horizons*, 30(2), 50-58.

Brush, C., y Bird, B. (1996). *Leadership vision of successful women entrepreneurs: Dimensions and characteristics*. Paper presentado en el Babson Entrepreneurship Research Conference, Wellesley, Massachusset.

Brush, C. G. (1992). Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-31.

Brush, C. G. (1997). Women-owned businesses: Obstacles and opportunities. *Journal of developmental Entrepreneurship*, 2(1), 1-24.

Brush, C. G., Carter, N., Gatewood, E., Greene, P., y Hart, M. (2004). *Clearing the hurdles: Women building highgrowth enterprises*. New York: Financial Times/Prentice-Hall.

Buttner, E. H., y Moore, D. P. (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: Self-reported motivations and correlates with success. *Journal of Small Business Management*, 35(1), 34-46.

Buttner, E. H., y Rosen, B. (1988). Bank loan officers' perceptions of the characteristics of men, women, and successful entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 3(3), 249-258.

Calas, M. B., y Smircich, L. (1992). Using the "F" Word: Feminist Theories and the Social Consequences of Organizational Research. In A. J. Mills y P. Tancred (Eds.), *Gendering Organizational Analysis* (pp. 222-234). Newbury Park-London-New Delhi: Sage Publications.

Calas, M. B., y Smircich, L. (1996). From 'The Woman's' point of view: feminist approaches to organization studies. In S. Clegg, C. Hardy y W. Nord (Eds.), *Handbook of organization studies* (pp. 218-257). London: Sage.

Callahan-Levy, C. M., y Messe, L. A. (1979). Sex differences in the allocation of pay. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 433-446.

Caputo, R., y Dolinsky, A. (1998). Women's choice to pursue self-employment: The Role of financial and human capital of household members. *Journal of Small Business Management*, 36(3), 8-18.

Carr, D. (1996). Two paths to self-employment. *Work and Occupations*, 23, 26-53.

Carree, M., van Stel, A., Thurik, R., y Wennekers, S. (2002). Economic development and business ownership: An analysis using data of 23 OECD countries in the period 1976-1996. *Small Business Economics*, 19(3), 271-290.

Carroll, G. R. (1985). Concentration and Specialization: Dynamics of Niche Width in Populations of Organizations. *The American Journal of Sociology*, 90(6), 1262-1283.

Carroll, G. R., y Delacroix, J. (1982). Organizational Mortafity in the Newspaper Industries of Argentina and Ireland: An Ecological Approach. *Administrative Science Quarterly*, 27, 169-198.

Carter, N., y Allen, K. (1997). Size determinants of women-owned business: choice or barriers to resources? *Entrepreneurship & Regional Development*, 9, 211-220.

Carter, N. M., Brush, C. G., Greene, P. G., Gatewood, E., y Hart, M. M. (2003). Women entrepreneurs who break through to equity financing: the influence of human, social and financial capital. *Venture capital*, 5(1), 1-28.

Carter, N. M., Gartner, W., Shaver, K. G., y Gatewood, E. J. (2003). The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 13-39.

Carter, N. M., Williams, M., y Reynolds, P. D. (1997). Discontinuance among new firms in retail: The influence of initial resources, strategy, and gender. *Journal of Business Venturing*, 12(2), 125-146.

Carter, N. M., Williams, M. L., y Butler, J. E. (2003). Comparing social feminism and liberal feminism. the case of new firm growth. In J. E. Butler (Ed.), *New Perspectives on Women Entrepreneurs* (pp. 25-50). Greenwich, CT: Information Age Publishing.

Carter, S., Anderson, S., y Shaw, E. (2001). *Women's Business Ownership: A Review of The Academic Popular and Internet Literature*: Report to the Small Business service.

Carter, S., y Weeks, J. (2002). Special issue: Gender and business ownership: International perspective on theory and practice. *Entrepreneurship and Innovation*, 3(2), 81-82.

Casson, M. (1999). The Economics of Family Firm. *Scandinavian Economic History Review*, 47(1), 10-23.

Castrogiovanni, G. J., Justis, R. T., y Julian, S. D. (1993). Franchise failure rates: An assessment of magnitude and influencing factors. *Journal of Small Business Management*, 31(2), 105.

Catley, S., y Hamilton, R. (1998). Small Business Development and Gender of Owner. *Journal of Management Development*, 17(1), 75-82.

Caves, R. (1998). Industrial organization and new findings on the turnover and the mobility of firms. *Journal of Economic Literature*, 36(4), 1947-1982.

Cliff, J. E. (1998). Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes towards growth, gender and business size. *Journal of Business Venturing*, 13(6), 523-542.

Cliff, J. E., Langton, N., y Aldrich, H. E. (2005). Walking the Talk? Gendered Rhetoric vs. Action in Small firms. *Organization Studies*, 26(1), 63-91.

Cochran, A. B. (1981). Small business mortality rates: a review of the literature. *Journal of Small Business Management*, 19(4), 50-59.

Coduras, A., López, P., Justo, R., y De La Vega, I. (2004). *Global Entrepreneurship Monitor 2003 Spanish Executive Report*. Madrid: Instituto de Empresa.

Cohen, J., y Cohen, P. (1984). *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the Behavioral Sciences*. New York: Lawrence Erlbaum Association.

Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., y Aiken, L. S. (2003). *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the Behavioral Sciences* (Third ed.). Manhwau, New jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Cohen, W. M., y Klepper, S. (1992). The trade-off between firm size and diversity in the pursuit of technological progress. *Small Business Economics*, 4(1), 1-14.

Cohen, W. M., y Malerba, F. (2001). Is the tendency to variation a chief cause of progress? *Industrial and Corporate Change*, 10(3), 587-608.

Cole, R. A., y Wolken, J. D. (1995). *Financial services used by small businesses: Evidence from the 1993 National Survey of Small Business Finance* (Informe No. 81 (7)): Federal Reserve.

Coleman, S. (2000). Access to capital and terms of credit: A comparison of men and women-owned small businesses. *Journal of Small Business Management*, 38(3), 37-52.

Coleman, S. (2007). The Role of Human and Financial Capital in the Profitability and Growth of Women-Owned Small Firms. *Journal of Small Business Management*, 45(3), 303-319.

Collins-Dodd, C., Gordon, I. M., y Smart, C. (2004). Further Evidence on the Role of Gender in Financial Performance. *Journal of Small Business Management*, 42(4), 395-417.

Connelly, R. (1992). Self-Employment and Providing Child Care. *Demography*, 29(1), 17-29.

Cooper, A., Dunkelberg, W., y Woo, C. (1988). *Survival and Failure: A Longitudinal Study*. Paper presentedo en el Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC), University of Calgary, New Venture Development Faculty of Management, Canada.

Cooper, A. C. (1993). Challenges in predicting new firm performance. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 241.

Cooper, A. C., y Artz, K. (1995). Determinants of satisfaction for entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 10(6), 439-457.

Cooper, A. C., Gimeno-Gascon, F., y Woo, C. Y. (1994). Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 9, 371-395.

Cooper, A. C., Willard, G. E., y Woo, C. Y. (1986). Strategies of high-performing new and small firms: A reexamination of the niche concept. *Journal of Business Venturing*, 1(3), 247-260.

Cowan, R. S. (1983). *More Work for Mother*. New york: Basic Books.

- Crampton, S. M., y Wagner, J. A. (1994). Percept inflation in microorganizational research: an investigation of prevalence and effect. *Journal of Applied Psychology* 79(1), 67-76.
- Cramton, C. D. (1993). Is rugged individualism the whole story? Public and private accounts of a firm's founding. *Family Business Review*, 6(3), 233-261.
- Cressy, R. (1996). Pre-entrepreneurial income, cash-flow growth and survival of startup businesses: Model and tests on U.K. data. *Small Business Economics*, 8(1), 49-58.
- Cromie, S. (1991). The problems experienced by young firms. *International Small Business Journal*, 9(3), 43-61.
- Cromie, S., y Hayes, J. (1988). Towards a typology of female entrepreneurs. *The Sociological Review*, 36(1), 87-114.
- Cruz, C. (2004). *La confianza en la empresa familiar: Implicaciones para el Gobierno Corporativo*. Tesis Doctoral, Universidad Carlos III de Madrid, Madrid.
- Cruz, C., Justo, R., y De Castro, J. (2007). *Examining the moderating effect of gender and income on the relationship between family involvement and firm performance*. Paper presentado en el 3rd Workshop on Family Firms Management Research, Jonkoping, Sweden.
- Cuba, R., Decenzo, D., y Anish, A. (1983). Management Practices of Successful Female Entrepreneurs'. *American Journal of Small Business*, 8(2), 40-45.
- Chaganti, R. (1986). Management in Women-Owned Enterprises. *Journal of Small Business Management*, 24(4), 18-29.
- Chaganti, R., DeCarolis, D., y Deeds, D. (1995). Predictors of capital structure in small ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(2), 7-18.
- Chaganti, R., y Parasuraman, S. (1996). A study of the impacts of gender on business performance and management patterns in Small businesses. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 21, 73-75.
- Chandler, A. D. (1990). *Scale and scope: the dynamics of industrial capitalism*. Cambridge, MA.: Harvard University Press.
- Chell, E., y Baines, S. (1998). Does gender affect business 'performance'? A study of microbusinesses in business services in the UK. *Entrepreneurship & Regional Development*, 10(2), 117-136.
- Chi-Ching, Y. (1995). The effects of carrier salience and life cycle variables on perceptions of work-family interfaces. *Human Relations*, 48(3), 265-285.
- Chinchilla, M. N. (1997). ¿Cómo emprenden las mujeres? Motivaciones y competencias distintivas. *Iniciativa Empresarial y Empresa Familiar*, 13, 11-16.
- Chow, G. (1960). Tests of Equality Between Sets of Coefficients in Two Linear Regressions. *Econometrica*, 28(3), 591-605.

Chowdhury, S. D., y Lang, J. R. (1993). Crisis, decline, and turnaround: A test of competing hypotheses for short-term performance improvement in small firms. *Journal of Small Business Management*, 31(4), 8-17.

Chrisman, J. J., Carsrud, A. L., De Castro, J., y Herron, L. (1990). A Comparison of Assistance Needs of Male and Female Pre-Venture Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 5(4), 235-248.

Danes, S. M., y Olson, P. D. (2003). Women's role involvement in family business, business tensions and business success. *Family Business Review*, 15(1), 53-68.

Dant, R. P., Brush, C. G., y Iniesta, F. P. (1996). Participation patterns of women in franchising. *Journal of Small Business Management*, 14-28.

Davidson, M. J., y Burke, R. J. (2000). *Women in Management: Current Research Issues* (Vol. 2). London: Sage Publications.

Davidsson, P. (1991). Continued entrepreneurship: ability, need and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*, 6, 405-429.

Dbm. (2001). Career choices and challenges of younger and older workers. New York: Drake Beam Morris.

De Castro, J. O., Alvarez, S., Blasick, J., y Ortiz, M. (1997). An Examination Of The Nature Of Business Closings: Are They Really Failures? *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 260-271.

De La Vega, I., Coduras, A., Cruz, C., y Justo, R. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor 2004 Spanish Executive Report*. Madrid: Instituto de Empresa.

De La Vega, I., Coduras, A., Cruz, C., y Justo, R. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor 2005 Spanish Executive Report*. Madrid, Spain.: Instituto de Empresa Business School.

De La Vega, I., Coduras, A., Cruz, C., y Justo, R. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor 2006 Spanish Executive Report*. Madrid: Instituto de Empresa Business School.

De Noble, A. F., Dong, J., y Sanford, B. E. (1999). *Entrepreneurial self-efficacy. The Development of a measure and its relationship to entrepreneurial action*. Paper presentado en el Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC), University of South Carolina, The Darla Moore School of Business, USA.

Dejardin, M. (2000). *Entrepreneurship and Economic Growth: An obvious conjunction?* (Informe). Indiana University, Bloomington: Institute for Development Strategies.

DeMartino, R., y Barbato, R. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 815-832.

DeMartino, R., Barbato, R., y Jacques, P. H. (2006). Exploring the career/achievement and personal life orientation differences between entrepreneurs and nonentrepreneurs:

the impact of sex and dependents. *Journal of Small Business Management*, 44(3), 350-368.

DeTienne, D. R. (2008). Entrepreneurial exit as a critical component of the entrepreneurial process: Theoretical development. *Journal of Business Venturing*, In Press.

DeTienne, D. R., y Cardon, M. (2008). The impact of founder experience on the intentions for exit, *Working Paper*. Denver, USA: Colorado State University At Boulder.

Deutsch, F. M., y Saxon, S. E. (2000). Traditional ideologies, non traditional lives. *Sex Roles*, 38(5-6), 331-362.

Díaz, C., y Jiménez, J. J. (2004). *Influencia del género en la actividad empresarial: diferencias de resultados y factores de éxito*. Paper presentado en el XIV Congreso ACEDE, Murcia.

Díaz, M. C. (2000). La iniciativa empresarial femenina, *Documentos de Trabajo* (pp. 1-38): Universidad de Castilla La Mancha. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Díaz, M. C. (2006). *La influencia del género en los recursos y resultados de las pequeñas empresas*. Tesis Doctoral, Universidad de Castilla-La Mancha, Albacete.

Dittmar, H. (1992). *The Social Psychology of Material Possessions: To have is to be*. New York: St Martin's Press.

Doeringer, P. B., y Piore, M. J. (1985). *Mercados Internos de Trabajo y Análisis Laboral*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

Dolinsky, A. L., Caputo, R. K., Pasamarty, K., y Quazi, H. (1993). The Effects of Education on Business Ownership: A Longitudinal Study of Women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43-53.

Doosje, B., Spears, R., y Ellemers, N. (2002). Social identity as both cause and effect: The development of group identification in response to anticipated and actual changes in the intergroup status hierarchy. *British Journal of Social Psychology*, 41(1), 57-76.

Doty, D. H., y Glick, H. G. (1998). Common methods bias: Does common methods variance really bias results? *Organizational Research Methods*, 1(4), 374-406.

Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper & Row Publishers.

Du Rietz, A., y Henrekson, M. (2000). Testing the female underperformance hypothesis. *Small Business Economics*, 14(1), 1-10.

Duchesneau, D. A., y Gartner, W. B. (1990). A profile of new venture success and failure in an emerging industry. *Journal of Business Venturing*, 5, 297-312.

- Dumas, C. (1989). Understanding of father-daughter and father-son dyads in family-owned business. *Family Business Review*, 2(1), 31-46.
- Dumas, C. (1992). Integrating the daughter into family business management. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 16(4), 41-46.
- Duncan, J. W., y Handler, D. P. (1994). The misunderstood role of small business. *Business Economics*, 29(3), 7-13.
- Dutz, M. A., Ordober, A. J., y Willig, R. D. (2000). Entrepreneurship, access policy and economic development: Lessons from industrial organization. *European Economic Review*, 44, 739-747.
- Dyer, W. G. J. (1993). *The Entrepreneurial Experience: Confronting Career Dilemmas of the Start-up Executive*. San Francisco, C.A.: Jossey-Bass.
- Eagly, A. H. (1995). The science and politics of comparing women and men. *American Psychologist*, 50, 145-158.
- Eagly, A. H., y Karau, S. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Bulletin*, 109(3), 573-598.
- Eddleston, K. A., y Powell, G. N. (2008). The role of gender identity in explaining sex differences in business owners' career satisfier preferences. *Journal of Business Venturing*, 23(2), 244-256.
- Ehlers, T. B., y Main, K. (1998). Women and the false promise of micro-enterprise. *Gender and Society*, 12(4), 424-440.
- EIM/ENSR. (1997). *The European Observatory for SMEs; fifth annual report*. Zoetermeer: EIM Business and Policy Research.
- Ellemers, N. (1993). The influence of socio-cultural variables on identity enhancement strategies. *European Review of Social Psychology*, 4, 27-57.
- Ellemers, N., De Gilder, D., y Haslam, S. A. (2004). Motivating individuals and groups at work: A social identity perspective on leadership and group performance. *Academy of Management Review*, 29, 459-478.
- England, P., y McCreary, L. (1987). Integrating Sociology and Economics to Study Gender and Work. In A. Stromberg, L. Larwood y B. Gutek (Eds.), *Women and Work: An Annual Review* (Vol. 2, pp. 143-172). Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Entrialgo, M., Fernández, E. Y., y Vázquez, C. (2000). Implication Of Managerial Knowledge Diversity: Some Spanish Evidence. *Journal Of Entrepreneurship*, 9(1), 35-48.
- Entrialgo, M., Fernández E., y Vázquez, C. (2000). Linking Entrepreneurship To Strategic Management: Evidence From Spanish SMES. *Technovation*, 20, 427-436.

Entrialgo, M., Fernández E., y Vázquez, C. (2001). The Effect of Organizational Context on SME Entrepreneurship: Some Spanish Evidence. *Small Business Economics*, 16, 223-236.

Escobar, M., Filardo, C., y Ferrer, A. (2006). *Autoempleo y actividades empresariales de las mujeres en España*. Madrid: Instituto de la Mujer, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

ESPACIOPYME. (2001). *Especial Mujer Emprendedora*. Madrid: ESPACIOPYME.

European Commission. (2002). *Good practices in the Promotion of Female Entrepreneurship; Examples from Europe and Other OECD Countries*. Brussels: European Commission, Enterprise Directorate General and Austrian Institute for Small Business Research.

Evans, P., y Bartolome, F. (1984). The changing pictures of the relationship between career and family. *Journal of Occupational Behavior*(5), 9-21.

Fagenson, E. A. (1993). Personal value systems of men and women entrepreneurs versus managers. *Journal of Business Venturing*, 8(5), 409-430.

Fagenson, E. A., y Marcus, E. C. (1991). Perceptions of the Sex Role Stereotypic Characteristics of Entrepreneurs: Women's Evaluations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15.

Fama, E. F., y Jensen, M. C. (1983). Separation of ownership and control. *Journal of Law and Economics*(26), 327-349.

Fasci, M. A., y Valdez, J. (1998). A performance contrast of male- and female-owned small accounting practices. *Journal of Small Business Management*, 36(3), 1.

Felmlee, D. H. (1984). A dynamic analysis of women's employment exists. *Demography*, 21, 171-183.

Fenwick, T., y Hutton, S. (2000). *Women crafting new work: the learning of women entrepreneurs*. Paper presentedo en el 41st Annual Adult Education Research Conference Vancouver, B.C.

File, K. M., Prince, R. A., y Rankin, M. J. (1994). Organizational buying behavior of the family firm. *Family Business Review*, 7(3), 263-372.

Fischer, E. (1992). Sex differences and Small Business Performance among Canadian retailers and Service Providers. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 9(4), 2-13.

Fischer, E. M., Reuber, R. A., y Dyke, L. S. (1993). A theoretical overview and extension of research on sex, gender, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8(2), 151-168.

Fletcher, J. K. (1994). Castrating the female advantage. *Journal of Management Inquiry*, 3(1), 74-82.

- Fondas, N. (1997). Feminization unveiled: Management qualities in contemporary writings. *Academy of Management Review*, 22(1), 257-282.
- Fredland, J. E., y Morris, C. E. (1976). A cross section analysis of small business failure. *American Journal of Small Business*, 1, 7-17.
- Gaerdner, S. L., Mann, J., Murrell, A., y Dovidio, J. F. (1989). Reducing intergroup bias: The benefits of recategorization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 239-249.
- Gagné, M., y Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational Behavior*, 26, 331-362.
- Galve-Górriz, C., y Salas-Fumás, V. (2003). *La empresa familiar en España. Fundamentos Económicos y Resultados*: Fundación BBVA.
- Galloway, L., Brown, W., y Arenius, P. (2002). Gender-based Differences in Entrepreneurial Behaviour: A comparative examination of Scotland and Finland. *International Journal of Entrepreneurship & Innovation*, 3(2), 109-120.
- Ganguly, P. (1985). *UK Small Business Statistics and International Comparisons*. London: Harper & Rowe.
- Ganzach, Y. (1998). Intelligence and Job Satisfaction. *Academy of Management Journal*, 41, 526-539.
- Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *American Small Business Journal*, 11-31.
- Gaskill, L. R., Van Auken, H. E., y Manning, A. R. (1993). A factor analytic study of perceived causes of small business failure. *Journal of Small Business Management*, 31(4), 18-31.
- Gersick, K. E. D. J. A. H. M. L. I. (1997). *Generation to generation: life cycles of the family business*. Boston: Harvard Business School Press.
- Gilligan, C. (1982). *In a Different Voice*. Cambridge, MA: Harvard university Press.
- Gimeno, J., Folta, T. B., Cooper, A. C., y Woo, C. Y. (1997). Survival of the fittest? Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming firms. *Administrative Science Quarterly*, 42(4), 750-783.
- Goffee, R., y Scase, R. (1983). Business Ownership and Women's Subordination: A Preliminary Study of Female Proprietors. *The Sociological Review*, 31(4), 625-648.
- Goffee, R., y Scase, R. (1986). Women Business Start-Up and Economic recession. In Donckels y Meijer (Eds.), *Women in Small Business: Focus in Europe* (pp. 21-32). New Hampshire.
- Gomez-Mejia, L. R., Larraza-Kintana, M., y Makri, M. (2003). The Determinants of Executive Compensation in Family-Controlled Public Corporations. *Academy of Management Journal*, 46(2), 226-237.

- Gomez-Mejia, L. R., Nunez-Nickel, M., y Gutierrez, I. (2001). The role of family ties in agency contracts. *Academy of Management Journal*, 44(1), 81-95.
- Gracie, S. (1998, June). In The Company of Women; Women Entrepreneurs Thrive in Business. *Management Today*.
- Grant, J. (1988). Women as manager: what they can offer to organizations. *Organizational Dynamics*, 16(1), 56-63.
- Green, E., y Cohen, L. (1995). Women's Business –Are Women Entrepreneurs Breaking New Geound or simply Balancing the Demands of Women's Work in a New Way? *Journal of gender Studies* 4(3), 297-314.
- Greene, P. G., Hart, M. M., Gatewood, E. J., Brush, C. G., y Carter, N. M. (2003). *Women Entrepreneurs: Moving Front and Center: An Overview of Research and Theory*. Florida: Coleman Foundation.
- Greenfield, S., Strickon, A., y Aubey, R. T. (Eds.). (1979). *Entrepreneurs in CulturalContext*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Greenhaus, J. H., y Callanan, G. A. (1994). *Career management*. Ft. Worth, TX: The Dryden Press.
- Greer, M. J., y Greene, P. G. (2003). Feminist theory and the study of entrepereneuship. In J. E. Butler (Ed.), *New perspectives on women entrepreneurs* (pp. 1-24). Greenwich, CT: Information Age Publishing.
- Gronau, R. (1988). Sex-Related Wage Differentials and Women's Interrupted Labor Careers -- The Chicken or the Egg. *Journal of Labor Economics*, 6(3), 277-301.
- Gundry, L. K., y Welsch, H. P. (2001). The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 453-470.
- Gunnerud, N. (1997). Gender, place and entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Devleopment*, 9, 12.
- Halpert, J., Wilson, M., y Hickman, L. (1993). Pregnancy as a source of bias in performance appraisals. *Journal ofOrganizational Behavior*, 14, 649-663.
- Hall, D. (1976). *Careers in organizations*. Pacific Palisades, CA: Goodyear Publishing Co.
- Hall, G. (1994). Factors distinguishing survivors from failures amongst small firms in the UK construction sector. *The Journal of Management Studies*, 31(5), 737-760.
- Hall, G., y Young, B. (1991). Factors associated with insolvency amongst small firms. *International Small Business Journal*, 9(2), 54-63.
- Handler, W. C. (1990). Succession in family firms: A mutual role adjustment between entrepreneur and next generation family members. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37-51.

Harding, R., y Bosma, N. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor: Global Report*. MA. USA and London. UK: Babson College, Babson Park and London Business School.

Harding, S. (1987). *Feminism and Methodology*. Indiana: Milton Keynes.

Harvey, J. S. J. (1999). What can the family contribute to the business? Examining contractual relationship. *Family business Review*, 7(4), 331-348.

Haslam, A. (2004). *Psychology in organizations. The social identity approach*. Londres: Sage.

Haslam, S. A., Postmes, T., y Ellemers, N. (2003). More than a metaphor: organizational identity makes organizational life possible. *British Journal of Management*, 14, 357-369.

Haslam, S. A., Powell, C., y Turner, J. (2000). Social identity, self-categorization, and work motivation: Rethinking the contribution of the group to positive and sustainable organizational outcomes. *Applied Psychology An International Review*, 49(3), 319-339.

Haswell, S., y Holmes, S. (1989). Estimating the Small Business Failure Rate: A Reappraisal. *Journal of Small Business Management*, 27(3), 68-74.

Hause, J., y du Rietz, G. (1984). Entry, industry growth and the microdynamics of industry supply. *Journal of Political Economy*, 92, 733-757.

Haynes, P. J., y Helms, M. M. (2000). When bank loans launch new ventures: A profile of the growing female entrepreneur segment. *Bank Marketing*, 32(5), 28-36.

Headd, B. (2000). *Business Success: Factors Leading to Surviving and Closing Successfully*. Washington, D.C.: Office of Advocacy, US Small Business Administration.

Heilman, M. E., y Chen, J. J. (2003). Entrepreneurship as a solution: the allure of self-employment for women and minorities. *Human Resources Management Review*, 13(2), 347-365.

Helgesen, S. (1995). One Key Strength of Women: An Emphasis on Relationships. *Small Business Forum*, 70-72.

Hérbert, R. F., y Link, A. N. (1988). *The entrepreneur Mainstream Viewus and Radical Critiques* (2nd ed.). New York: Praeger.

Hisrich, R. D. (1989). Women entrepreneurs: Problems and prescriptions for success in the future. In O. Hagan, C. Rivchin y D. Sexton (Eds.), *Women-owned Businesses* (pp. 3-32). New York: Praeger.

Hisrich, R. D., y Brush, C. (1983). *The Woman Entrepreneur: Implications of Family, Educational and Occupational Experience*. Paper presentado en el Babson College Entrepreneurship Research Conference, Wellesley, MA.

Hisrich, R. D., y Brush, C. (1984). The Woman Entrepreneur: Management Skills and Business Problems. *Journal of Small Business Management*, 22(1), 30-37.

Hisrich, R. D., y Brush, C. G. (1987). Women entrepreneurs: A longitudinal study. In C. Churchill, J. A. Hornaday, B. A. Kirchoff, O. J. Krasner y K. H. Vesper (Eds.), *Frontiers of entrepreneurial research* (pp. 187-199). Boston, MA: Babson College.

Hisrich, R. D., Brush, C. G., Good, D., y DeSouza, G. (1997). *Performance in Entrepreneurial Ventures: Does Gender Matter?* Paper presentado en el Babson Entrepreneurship Research Conference, Wellesley, Mass.

Hisrich, R. D., y O'Brien, M. (1981). *The woman entrepreneur from a business and sociological perspective*. Paper presentado en el Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC) Boston, MA.

Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Newbury Park, CA: Sage.

Hogg, M. A., y Robinson, W. P. (1996). Intragroup processes, group structure and social identity. In W. P. Robinson (Ed.), *Social groups and identities: Developing the legacy of Henri Tajfel* (pp. 65-93). Oxford: Butterworth-Heineman.

Hogg, M. A., y Terry, D. J. (2000). Social identity and self-categorization processes in organizational contexts. *The Academy of Management Review*, 25(1), 121-140.

Hogg, M. A., y Turner, J. C. (1987). Intergroup behavior, self-stereotyping and the salience of social categories. *British Journal of Social Psychology*, 26, 325-340.

Holmquist, C., y Sundin, E. (1988). *Women as entrepreneurs in Sweden: Conclusions from A survey*. Paper presentado en el Babson College Entrepreneurship Research Conference, University of Calgary, New Venture Development Faculty of Management, Canada.

Honing-Haftel, S., y Martin, L. (1986). Is the female entrepreneur at a disadvantage? *Thrust: The Journal for Employment and Training Professionals*, 7.

Huang, Y.-H., Hammer, L. B., Neal, M. B., y Perrin, N. A. (2004). The Relationship Between Work-to-Family Conflict and Family-to-Work Conflict: A Longitudinal Study. *Journal of Family and Economic Issues*, 25(1), 79-100.

Hudson, M., Smart, A., y Bourne, M. (2001). Theory and practice in SME performance measurement systems. *International Journal of Operations & Production Management*, 21(8), 1096-1115.

Hundley, G. (2001). Why women earn less than men in self-employment. *Journal of labor research*, 22(4), 817-830.

Hurley, A. (1999). Incorporating feminist theories into sociological theories of entrepreneurship. *Women in Management Review*, 4(2), 54-62.

Hutchinson, R. G., Hutchinson, A. R., y Newcomer, M. (1938). A Study of Business Mortality: Length of Life of Business Enterprises in Poughkeepsie, New York, 1843-1936. *American Economic Review*, 3, 497-514.

Iannello, K. P. (1992). *Decisions without Hierarchy: Feminist Interventions in Organization Theory and Practice*. New York, NY: Routledge.

INE. (2006). *Encuesta a la Población Activa*. Descargado en el 2008, de la página www.ine.es

Iyigun, M. F., y Owen, A. L. (1988). Risk, entrepreneurship, and human-capital accumulation. *American Economic Review Papers and Proceedings*, 88(2), 454-457.

James, J., H. (1999). What can the family contribute to business? Examining contractual relationships. *Family Business Review*, 12(1), 61-71.

Jennings, J. E., y McDougald, M. S. (2007). Work-family interface experiences and coping strategies: Implications for entrepreneurship research and practice. *Academy of Management Review*, 32, 747-760.

Jianakoplos, N. A., y Bernasek, A. (1998). Are women more risk averse? *Journal of Economic Inquiry*, 36(4), 620-630.

Johnson, M. D., Morgeson, F. P., Ilgen, D. R., Meyer, C. J., y Lloyd, J. W. (2006). Multiple professional identities: Examining differences in identification across work-related targets. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 498-506.

Johnson, M. K. (2002). Social Origins, Adolescent Experiences, and Work Value Trajectories during the Transition to Adulthood. *Social Forces*, 80(4), 1307-1340.

Johnson, M. K. (2005). Family roles and work values: Processes of selection and change. *Journal of Marriage and Family*, 67(2), 352-369.

Johnson, S., y Storey, D. (1993). Male and Female Entrepreneurs and Their Businesses: A Comparative Study. In S. Allen y C. Truman (Eds.), *Women in Business*. London: Routledge.

Joshi, H. (1990). The cash opportunity costs of childbearing: An approach to estimation using British data. *Population Studies*, 44(1), 41-60.

Jovanovic, B. (1982). Selection and the Evolution of Industry. *Econometrica*, 50(3), 649-671.

Junquera, B. (2004). Tienen menos éxito las empresas propiedad de mujeres? Una revisión de la literatura sobre la cuestión. *Información Comercial Española, Revista de economía*, 818, 245-269.

Kalleberg, A. L., y Leicht, K. T. (1991). Gender and organizational performance: Determinants of small business survival and performance. *Academy of Management Journal*, 34(1), 136-161.

- Kalleberg, A. L., Marsden, P. V., Aldrich, H. E., y Cassell, J. W. (1990). Comparing organizational sample frames. *Administrative Science Quarterly*, 35, 658-688.
- Kangasharju, A. (2000). Growth of the smallest: Determinants of small firm growth during strong macroeconomic fluctuations. *International Small Business Journal*, 19(1), 28-43.
- Kantor, P. (2002). Gender, microenterprise success and cultural context: The case of South Asia. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 131-143.
- Kaplan, E. (1988). *Women Entrepreneurs: Constructing A Framework to Examine Venture Success and Failure*. Paper presentedo en el Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC) University of Calgary, New Venture Development Faculty of Management, Canada.
- Kaufman, G., y Uhlenberg, P. (2000). The Influence of Parenthood on the Work Effort of Married Men and Women. *Social Forces*, 78(3), 931-947.
- Kepner, E. (1983). The family and the firm: A co-evolutionary perspective. *Organization Dynamics*, 57-70.
- Kets de Vries, M. F. R. (1996). *Human dilemmas in family business*. London: Routledge.
- Kim, J. L. S., y Ling, C. S. (2001). Work-family conflict of women entrepreneurs in Singapore *Women in Management Review*, 16(5), 204-221.
- Klepper, S. (2002). The capabilities of new firms and the evolution of the US automobile industry. *Industrial and Corporate Change*, 11(4), 645.
- Koenigsberg, J., Garet, M. S., y Rosenbaum, J. E. (1994). The effect of family on job exits of young adults. a competing risk model. *Work and Occupations*, 21(1), 33-63.
- Kolvareid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47-58.
- Krueger, A., y Pischke, J.-S. (1997). *Observations and conjectures on the US employment miracle*. Princeton, NJ: Mimeo, Princeton University.
- Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., y Naffziger, D. W. (1997). An Examination of owners' Goals in Sustaining Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 35(1), 24-33.
- Labich, K., y De Llosa, P. (1994). Why companies fail. *Fortune*, 130, 52-57.
- Lafuente, A., y G., L. (1988). Determinantes sectoriales del nacimiento de empresas en la industria española. *Investigaciones Económicas (Segunda Época)*, 12(2), 329-335.
- Lafuente, A., y Salas, V. (1989). Types of entrepreneurship and firms: The case of new Spanish firms. *Strategic Management Journal*, 10(1), 17-30.

- Lamolla, L. (2005a). *Emprender en femenino: la evolución de las políticas económicas locales para emprendedoras en Cataluña*. Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.
- Lamolla, L. (2005b). *Ten year's experience of local policies for female entrepreneurs in Spain*. Paper presentado en el RENT Conference nºXIX, Nápoles, Italia.
- Langan-Fox, J., y Roth, S. (1995). Achievement motivation and female entrepreneurs. *Journal of Occupational & Organizational Psychology*, 68(3), 209-218.
- Larson, A., y Starr, J. A. (1993). A network model of organization formation. *Entrepreneurship Theory Practice*, 17(2), 5-15.
- Lee-Gosselin, H., y Grise, J. (1990). Are Women Owner-Managers Challenging Our Definitions of Entrepreneurship? An In-Depth Survey. *Journal of Business Ethics*, 9(4-5), 423-433.
- Lee, T. W., y Maurer, S. D. (1999). The effects of family structure on organizational commitment, intention to leave and voluntary turnover. *Journal of Managerial Issues*(11), 493-513.
- Lerner, M., y Almor, T. (2002). Relationships among strategic capabilities and the performance of women-owned small ventures. *Journal of Small Business Management*, 40(2), 109-125.
- Lerner, M., Brush, C., y Hisrich, R. (1997). Israeli Women Entrepreneurs: An Examination of Factors Affecting Performance. *Journal of Business Venturing*, 12(4), 315-339.
- Levinson, D. J. (1986). A conception of adult development. *American Psychologist*, 41(1), 3-13.
- Liao, J. (2003). Entrepreneurial failures: key challenges and future directions. In H. P. Welsch (Ed.), *Entrepreneurship: the Way Ahead* (pp. 133-150): Routledge.
- Litz, R. A. (1995). The family business: Toward definitional clarity. *Family Business Review*, 8, 71-81.
- Litz, R. A., y Folker, C. A. (2002). When he and she sell seashells: Exploring the relationship between management team gender-balance and small firm performance. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7(4), 341-358.
- Lombard, K. V. (2001). Female self-employment and demand for flexible, nonstandard work schedules. *Economic Inquiry*, 39(2), 214-238.
- López-Zafra, E., de Amicis, C., y García Retamero, R. (2005). Liderazgo transformacional como proceso grupal: Un análisis desde la perspectiva de género. *Iberpsicología*, 10(1).
- Lord, R. G., y Maher, K. J. (1990). Alternative information processing models and their implications for theory, research and practice. *Academy of Management Review*, 15, 9-28.

- Loscocco, K. A., Robinson, J., Hall, R. H., y Allen, J. K. (1991). Gender and Small Business Success: An Inquiry into Women's Relative Disadvantage. *Social Forces*, 70(1), 65-85.
- Lucas, R. E., Jr. (1978). On the size distribution of business firms. *Bell Journal of Economics*, 9(2), 508-523.
- Lussier, R. (1995). A non-financial business success versus failure prediction model for young firms. *Journal of Small Business Management*, 33(1), 8-20.
- Lussier, R. (1996). Reasons why small businesses fail: and how to avoid failure. *The Entrepreneurial Executive*, 1(2), 10-17.
- Lussier, R., y Corman, J. (1995). There are few differences between successful and failed small businesses. *Journal of Small Business Strategy*, 6(1), 21-33.
- Lloyd-Ellis, H., y Bernhardt, D. (2000). Enterprise, Inequality and Economic Development. *The Review of Economic Studies*, 67(1), 147-168.
- MacKinnon, C. A. (1987). *Feminism Unmodified: Discourses on Life and Law*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- MacNabb, A., McCoy, J., Weinreich, P., y Northover, M. (1993). Using identity structure analysis (ISA) to investigate female entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 301-313.
- Macpherson, D. A. (1988). Self-Employment and Married Women. *Economics Letters*, 28(3), 281-284.
- Maier, M. (1999). On the gendered substructure of organization: Dimensions and dilemmas of corporate masculinity. In G. N. Powell (Ed.), *Handbook of gender and work* (pp. 69-94). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mainiero, L. A., y Sullivan, S. E. (2005). Kaleidoscope careers: an alternative explanation for the "opt-out" revolution. *Academy of Management Executive*, 19(1), 106-123.
- Marlow, S. (1997). Self-employed women: New opportunities, old challenges. *Entrepreneurship and Regional Development*, 9(3), 199-210.
- Marlow, S., y Strange, A. (1994). Female entrepreneurs- Success by whose standards? In M. Tanton (Ed.), *Women in Management: A Developing Presence* (pp. 172-184). London: Routledge.
- Martin, P. (1993). Feminism and management. In E. Fagenson (Ed.), *Women in management: Trends, perspectives and challenges* (pp. 274-296). Newbury Park, CA: Sage.
- Mattis, M. C. (2004). Women entrepreneurs: out from under the glass ceiling. *Women in Management Review*, 19(3), 154-163.

- Mayer, K., y Goldstein, S. (1961). *The first two years: Problems of small firm growth and survival*. Washington, D.C: Small Business Administration.
- McGrath, R., y Cardon, M. (1997). *Entrepreneurship and the functionality of failure*. Paper presentado en el The seventh Annual Global Entrepreneurship Research Conference, Montreal, Canada.
- McGrath, R. G. (1999). Falling forward: Real options reasoning and entrepreneurial failure. *The Academy of Management Review*, 24(1), 13-30.
- McGrath, R. G. (2006). *Rumors of my mortality have been greatly exaggerated: reconsidering the mortality hypothesis*. Paper presentado en el the Academy of Management Conference, Atlanta, GA.
- Mellahi, K., y Wilkinson, A. (2004). Organizational failure: a critique of recent research and a proposed integrative framework. *International Journal of Management Reviews*, 5/4(1), 21-41.
- Meyer, J. W., y Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structures as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83, 340-363.
- Meyer, M., y Zucker, L. G. (1989). *Permanently failing organizations*. Newbury Park, CA.: Sage.
- Miller, J. (1976). *Toward New Psychology of Women*. Boston, MA: Beacon Press.
- Minniti, M., Arenius, P., y Langowitz, N. (2005). *GEM 2004 on Women and Entrepreneurship*. Babson Park, MA, USA: Babson College and London Business School.
- Minniti, M., Bygrave, W., y Autio, E. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor. Executive Report 2005*. Boston, USA: Babson College y London Business School.
- Mirchandani, K. (1999). Feminist Insight on Gendered Work: New Directions in Research on Women and Entrepreneurship. *Gender, Work & Organization*, 6(4), 224-236.
- Mitchell, T. R., Holtom, B. C., Lee, T. W., Sablynski, C. J., y Erez, M. (2001). Why people stay: using job embeddedness to predict voluntary turnover. *Academy of Management Journal*, 44(6), 1102-1121.
- Mitchell, W. (1994). The dynamics of evolving markets: The effects of business sales and age on dissolutions and divestitures. *Administrative Science Quarterly*, 39(4), 575-602.
- Mitra, R. (2002). Thre growth Pattern of Women-Run Enterprises: An Empirical Study In India. *Jounal of Developmental Entrepreneurship*, 7(2), 217-237
- Moore, D. (1999). Women Entrepreneurs: Approaching a New Millennium. In G. N. Powell (Ed.), *Handbook of Gender and Work* (pp. 370–389). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Moore, D., y Buttner, H. (1997). *Women entrepreneurs: Moving beyond the glass ceiling*. Thousand Oaks, CA: Sage Publication.

Moore, D. P. (1990). An Examination of Present Research on the Female Entrepreneur-Suggested Research Strategies for the 1990's. *Journal of Business Ethics*, 9(4-5), 275-281.

Moore, D. P. (2005). Career paths of women business owners. In S. L. Fielden y M. J. Davidson (Eds.), *International Handbook of Women and Small Business Entrepreneurship* (pp. 33-50). USA: Edward Elgar Publishing.

Morris, M. H., Miyasaki, N. N., Watters, C. E., y Coombes, S. M. (2006). The Dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 44(2), 221-244.

Nelson, R. R. (1991). Why do firms differ, and how does it matter? *Strategic Management Journal*, 12, 61-74.

Nelson, R. R., y Winter, S. G. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge MA: Harvard University Press.

O'Neill, H., y Duker, J. (1986). Survival and failure in small business. *Journal of Small Business Management*, 24(1), 30-37.

Olson, P. D., Zuiker, V. S., Danes, S. M., Stafford, K., Heck, R. K. Z., y Duncan, K. A. (2003). The impact of the family and the business on family business sustainability. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 639-666.

Olson, S. F., y Currie, H. M. (1992). Female entrepreneurs: Personal value systems and business strategies in a male-dominated industry. *Journal of Small Business Management*, 30(1), 49-57.

Orhan, M. (2005). Why women enter into small business ownership. In S. L. Fielden y M. J. Davidson (Eds.), *International Handbook of Women and Small Business Entrepreneurship* (pp. 3-16). Heltenham, UK: Northampton, MA, USA: Edward Elgar.

Orser, B., y Hogarth-Scott, S. (2002). Opting for growth: Gender dimensions of choosing enterprise development. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 19(September), 284-300.

Parasuraman, S., Purohit, Y. S., Godshalk, V. M., y Beutell, N. J. (1996). Work and Family Variables, Entrepreneurial Career Success, and Psychological Well-Being. *Journal of Vocational Behavior*, 48(3), 275-300.

Parasuraman, S., y Simmers, C. A. (2001). Type of employment, work-family conflict and well-being: a comparative study. *Journal of Organizational Behavior*, 22(5), 551-568.

Pasanen, M. (2003). *In search of factors affecting SME performance: the case of Eastern Finland*. Tesis Doctoral, Kuopio University Publications, Kuopio.

- Pasanen, M. (2004). *Tracking small business failure factors and trajectories*. Paper presentedo en el RENT Conference, Copenhagen.
- Peng, C.-Y. J., Lee, K. L., y Ingersoll, G. M. (2002). An Introduction to Logistic Regression Analysis and Reporting. *Journal of Educational Research*, 96(1), 3-14.
- Pennings, J. M., Lee, K., y Witteloostuijin, V. (1998). Human capital, social, and firm dissolution. *Academy of Management Journal*, 41(4), 425-441.
- Perry, S. C. (2002). A comparison of failed and non-failed small businesses in the United States: Do men and women use different planning and decision making strategies? *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7(4), 415-428.
- Peters, T. (1990). The Best New Managers Will Listen, Motivate, Support= Isn't That Just Like a Woman? *Working Woman*, 216-217.
- Peterson, R., Kozmetsky, G., y Ridgway, N. (1983). Perceived Causes of Small Business Failures: A Research Note. *American Journal of Small Business*, 8(1), 4.
- Pfeffer, J., y Salancik, G. (1978). *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. New York: Harper and Row.
- Phillips, B. D., y Kirchoff, B. A. (1989). Formation, growth and survival: small firm dynamics in the U.S. economy. *Small Business Economics*, 1, 65-74.
- Phillips, D. J. (2002). A Genealogical Approach to Organizational Life Chances: The Parent-Progeny Transfer among Silicon Valley Law Firms, 1946-1996. *Administrative Science Quarterly*, 47(3), 474-506.
- Pierce, J. (2003). The state of psychological ownership: Integrating and extending a century of research. *Review of General Psychology*, 7(1), 84-107.
- Pieterman, M. A., Shaver, K. G., y Gatewood, E. J. (1993). *Expectations and entrepreneurial persistence*. Paper presentedo en el Babson College Entrepreneurship Research Conference, University of Houston, Small Business Development Center, USA.
- Pindyck, R., y Rubinfeld, D. (1991). *Econometric Models and Economic Forecasts* (Third Edition ed. Vol. Third). New York: McGraw-Hill.
- Pinfeld, J. F. (1999). *Founding a New Business - Expectations Versus Reality*. Department of Commerce, Massey University, Auckland: Working Paper Series No. 9924.
- Pleck, J. H., Staines, G. L., y Lang, L. (1980). Conflict between work and family life. *Monthly Labor Review*, 103, 29-32.
- Preisendorfer, P., y Voss, T. (1990). Organizational Mortality of Small Firms: The Effects of Entrepreneurial Age and Human Capital. *Organization Studies*, 11(1), 107-130.

- Quigley, J. M. (1998). Urban diversity and economic growth. *Journal of Economic Perspectives*, 12(2), 127-138.
- Reid, G. (1991). Staying in business. *International Journal of Industrial Organisation*, 9(4), 545-556.
- Renzulli, L. A., Aldrich, H., y Moody, J. (2000). Family Matters: Gender, Networks, and Entrepreneurial Outcomes. *Social Forces*, 79(2), 523-546.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servaias, I., et al. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24, 205-231.
- Reynolds, P., Hay, M., y Camp, R. M. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor 1999. Executive Report*. London.: London Business School and Babson College.
- Reynolds, P. D., Hay, M., Bygrave, W. D., Camp, S. M., y Autio, E. (2000). *Global Entrepreneurship Monitor. Executive Report 2000*: Kauffman Centre y London Business School.
- Ridgeway, C. L., y Correll, S. J. (2004). Motherhood as a status characteristic. *Journal of Social Issues*, 60(4), 683-700.
- Riding, A., y Swift, C. (1990). Women business owners and terms of credit: Some empirical findings of the Canadian experience. *Journal of Business Venturing*, 5(5), 327-340.
- Robb, A. M. (2002). Entrepreneurial performance by women and minorities: The case of new firms. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7(4), 383-297.
- Robinson, S. (2001). An examination of entrepreneurial motives and their influence on the way rural women small business owners manage their employees. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 6(2), 151-167.
- Rogers, N. (2005). The impact of family support on the success of women business owners. In S. L. Fielden y M. J. Davidson (Eds.), *International Handbook of Women and Small Business Entrepreneurship* (pp. 91-102). Heltenham, UK: Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Rogoff, E. G., Lee, M.-S., y Suh, D.-C. (2002). *Who Done It? Attributions By Entrepreneurs and Experts of the Causes of Small Business Success and Impeding*. Paper presentado en el USASBE Annual National Conference "An Entrepreneurial Bonanza", Reno, Nevada.
- Romanelli, E. (1989). Environments and Strategies of Organization Start-up: Effects on Early Survival. *Administrative Science Quarterly*, 34(3), 369-389.
- Romano, C. (1994). It looks like men are from Mars, women are from Venus. *Management Review*, 83(10), 7.
- Romer, P. (1994). New goods, old theory, and the welfare costs of trade restrictions. *Journal of Economic Development*, 43, 5-38.

- Ronstadt, R. (1986). Exit, stage left: why entrepreneurs end their entrepreneurial careers before retirement. *Journal of Business Venturing*, 1, 323-338.
- Rosa, P., Carter, S., y Hamilton, D. (1996). Gender as a determinant of small business performance: Insights from a British study. *Small Business Economics*, 8(4), 463-478.
- Rosenblatt, P. C., deMik, L., Anderson, R. M., y Johnson, P. A. (1985). *The family in business: Understanding and dealing with the challenges entrepreneurial families face*. San Francisco: Jossey Bass.
- Rothschild, J. (1992). *Principles of feminist trade union organizations*. Paper presentado en el Workshop on Feminist Organizations, Washington, DC.
- Roure, J., y Maidique, M. (1986). Linking pre-funding factors and high-technology venture success: an exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 1, 295-306.
- Ruef, M., Aldrich, H. E., y Carter, N. M. (2003). The structure of founding teams: Homophily, strong ties, and isolation among U.S. entrepreneurs. *American Sociological Review*, 68(2), 195-222.
- Sanchez Apellaniz, M. (2000). El empresariado femenino en Andalucía. *Boletín Económico Andaluz*, 28-29, 73-88.
- Sandig, A. G. (2004). *El desempeño en la empresa familiar: un estudio causal de los factores y variables internas*. Tesis Doctoral, ESADE, Barcelona.
- Schein, E. H. (1996). Career anchors revisited: Implications for career development in the 21st century. *Academy of Management Executive*, 10(4), 80-89.
- Scheinberg, S., y MacMillan, I. C. (1988). An 11 country study of motivations to start a business. In B. A. Kirchoff, W. A. Long, W. E. McMullan, K. H. Vesper y J. W. E. Wetzel (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 669-687). Wellesley, MA: Babson College.
- Scherer, R. F., Adams, S. S., y Wiebe, F. A. (1989). Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3), 53-71.
- Schindehutte, M., Morris, M., y Brennan, C. (2003). Entrepreneurs and Motherhood: Impacts on Their Children in South Africa and the United States. *Journal of Small Business Management*, 41(1), 94-107.
- Schneer, J. A., y Reitman, F. (1993). Effects of alternate family structures on managerial career paths. *Academy of Management Journal*, 36, 830-843.
- Schultz, T. P. (1990). Women's changing participation in the labor force: a world perspective. *Economic Development and Cultural Change*, 38(3), 457-488.
- Schumpeter, J. (1963). *Teoría del desenvolvimiento económico* (3ra ed.). México: Fondo de cultura económica.

Schumpeter, J. A. (1912). *The theory of economic development*. New York: Oxford University Press.

Sexton, D. L., y Bowman-Upton, N. B. (1990). Female and male entrepreneurs: Psychological characteristics and their role in gender-related discrimination. *Journal of Business Venturing*, 5(1), 29-36.

Sexton, E. A., y Robinson, P. B. (1989). *The Economic and Demographic Determinants of Self-Employment*. Paper presentado en el Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC), Babson, MA.

Shakeshaft, C., y Nowell, I. (1984). Research on themes, concepts and models of organisational behaviour: the influence of gender. *Issues in Education*, 2(3), 186-203.

Shane, S. (1996). Explaining variation in rates of entrepreneurship in the United States: 1899-1988. *Journal of Management*, 22(5), 747-782.

Shane, S., Kolvereid, L., y Westhead, P. (1991). An Exploratory Examination of the Reasons Leading to New Firm Formation Across Country and Gender. *Journal of Business Venturing*, 6(6), 431-446.

Shelton, B. A., y John, D. (1996). The Division of Household Labor. *Annual Review of Sociology*, 22, 241-270.

Shepard, D., Mills, A. J., y Tancred, P. (1992). Women manager's perceptions of gender and organizational life. In A. J. Mills y P. Tancred (Eds.), *Gendering Organizational Analysis*. Newbury Park, CA: Sage Publications.

Shepherd, D. A., Douglas, E. J., y Shanley, M. (2000). New Venture Survival: Ignorance, External Shocks and Risk Reduction Strategies. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 393-410.

Shragg, P., Yacuk, L., y Glass, A. (1992). Study of barriers facing Albertan women in business. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 9(4), 40-49.

Shu, X., y Marini, M. M. (1998). Gender-Related Change in Occupational Aspirations. *Sociology of Education*, 71(1), 43-67.

Singh, J. V., y Lumsden, C. J. (1990). Theory and research in organizational ecology. *Annual Review of Sociology*, 16, 161-195.

Singh, S. P., Reynolds, R. G., y Muhammad, S. (2001). A gender-based performance analysis of micro and small enterprises in Java, Indonesia. *Journal of Small Business Management*, 39(2), 174-182.

Smallbone, D. (1990). Success and Failure in New Business Startups. *International Small Business Journal*, 8(2), 34-47.

Smith-Hunter, A. (2003). *Diversity and entrepreneurship: analysing successful women entrepreneurs*. Lanham: University Press of America.

- Sommers, W. P., y Koc, H. (1987). Why Most Ventures fail (and how other's don't). *Management Review*, 76(9), 5-10.
- Sorenson, R. L. (2000). The contribution of leadership styles and practices to family business success. *Family Business Review*, 13(3), 183-200.
- Srinivasan, R., Woo, C. Y., y Cooper, A. C. (1994). *Performance determinants for male and female entrepreneurs*. Paper presentado en el Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC), Babson, MA.
- Stam, E., Audrtesh, D., y Meijaard, J. (2006). *Renasant Men or Entrepreneurship as a one-Night Stand*. Paper presentado en el Failing Forward Seminar, Brussels.
- Starr, J., y Yudkin, M. (1996). *Women Entrepreneur's: A Review of Current Research* (Informe N°15). Wellesley: Center for Research on Women.
- Sten, J. (1998). *Exit-Success or failure?* Paper presentado en el 43rd ICSB World Conference, Singapore.
- Stevenson, L. A. (1986). Against All Odds: The Entrepreneurship of Women. *Journal of Small Business Management*, 24(4), 30.
- Stewart, J. W. H., Watson, W. E., Carland, J. C., y Carland, J. W. (1998). A proclivity for entrepreneurship: a comparison of entrepreneurs, small business owners and corporate managers. *Journal of Business Venturing*, 14, 189-214.
- Still, L. V. (2005). The constraints facing women entering small business ownership. In S. Fielden y M. Davidson (Eds.), *International Handbook of Women and Small Business Entrepreneurship* (pp. 55-65). Heltenham, UK: Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Still, L. V., y Timms, W. (2000). Women's business: the flexible alternative workstyle for women. *Women in Management Review*, 15(5/6), 272-283.
- Stinchcombe, A. L. (1965). Social structures and organizations. In J. G. March (Ed.), *Handbook of Organizations*. Chicago: Rand McNally.
- Storey, D. (1994). *Understanding the small business sector*. London: Routledge.
- Storey, D., Watson, R., y Wynarczk, P. (1987). The Performance of Small Firms. In London: Croom Helm.
- Storey, D. J., Sexton, D. L., y Landström, H. (1999). Six steps to heaven: evaluating the impact of public policies to support small business in developed economies. In D. L. Sexton y H. Landström (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship* (pp. 176-194). Oxford: Blackwell.
- Swaminathan, A. (1996). Environmental conditions at founding and organizational mortality: a trial-by-fire model. *Academy of Management Journal*, 39, 1350-1377.
- Taguiri, R., y Davis, J. (1996). Bivalent attributes of the family firms. *Family Business Review*, 9(2), 199-208.

- Tajfel, H. (1974). Social identity and intergroup behavior. *Social Science Information*, 13, 65-93.
- Tajfel, H. (1978). *Differentiating between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*. London: Academic Press.
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder.
- Tancred, P., y Mills, A. (1992). *Gendering Organizational Analysis*. Newbury Park, California: Sage Publications.
- Tigges, L. M., y Green, G. P. (1994). Small Business Success Among Men and Women-Owned Firms in Rural Areas. *Rural Sociology*, 59(2), 289-309.
- Timmons, J. A. (1999). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*: Irwin-McGraw Hill.
- Turner, J. C., y Tajfel, H. (1982). Towards a cognitive redefinition of the social group. In H. Tajfel (Ed.), *Social Identity and Intergroup Relations* (pp. 15-40). Cambridge: Cambridge University Press.
- Ufuk, H., y Ozgen, O. (2001). Interaction between the business and family lives of women entrepreneurs in Turkey. *Journal of Business Ethics*, 31(2), 95-106.
- Ulmer, K. J., y Nielsen, A. (1947). Business turnover and causes of failure. *Survey of Current Business Research*, 27(4), 10-16.
- Urbano, D. (2005). *Marco Institucional Formal De La Creación De Empresas En Cataluña*. Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.
- Valencia, S., y Lamolla, L. (2005). *The female-entrepreneurship field: 1990-2004*. Paper presentado en el 4th International Conference of the Iberoamerican Academy of Management, Lisbon, Portugal.
- Van Knippenberg, D. (2000). Work Motivation and Performance: A Social Identity Perspective. *Applied Psychology: an International review*, 49(3), 357-371.
- Van Stel, A., Carree, M., y Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth, *Discussion Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy*: Max Planck Institute for Research into Economic Systems.
- Veciana, J. M. (1989). Características del empresario en España. *Papeles de Economía Española*, 39, 19-36. .
- Veciana, J. M. (2003). Creación de empresas como programa de investigación científica. In J. C. Arnal Losilla (Ed.), *Creación de empresa: los mejores textos*: Ariel.
- Veciana, J. M., Aponte, M., y Urbano, D. (2005). University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison". *International Journal of Management and Entrepreneurship*, 1(2), 165-182.

- Veciana, J. M., y Llonch, J. (1979). La creación de nuevas industrias en el sector metalúrgico en Cataluña. Periodo 1967-1976. *Revista de Economía Industrial*, 15, 31-45.
- Venkatraman, N., Van de Ven, A. H., Buckeye, J., y Hudson, R. (1990). Start-up in a turbulent environment: a process model of failure among firm with high customer dependence. *Journal of Business Venturing*, 5, 277-295.
- Verheul, I. (2005). *Is there a (fe)male approach?* Tesis Doctoral, Erasmus University of Rotterdam, Rotterdam.
- Verheul, I., Risseuw, P., y Bartelse, G. (2002). Gender differences in strategy and human resource management. *International Small Business Journal*, 20(4), 443-475.
- Verheul, I., y Thurik, R. (2001). Start-up capital: 'Does Gender matter?'. *Small Business Economics*, 16(4), 329-345.
- Verheul, I., Uhlaner, L., y Thurik, R. (2005). Business accomplishments, gender and entrepreneurial self-image. *Journal of Business Venturing*, 20(4), 483-518.
- Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D., y Thurik, R. (2002). An Eclectic Theory of Entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture. *Economics of Science, Technology and Innovation*, 27, Boston; Dordrecht and London: Kluwer Academic.
- Vesper, K. (1990). *New venture strategies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Walker, E., y Brown, A. (2004). What Success Factors are Important to Small Business Owners? *International Small Business Journal*, 22(6), 577-594.
- Ward. (1987). *Keeping the family business healthy*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Watson, J. (2002). Comparing the Performance of Male- and Female-Controlled Business: Relating Outputs to Inputs. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 26(3), 91-100.
- Watson, J., y Everett, J. (1996). Do small firms have higher failure rates? *Journal of small business management*, 34(4), 45-63.
- Watson, J., y Everett, J. (1999). Small business failure rates: choice of definition and industry effect. *International small business journal*, 17(2), 1-5.
- Watson, J., y Robinson, S. (2003). Adjusting for risk in comparing the performances of male- and female-controlled SMEs. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 773-788.
- Weekes-Vagliani, W. (1980). *Women in Development: At the Right Time for the Right Reasons*. Paris: OECD Development Centre Studies.
- Weeks, J., y Séller, D. (2001). *Actividad empresarial de la mujer en América Latina*. Washington, D.C: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Wennberg, K. (2008). Entrepreneurial Exit. In J. P. Dana (Ed.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar.

- Westhead, P., Cowling, M., y Howorth, C. (2001). The development of family companies: management and ownership issues. *Family Business Review*, 14, 369-385.
- Westhead, P., Storey, D., y Cowling, M. (1995). An exploratory analysis of the factors associated with the survival of independent high technology firms in Great Britain. In F. Chittenden, M. Robertson y I. Marshall (Eds.), *Partnership for Growth in Small Firms* (pp. 63–99). London: Paul Chapman Publishing Ltd.
- Wiklund, J., Zacharakis, A., y Spinelli, S. (2006). *Small Firm Growth strategies*. Geenwich, CT: Praeger Publishers.
- Wilken, P. H. (1979). *Entrepreneurship. A Comparative Historical Study*. EE. UU.: Alex Publishing Corporation.
- Wilkie, J. R. (1993). Changes in U.S. Men's Attitudes toward the Family Provider Role 1972-1989. *Gender & Society*, 7(2), 261-279.
- Williams, M. L. (1993). Measuring Business Starts, Success and Survival: Some Database Considerations. *Journal of Business Venturing*, 8, 295-299.
- Williamson, O. E. (1991). Strategizing, economizing and economic organization. *Strategic Management Journal*, 12, 75-94.
- Winter, S. G. J. (1964). Economic 'natural selection' and the theory of the firm. *Yales economic essays*, 4, 225-272.
- Wollstonecraft, M. (1796). *A Vindication of the Rights of Woman*. London: Oxford University.
- Yin, R. (1994). *Case Study research: design and Methods* (second edition ed.). Thousand Oak, CA: Sage Publishing.
- Zacharakis, A. L., Meyer, D., y DeCastro, J. (1999). Differing perceptions of new venture failure: A matched exploratory study of venture capitalists and entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 37(3), 1-14.

ANEXOS

ANEXO 1. Modelo teórico GEM, Ficha técnica y otros datos

1. Modelo teórico del GEM

El modelo GEM (ver Figura n °1) permite explicar la relación que existe entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico. Para ello, se integran las variables más relevantes que ha aportado la investigación económica hasta la fecha. El modelo teórico resultante se compone de 6 conjuntos de variables agrupadas en apartados relacionados entre sí:

- Las variables que permiten describir el contexto socio-económico de un país.
- Las condiciones generales del país que se derivan del contexto nacional, a saber, los mercados financieros, el mercado laboral, el grado de apertura, etc.
- El entorno específico que influye en la creación de empresas (que se describen en detalle en el Anexo I).
- La capacidad emprendedora: el nivel de actividad emprendedora depende en gran parte de la existencia de oportunidades de negocio y de la habilidad y motivación del emprendedor para aprovecharlas.
- La dinámica empresarial: ésta engloba los nacimientos de nuevas empresas y las expansiones, reducciones o cierre de otras ya existentes. Se trata, en esencia, del proceso de “destrucción creadora” descrito por Schumpeter.
- El crecimiento económico nacional (en términos de variación del PIB y creación de empleos).

Figura n° 1 El modelo conceptual del proyecto GEM

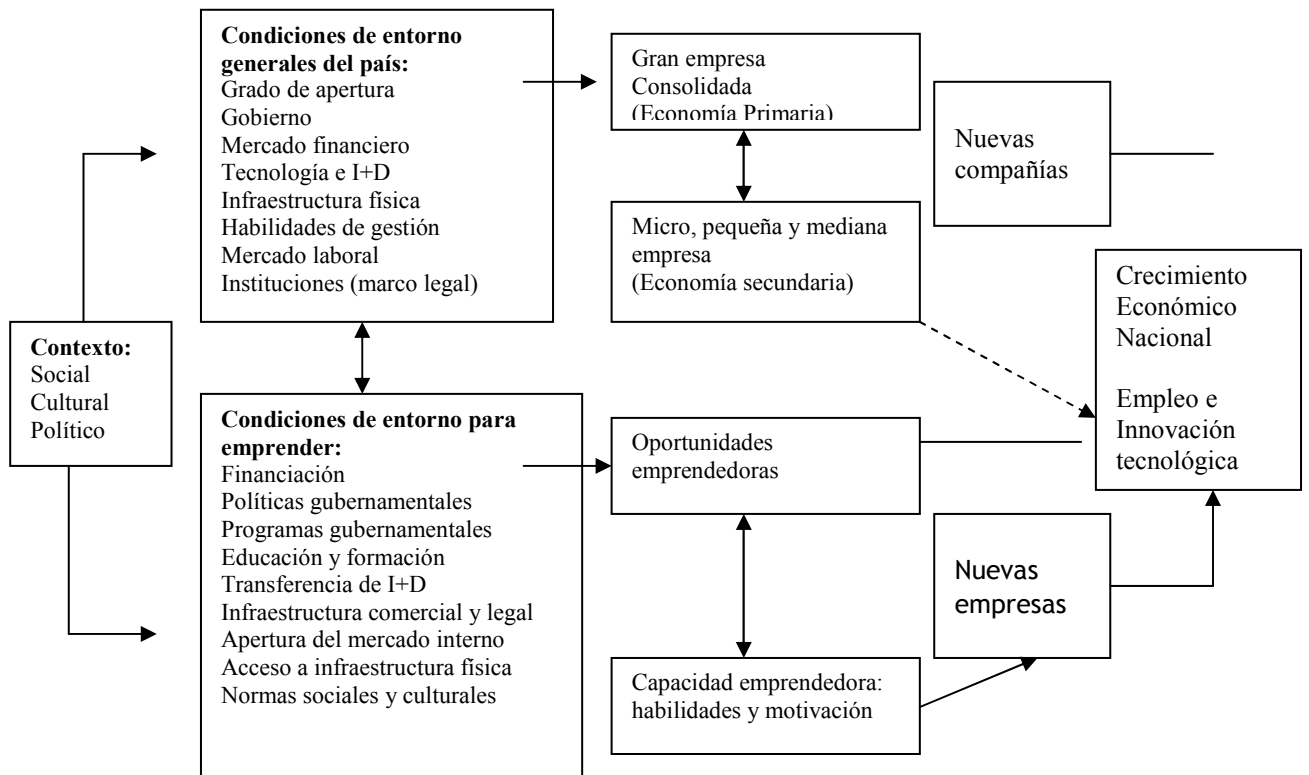
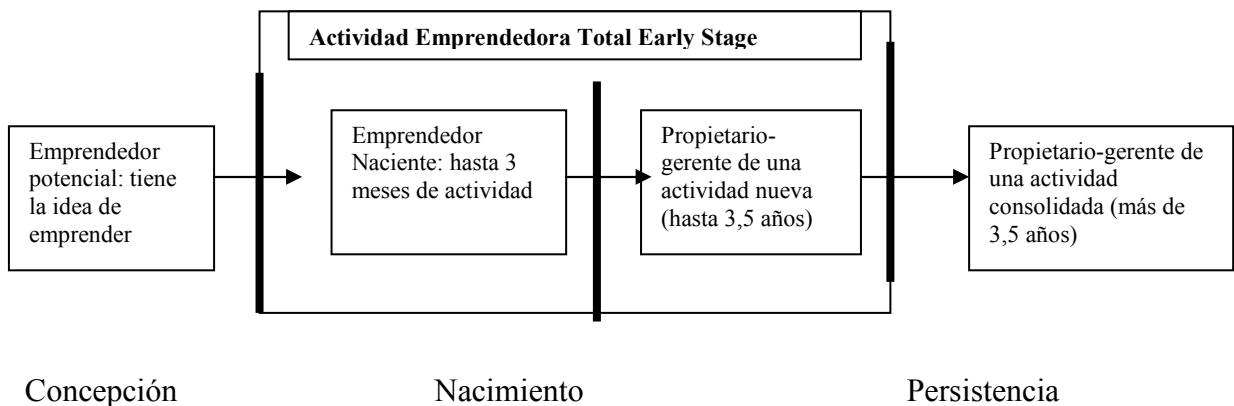


Figura n° 2 El proceso emprendedor según el Proyecto GEM



2. Ficha técnica de encuesta a población adulta española

La ficha técnica de esta encuesta y la fiabilidad de las estimaciones que proporciona es la siguiente:

Territorio	Error muestral	Población objetivo (N)	Muestra	Nivel de Conf.
España	±0,70%	PO = 28.738.616	19.384	95%

Por consiguiente, bajo supuesto de máxima indeterminación ($p = q = 0,5$) en respuestas a las preguntas clave de esta encuesta, para un nivel de confianza del 95%, se logra un error muestral en estimaciones simples muy bajo ($\pm 0,70\%$), que garantiza la fiabilidad de las informaciones ofrecidas. Asimismo, al lograrse muestras de emprendedores superiores a 400, se garantiza un error muestral próximo o inferior al $\pm 5\%$ en la mayoría de cruces que se puedan establecer (actividad emprendedora por sexo, grupo de edad, nivel de estudios y otras)

3. Comparación de datos GEM con estadísticas oficiales

Dado que una de las críticas que se suelen hacer a un Proyecto como el GEM es la diferencia que presenta respecto de las estadísticas oficiales de registro de empresas, es importante señalar que dichas diferencias siempre van a existir porque:

- El registro de empresas en curso siempre se refiere a un año anterior al que ofrece GEM ese mismo año.
- GEM estima el porcentaje de población adulta involucrado en iniciativas que están activas o poniéndose en marcha, pudiendo captar algunas que aún no estén registradas, del mismo modo que, el registro puede tener empresas registradas que, en realidad no estén activas.
- GEM capta negocios y empresas, mientras que el registro puede contener personas o entidades que estén dadas de alta por motivos fiscales, cuando en realidad, tras ellas no hay una verdadera actividad, o bien, por temas familiares, una misma empresa tenga más de un representante registrado.

4. Robustez datos de encuesta a expertos:

En el caso español, con una muestra de 379 personas repartidas por todo el territorio español, las estimaciones son más que robustas. Las Alfas de Cronbach en nuestro caso son las que se pueden ver a continuación, y en ningún caso salen inferiores a 0,6. Este hecho garantiza la validez de los bloques de preguntas y su coherencia interna, pues el valor de referencia a partir del cual se comenzarían a considerar poco fiables es 0,5 y disminuyendo:

ESTADÍSTICOS DE FIABILIDAD-ENCUESTA DE EXPERTOS-BLOQUES DE ITEMS				
BLOQUE	Nº ITEMS	ALFA CRONBACH	CASOS VÁLIDOS	NS/NC
Financiación	6	0,752	287	92
Políticas Gubernamentales	7	0,741	319	60
Programas Gubernamentales	6	0,746	324	55
Educación y Formación	6	0,679	316	63
Transferencia I+D+i	6	0,741	313	66
Infraestructura de Servicios	5	0,756	360	19
Apertura mercado Interno	6	0,604	265	114
Infraestructura Física	5	0,740	348	31
Normas Sociales y Culturales	5	0,895	370	9
Motivación, Oportunidades	5	0,732	352	27
Habilidades y Capacidad para Emprender en la Población	5	0,819	366	13
Apoyo Social al Emprendedor	5	0,753	367	12
Propiedad Intelectual	5	0,725	221	158
Mujer emprendedora	5	0,676	362	17
Alto Potencial de Crecimiento	5	0,705	298	81

Nota: los casos de no respuesta son lógicos y aumentan más en unos bloques que en otros, pues los expertos son seleccionados en base a una de las 9 condiciones de entorno (la que les resulta más afín), pero responden a todo el cuestionario, por lo que hay temas en los que, si no están seguros, no opinan.

ANEXO 2. Encuesta GEM a la población adulta española

De las siguientes situaciones que le describimos a continuación, ¿cuáles se corresponden con su situación actual?

1a. Está usted o con otros, actualmente, tratando de poner en marcha un nuevo negocio incluyendo cualquier tipo de autoempleo o venta de cualquier tipo de bienes y/o servicios a otros.

1	2	8	9
Sí	No	No sabe	Rechaza

1ai (Sólo para España) Su idea de negocio, ¿considera a la cultura (actividades de entretenimiento, creativas, artísticas, de explotación del patrimonio...) como fuente de oportunidad?

Si.....1
 No.....2
 No sabe.....8
 Rechaza.....9

1aai (Sólo para España) En la empresa que ha creado o está creando, ¿cuenta con personas de su familia como socios o en puestos directivos?

Si.....1
 No.....2
 No sabe.....8
 Rechaza.....9

1b. Está usted sólo o con otros, actualmente, tratando de poner en marcha un nuevo negocio o inversión de riesgo para la empresa en que trabaja, una iniciativa que es parte de su trabajo habitual.

1	2	8	9
Sí	No	No sabe	Rechaza

1c. Actualmente, usted sólo o con otros es el propietario de una firma en la que interviene ayudando a dirigirla, o que constituye un autoempleo, o en la que está vendiendo bienes y/o servicios a otros.

1	2	8	9
Sí	No	No sabe	Rechaza

1cii (Sólo para España) En la empresa que ha creado o está creando, ¿cuenta con personas de su familia como socios o en puestos directivos?

Si.....1
 No.....2
 No sabe.....8
 Rechaza.....9

1e. Está pensando en poner en marcha un nuevo negocio ya sea sólo o con otros en los próximos 3 años, incluyendo cualquier forma de autoempleo

1	2	8	9
Sí	No	No sabe	Rechaza

1f. En los últimos 12 meses ha cerrado, abandonado o clausurado un negocio del cual era propietario o gerente, incluyendo cualquier forma de autoempleo y venta de bienes y/o servicios a cualquiera. No cuentan negocios que hayan sido vendidos.

1	2	8	9
Sí	No	No sabe	Rechaza

1fi (Sólo para España) En caso afirmativo a la pregunta anterior, ¿cuál ha sido el principal motivo de este cierre? (SÓLO UNA RESPUESTA)

Jubilación.....1

- Falta de financiación.....2
- Excesiva competencia.....3
- Falta de clientela.....4
- Mala planificación.....5
- Producto obsoleto.....6
- Halló otro trabajo.....7
- Otro caso (Explicar)

SET A

1g. Conoce personalmente a alguien que haya puesto en marcha un nuevo negocio en los últimos 2 años

1	2	8	9
Sí	No	No sabe	Rechaza

1gi. Esta persona que conoce: ¿Es un hombre, una mujer o conoce emprendedores de ambos sexos?

- Hombre1
- Mujer.....2
- Ambos sexos....3

1h. En los próximos 6 meses va a haber buenas oportunidades para poner en marcha nuevos negocios en el área en que usted vive

1	2	8	9
Sí	No	No sabe	Rechaza

1i. Usted tiene los conocimientos, habilidades y experiencia requerida para poner en marcha un nuevo negocio

1	2	8	9
Sí	No	No sabe	Rechaza

1j. El miedo al fracaso supondría un freno para usted si tuviese que poner en marcha un negocio

1	2	8	9
Sí	No	No sabe	Rechaza

SET B

1k. En su país (región), la mayoría de la gente prefiere que todo el mundo tenga el mismo nivel de vida

1	2	8	9
Sí	No	No sabe	Rechaza

1l. En su país (región), la mayoría de la gente considera que empezar un negocio es una opción profesional atractiva.

1	2	8	9
Sí	No	No sabe	Rechaza

1m. En su país (región), una persona que alcanza el éxito al abrir un nuevo negocio obtiene una alta posición y prestigio

1	2	8	9
Sí	No	No sabe	Rechaza

1n. En su país (región), usted a menudo ve en los medios de comunicación noticias sobre nuevos negocios que han tenido éxito

1	2	8	9
Sí	No	No sabe	Rechaza

SI EN LA PREGUNTA 1a O 1b HUBO RESPUESTA AFIRMATIVA O NO LO SABE, ENTONCES PREGUNTAR LA 2a. EN OTRO CASO SEGUIR POR LA 3a. CON LA LÓGICA QUE ALLÍ SE PIDE PARA CONTINUAR.

2 a. (Usted ha mencionado que está tratando de poner en marcha un nuevo negocio/ Como no ha quedado muy clara una de las respuestas anteriores, me podría decir si...)

En los últimos 12 meses, ¿ha llevado a cabo alguna acción propia de la puesta en marcha de un negocio tal como buscar equipamiento, o una localización, organizar un equipo que lleva a cabo la puesta en marcha, trabajar en un plan de negocio, comenzar a ahorrar dinero o cualquier otra actividad que le pudiese ayudar a iniciar un negocio? (NO LEER LISTA. INTRODUCIR UNA SOLA RESPUESTA)

1	2	8	9
Sí	No	No sabe	Rechaza
	IR INICIO PREG 3		IR INICIO PREG 3

2b. Va a tener alguna parte en propiedad de este negocio? (NO LEER LISTA, INTRODUCIR UNA SOLA RESPUESTA)

1	2	3	8	9
Toda	Una parte	Ninguna	No sabe	Rechaza
PREG 2D		PREG 3A		PREG 2D

2c. ¿Cuántas personas, incluyéndose usted, van a ser propietarias y a dirigir este nuevo negocio?

#..... (Un número de 1 a 997) -
 No lo sabe 998 -
 Rechaza 999 -

2ci. ¿Está usted, o espera estar, empleado a tiempo completo en este negocio?

Sí.....1 (Ir a pregunta 2d)
 No.....2
 No lo sabe.....8
 Rechaza.....9 (Ir a pregunta 2d)

2cii. ¿Qué porcentaje aproximado de sus ingresos personales espera que le proporcione este nuevo negocio? (Introducir un número exacto entre 1 y 100)

.....% (Rango válido entre 1 y 100)
 No sabe.....998
 Rechaza.....999

2d. En este nuevo negocio, ¿se han pagado honorarios, salarios o realizado pagos en especie, incluyendo el suyo propio, por más de tres meses? (NO LEER LA LISTA. INTRODUCIR UNA SOLA RESPUESTA)

1	2	8	9
Sí	No	No sabe	Rechaza
	PREG 2e		PREG 2e

2d1. ¿Cuál fue el primer año en que los propietarios recibieron un salario, beneficios o pagos en especie?

#..... (Un año entre de 1900 y 2004)
 Todavía no han recibido nada.....9997
 No lo sabe 9998
 Rechaza 9999

2e. ¿De qué clase de negocio se trata? (RECURSOS PARA CLARIFICAR: ¿qué va a vender? ¿Cómo constaría en un directorio de empresas o en las páginas amarillas? (Abierta) _____)

2e1. ¿Cuántos de sus clientes potenciales diría usted que van a considerar su producto o servicio novedoso y poco o nada conocido? (NO LEER LA LISTA. INTRODUCIR UNA SOLA RESPUESTA)

1	2	3	8	9
Todos	Algunos	Nadie lo considerará nuevo y desconocido	No sabe	Rechaza

2e2. En este momento, ¿hay muchos, pocos o ningún negocio que ofrezca los mismos servicios y / o productos a sus clientes potenciales? (NO LEER LA LISTA. INTRODUCIR UNA SOLA RESPUESTA)

1	2	3	8	9
Hay muchos competidores	Hay pocos competidores	No hay competidores	No sabe	Rechaza

2e3 ¿Desde cuando diría usted que era posible acceder a las tecnologías necesarias para producir o realizar el producto o servicio que ofrece el negocio? (LEER LA LISTA. SI ES NECESARIO INTRODUCIR UNA SOLA RESPUESTA)

Menos de 1 año	Entre 1 y 5 años	Más de 5 años	No sabe 8	Rechaza 9

2e4 ¿Qué proporción de sus clientes potenciales vive fuera de su país? ¿Más del 90%, más del 75%, más del 50%, más del 25%, o un 25% o menos?

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Más del 90% (100)	Más del 75% (90)	Más del 50% (75)	Más del 25% (50)	Más del 10%	10% o menos	Ninguno (0%)	No sabe	Rechaza

SI LA RESPUESTA DE LA 2d HA SIDO “SI”, “NO SABE” O “RECHAZA”,

ENTONCES, PREGUNTAR 2f1. EN OTRO CASO IR A LA PREGUNTA 2f2.

2f1 Actualmente, cuántas personas, sin contar a los propietarios pero incluyendo subcontrataciones exclusivas, están trabajando para este negocio? Entendemos por subcontratos exclusivos personas o firmas que trabajan sólo para este negocio sin trabajar al mismo tiempo para otros negocios.

#..... (Un número de 0 a 997)

No lo sabe 998

Rechaza 999

2f2 ¿Cuántas personas calcula usted que trabajarán en este negocio, sin contar con los propietarios, pero contando todas las subcontrataciones exclusivas, cuando lleve 5 años funcionando? Entendemos por subcontratos exclusivos personas o firmas que trabajan sólo para este negocio sin trabajar al mismo tiempo para otros negocios. (INTRODUCIR UN NÚMERO EXACTO ENTRE 0 y 997. NO SE ACEPTA UN RANGO NI NADA POR EL ESTILO SI LA PERSONA NO ESTÁ SEGURA.)

#..... (Un número de 0 a 997)

No lo sabe 998

Rechaza 999

2g ¿Está usted involucrado en la puesta en marcha de este negocio por aprovechar una oportunidad de negocio o porque no tiene mejores ofertas de trabajo?

- Para aprovechar una oportunidad de negocio 1
- Porque no tengo mejores ofertas/opciones de trabajo 2
- Una combinación de las dos anteriores 3
- Tengo trabajo, pero busco mejores oportunidades 4
- Otras (ESPECIFICAR) _____ Codificar (5,6,7,10...)
- No sabe 8
- Rechaza 9

2h1 ¿Cuánto dinero, en total, se requiere aproximadamente para poner en marcha este negocio? (LEER SI ES NECESARIO: por favor incluya tanto préstamos, inversiones en acciones, como fondos propios o de otros) (USAR LA MONEDA ACTUALMENTE EN CURSO: EUROS)

#..... (1-999,999,996)

No se requiere 999,999,997

No lo sabe 999,999,998

Rechaza 999,999,999

PREGUNTAS SOCIECONÓMICAS

P1. SEXO

HOMBRE	MUJER
1	2

P2. EDAD _____ AÑOS

P3. NACIONALIDAD/ORIGEN

¿En qué país nació?	¿Cuántos años lleva residiendo en España?	¿Y en esta región?

P5. NIVEL DE ESTUDIOS

NO TIENE	ENSEÑANZA OBLIGATORIA	SECUNDARIOS BACHILLERATO	MEDIOS FP TODOS TIPOS	SUPERIORES DIPL Y LICENC
1	2	3	4	5

P6. NIVEL DE RENTA APROXIMADO

¿EN QUE TRAMO DE LOS QUE VOY A MENCIONARLE SE SITUARÍA EN CUANTO A NIVEL DE RENTA FAMILIAR MENSUAL?

MENOS DE 100,000 (MENOS DE 600 EUROS)	1
ENTRE 100,000 Y 200,000 (ENTRE 600 Y 1200 EUROS)	2
ENTRE 200,000 Y 300,000 (ENTRE 1200 Y 1800 EUROS)	3
ENTRE 300,000 Y 400,000 (ENTRE 1800 Y 2400 EUROS)	4
MÁS DE 400,000 (MÁS DE 2400 EUROS)	5
NO CONTESTA	6

PREGUNTAS ADICIONALES A LA POBLACIÓN EMPRENDEDORA (APS 2005)

P1. PREGUNTAS ACERCA DE LOS HIJOS

A- tiene hijos?

Sí.....1 (Ir a pregunta C1)

No.....2

No lo sabe.....8

Rechaza.....9 (Ir a pregunta C1)

B - ¿Cuántos hijos tiene? -----

C- ¿Cuántos son mayores de edad? -----

P2. PREGUNTAS ACERCA DE PERCEPCIÓN DEL ÉXITO

Muestre su acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones

<i>(NA) No Aplicable</i>
<i>(NS) No lo se</i>
<i>(5) Totalmente de acuerdo</i>
<i>(4) De acuerdo</i>
<i>(3) Neutro</i>
<i>(2) En desacuerdo</i>
<i>(1) Completamente en desacuerdo</i>

1. Estoy satisfecho con mi trabajo
2. Mi satisfacción personal es más importante que ganar mucho dinero
3. Sentirme orgulloso de mi trabajo es más importante que ganar mucho dinero
4. Ganar mucho dinero es más importante que tener flexibilidad laboral (Pasar tiempo con mi familia)
5. Las posibilidad de dar trabajo a otros es más importante que ganar mucho dinero
6. Ganar mucho dinero es más importante que ser mi propio jefe
7. Tener estatus social en mi trabajo es más importante que ganar mucho dinero

PREGUNTAS ADICIONALES A LOS EMPRENDEDORES QUE HAN CERRADO UN NEGOCIO (APS 2006)

Preguntas relativas al emprendedor:

1. ¿Cuál fue la razón más importante para dejar ese negocio? (Lea esta lista de arriba abajo, señalando una única respuesta)
 - a. Una oportunidad de vender el negocio.....1
 - b. El negocio no era rentable económicamente.....2
 - c. Problemas financieros.....3
 - d. Encontró otro trabajo u oportunidad de negocio.....4
 - e. Jubilación.....5
 - f. Motivos personales.....6
 - g. Otras (explicar).....97
 - h. No sabe.....98
 - i. Rechaza.....99

2. Número de hijos
3. Estado civil (casado o soltero)

Preguntas relativas a la empresa que ha cerrado

4. ¿De qué clase de negocio se trataba? (sector: ¿qué vendía? ¿Cómo constaría en un directorio de empresas o en las páginas amarillas?)
5. Cuantos años de experiencia laboral previa tenía usted en ese sector de actividad?
6. Cuantos meses de funcionamiento tenía la empresa cuando cerró?
7. ¿Cuántas personas, incluyéndose usted, eran propietarias y dirigían este negocio?
8. ¿Con cuántos empleados contaba la empresa en el momento del cierre?
9. ¿Cuál fue el importe de inversión inicial necesario para la puesta en marcha de este negocio (no incluya inversión en bolsa, bonos, etc.)? (LEER SI ES NECESARIO: por favor incluya tanto préstamos como fondos propios)
10. Qué porcentaje del capital estaba en sus manos?
11. Como calificaría el nivel de desempeño de la empresa en el momento del cierre con respecto a la competencia?
 - Superior
 - Similar
 - Inferior
12. Además de la empresa que ha cerrado, en cuántos negocios había estado involucrado?
13. Empresa familiar:
 - 13.1. Consideraría la empresa que ha cerrado como una empresa familiar?
 - Si / No
 - 13.2. Cuál es el % del capital que estaba en manos de la familia?
 - 13.3. Cuál era el número de familiares involucrados en la toma de decisiones?

AGRADECIMIENTOS